AL-DYAS
Jurnal Inovasi dan Pengabdian kepada Masyarakat

p-ISSN : 2964-4992
e-ISSN : 2964-4984

Terindeks : Dimensions, Scilit, Lens, Crossref, Semantic, Garuda, Google, Base, etc.

https://doi.org/10.58578/aldyas.v3i2.2937

ANALISIS PENGARUH PLATFORM MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERINVESTASI GENERASI MILENIAL DI PASAR MODAL (STUDI KASUS PADA MAHASISWA JURUSAN PERBANKAN SYARIAH ANGKATAN 19 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI)

Analysis of the Influence of Social Media Platforms on the Investment Interest of Millennial Generation in the Capital Market (A Case Study of Students of the 19th Sharia Banking Department at State Islamic University Sjech M. Djamaluddin Djambek Bukittinggi)

Nugi Marselino & Novera Martilova
UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi
nugimarselino@gmail.com; martilovanovera@gmail.com

Article Info:

Submitted:	Revised:	Accepted:	Published:
Apr 27, 2024	May 1, 2024	May 4, 2024	May 7, 2024

Abstract

The use of internet media and social media platforms among millennial students studying Sharia Banking at the Sjech M. Djamil Djambek State Islamic University Bukittinggi has grown rapidly. However, this generation's interest in investing in the capital market is still lacking because their knowledge about this is limited. This research aims to determine the influence of social media platforms on the millennial generation's interest in investing in the capital market. The research method used is quantitative, with data collection through observation and questionnaires. Data analysis techniques include correlation analysis, simple linear regression analysis, t test, and determinant test. The results show that there is a significant influence of social media platforms on the investment interest of the millennial generation in the capital market, with a strong correlation and a large contribution..

Keywords: *Social Media Platforms, Millennial Generation's Interest in Investing in the Capital Market*

Jurnal Al-DYAS is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License

Abstrak: Penggunaan media internet dan platform media sosial di kalangan mahasiswa milenial yang mempelajari Perbankan Syariah di Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi telah berkembang pesat. Namun minat generasi ini untuk berinvestasi di pasar modal masih kurang karena terbatasnya pengetahuan mereka mengenai hal tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh platform media sosial terhadap minat generasi milenial dalam berinvestasi di pasar modal. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, dengan pengumpulan data melalui observasi dan angket. Teknik analisis data meliputi analisis korelasi, analisis regresi linier sederhana, uji t, dan uji determinan. Hasilnya menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan platform media sosial terhadap minat investasi generasi milenial di pasar modal, dengan korelasi yang kuat dan kontribusi yang besar.

Kata Kunci : Platform Media Sosial, Minat Berinvestasi Generasi Milenial di Pasar Modal

PENDAHULUAN

Penggunaan internet untuk komunikasi dan informasi berkembang pesat, terutama dengan tersedianya smartphone. Ponsel pintar menawarkan berbagai fitur seperti SMS, chatting, video call, email, browsing internet, dan akses ke berbagai platform media sosial.

Kemajuan teknologi memudahkan investor dalam memilih cara menginvestasikan uangnya. Internet menyediakan banyak informasi tentang berbagai jenis investasi dan langkah-langkah yang terlibat, sementara media sosial semakin banyak digunakan sebagai platform untuk berdiskusi dan berbagi peluang investasi. Investasi dipandang sebagai alat penting bagi pembangunan di Indonesia dan dikenal juga dengan sebutan penanaman modal. Bursa Efek Indonesia menjadikan investasi di pasar modal semakin mudah diakses oleh masyarakat.

Generasi milenial dikenal sangat bergantung pada teknologi dan mengutamakan kecepatan, kreativitas, dan mobilitas. Pengetahuan yang terbatas dan keraguan untuk terjun, ketertarikan investasi di pasar modal tidak begitu tinggi.

Selama revolusi industri keempat, internet berfungsi sebagai platform bagi pemula dan individu berpengalaman di bidang investasi untuk bertukar informasi tentang investasi. Memahami ilmu investasi penting karena memberikan pandangan tentang tujuan, risiko, keuntungan, dan instrumen pasar modal. Dalam melakukan investasi, masyarakat dipengaruhi oleh minatnya terhadap berbagai jenis investasi, sehingga mendorong mereka untuk mempelajari lebih lanjut atau langsung berinvestasi dan berpotensi meningkatkan

investasinya. Minat investasi muncul karena mengamati, mempertimbangkan keinginan, dan melakukan hal terkait investasi.

Kehadiran teknologi merepresentasikan perubahan rutinitas seseorang. Jika seseorang bisa memanfaatkan teknologi maka orang tersebut dapat memajukan kemajuan di banyak bidang lainnya. Teknologi kini menjadi budaya dan menggerakkan perubahan budaya itu sendiri. Contoh teknologi canggih di pasar sekuritas adalah sistem perdagangan online yang menyederhanakan transaksi perdagangan. Platform media sosial memberikan dampak positif bagi Indonesia dan generasi milenial dengan mengedukasi mereka mengenai investasi di pasar modal. Tergambar pada survei tahun 2016, meskipun pengetahuan masyarakat terhadap pasar modal masih rendah, namun secara bertahap semakin meningkat. Hal ini sebagian disebabkan oleh ketersediaan video edukasi yang mudah dipahami dan pengaruh influencer dan selebriti dalam kampanye media sosial. Jumlah individu yang berinvestasi di pasar modal di Indonesia terus meningkat, mencerminkan berkembangnya lingkungan investasi di negara ini. Sebagaimana Data Kustodian Sentral Efek Indonesia menunjukkan banyaknya investor tumbuh 33,19% ke 7,49 juta orang pada tahun sebelumnya menjadi 9,98 juta orang pada Oktober 2022.

Melihat dari lokasinya, investor pasar modal sangat tinggi di pulau Jawa, yakni 69,24%. Posisinya diikuti oleh investor di Sumatera dengan persentase sebanyak 16,79%. Sebanyak 5,47% investor berada di Kalimantan. Lalu, 4,15% investor berada di Sulawesi. Di Bali, NTT dan NTB banyaknya investor tercatat sebesar 3,34%. Sedangkan, hanya 1,02% investor yang berada di Maluku dan Papua.

Dari kelompok usia, investor muda dengan usia kurang dari 30 tahun terus mendominasi, yakni 59,01%. Walaupun demikian, total asset mereka hanya sebesar Rp.54,3 Triliun. Sebanyak 22,8% investor berusia 31-40 tahun dengan asset sebesar Rp.102,62 Triliun. Lalu 10,76% investor dikelompok usia 41-50 tahun dengan total asset Rp.166,09 Triliun.

METODE

1. Jenis Penelitian

   Riset ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif, meliputi penganalisisan data numerik untuk mengkaji permasalahan penelitian

berdasarkan fakta, menggunakan proses analitis, hipotesis, ukuran obyektif, dan data kuantitatif.

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Riset yang dilaksanakan di Uin SMDD Bukittinggi ini akan berlangsung di lokasi universitas tersebut dan diperkirakan berlangsung mulai September 2022 hingga selesai. Keseluruhan proses tersebut melalui berbagai tahapan, dimulai dari penyusunan proposal penelitian yang akan disajikan dalam bentuk proposal yang komprehensif. Setelah proposal disetujui, peneliti akan melanjutkan menyusun laporan penelitian. Selama kurun waktu tersebut, objek penelitian akan difokuskan untuk mengkaji dan menganalisis aspek-aspek yang berkaitan dengan UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.

3. Jenis dan Sumber Data

Penulis menggunakan data primer dan data sekunder sebagai sumber data. Data primer yakni data dikumpulkan secara langsung melalui instrumen yang disiapkan sendiri. Selanjutnya, peneliti mengolah dan menganalisis data tersebut untuk menjawab pertanyaan penelitian yang ada. Sebaliknya, data sekunder dapat didefinisikan sebagai informasi yang sebelumnya dikumpulkan oleh entitas atau individu eksternal, yang telah melalui pemrosesan dan publikasi untuk tujuan tertentu.

Dalam penelitian ini, peneliti meminta mahasiswa yang mempelajari Perbankan Syariah di UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi untuk mengisi kuesioner online.

4. Populasi dan Sampel

Populasi berarti sekelompok benda atau orang pada suatu tempat yang diteliti oleh para ilmuwan. Dalam hal ini peneliti mengamati seluruh mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah UIN SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI tahun 2019 yang berjumlah 440 mahasiswa.

Sampel adalah sumber daya berharga yang mencakup kuantitas tertentu dan serangkaian karakteristik unik yang berasal dari populasi yang lebih besar. Hal ini diperoleh melalui proses yang cermat, mengikuti pedoman tertentu, agar dapat mewakili seluruh populasi secara akurat. Oleh karena itu, sampel yang diperoleh harus

benar-benar mencerminkan keseluruhan demografi dan atribut populasi tempat sampel tersebut diambil.

Riset ini memakai metode non-probability sampling yang disebut non-equal opportunity sampling, dimana setiap mahasiswa mempelajari perbankan syariah tidak mempunyai kesempatan yang sama untuk terpilih. Sampelnya berjumlah 82 siswa.

5. Teknik Pengumpulan Data

Penulis mengumpulkan data yakni dengan pembagian kuesioner-kuesioner pada partisipan. Kuesioner ini berisi pernyataan yang dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi spesifik. Kuesioner ialah wadah terstruktur yang dipakai bertujuan pengumpulan data berbentuk tertulis, baik melalui pertanyaan pilihan ganda atau esai terbuka. Responden mengisi kuesioner, memungkinkan pengumpulan wawasan dan data penting tentang variabel yang diteliti.

6. Teknik Analisis Data

a. Uji Instrumen Penelitian

1) Uji Validitas

Uji validitas dipakai supaya memiliki gambaran apakah wadah yang dipergunakan pada suatu riset akurat dan dapat diandalkan. Ini memguji tingkat baik buruknya apa yang diukur. Apabila suatu pengujian berhasil mengukur variabel yang dimaksud maka dianggap valid. Teknik analisis yang berbeda, seperti bivariat orang, korelasi total item terkoreksi, dan analisis faktor, dapat digunakan untuk melakukan uji validasi. Pada pengujian ini nilai r hitung dibandingkan pada nilai tabel pada taraf signifikansi 5%. Apabila nilai r hitung lebih besar dari nilai tabel maka pernyataan atau indikator tersebut dianggap valid. Jika nilai r hitung lebih rendah maka dianggap tidak valid.

2) Uji Realiabilitas

Uji reliabilitas bertujuan mengevaluasi ketepatan, stabilitas, dan konsistensi suatu alat ukur dalam menilai suatu atribut tertentu secara akurat. Koefisien reliabilitas, yang berada dalam kisaran 0,0 hingga 0,1, memberikan wawasan tentang besarnya kesalahan yang terkait dengan instrumen tersebut. Semakin rendah koefisien reliabilitas, semakin besar potensi ketidakakuratan. Namun, penting untuk dicatat bahwa koefisien reliabilitas tidak boleh melebihi 0,1,

meskipun adanya koefisien negatif masih mungkin terjadi. Guilford dan Spearman Brown berpendapat bahwa suatu instrumen dianggap andal jika koefisien reliabilitasnya lebih tinggi dari 0,60.

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas adalah langkah penting pada analisis statistik yang menguji apakah suatu populasi mematuhi distribusi normal. Uji Kolmogorov-Smirnov, dengan tingkat signifikansi 0,05, dipakai untuk pengujian ini. Bila nilai signifikansi melebihi 0,05 berarti data mengikuti distribusi normal. Sebaliknya jika nilai signifikansinya di bawah 0,05 yang artinya data tersebut tidak berdistribusi normal.

2) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan analisis statistik memiliki tujuan menilai apakah ada hubungan residu pada suatu observasi dengan residu pada observasi lainnya dalam suatu model regresi. Autokorelasi terjadi ketika statistik Durbin Watson (DW) kurang dari 1 atau lebih besar dari 3. Dalam hal ini, nilai DW sebesar 1,482 kurang dari 3, menunjukkan bahwa tidak ada autokorelasi negatif dalam model.

Kriteria yang dipakai secara umum yakni:

- Bila D < dL atau d > 4-dL maka Hipotesis Nol ditolak, berarti terjadi autokorelasi.
- Bila dU < d < 4-dU maka Hipotesis Nol diterima, berarti tidak terjadi autokorelasi.
- Bila dL < d < dU atau 4-dU < d < 4-dL, berarti tidak ada kesimpulan.

c. Uji Regresi Linier Sederhana

Jika hanya ada satu faktor yang dapat diubah dan satu hasil yang diukur, analisis regresi linier sederhana akan dilakukan untuk memahami bagaimana faktor tersebut mempengaruhi hasil.

d. Uji Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinasi merupakan statistik penting dalam analisis regresi yang mengukur seberapa efektif suatu model regresi menjelaskan hubungan antar variabel. Koefisien determinasi mengukur seberapa baik variabel independen mampu menjelaskan perubahan variabel dependen. Nilai nol berarti variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen, sedangkan nilai satu berarti variabel independen sepenuhnya memperhitungkan variasi variabel dependen sehingga menghasilkan garis regresi yang sangat cocok.

e. Uji Hipotesis (t)

Pengujian hipotesis digunakan untuk mengevaluasi bagaimana variabel independen (X1, X2, X3, dan X4) bersamaan memberikan pengaruh variabel dependen (Y). Hal ini meliputi pengujian koefisien determinasi (R2), melakukan uji parsial (uji t), dan melakukan uji simultan (uji f). Pengujian ini membantu menentukan signifikansi dan tingkat pengaruh antara variabel independen pada variabel dependen. Melalui analisis ukuran statistik ini, peneliti dapat menentukan sejauh mana variabel independen berdampak pada hasil yang diinginkan.

Uji-t merupakan analisis statistik yang mengukur seberapa besar kontribusi independen suatu variabel dalam menjelaskan variasi variabel lain. Dalam sebuah penelitian, uji parsial dilakukan untuk menentukan pentingnya dan dampak berbagai variabel. Pengujian ini melibatkan perbandingan nilai t hitung dengan nilai t kritis untuk mengevaluasi pengaruh individual setiap variabel terhadap variabel terikat.

Proses mengambil keputusan bagi uji hipotesis melibatkan langkah-langkah yakni:

Apabila nilai t hitung < t tabel dan nilai Sig. t > a=0,05 maka bisa disimpulkan secara parsial variabel independen tidak mempengaruhi secara signifikan kepada variabel dependen.

Hipotesis yang dipakai ialah antara lain:

H0 : $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh antara variabel dependent terhadap variabel independent.

H1 : t hitung > t tabel maka terdapat pengaruh antara variable dependent terhadap variabel independent.

HASIL

1. Uji Validitas

   Uji validitas digunakan dalam memperoleh pengetahuan apakah suatu instrumen penelitian secara akurat mengukur suatu atribut atau fenomena tertentu. Bila instrumen tersebut mengukur apa yang hendak diukur, maka instrumen tersebut dianggap valid. Uji validasi digunakan untuk membandingkan nilai r hitung dengan nilai tabel pada tingkat signifikansi 5%. Bila nilai r hitung lebih besar dari nilai tabel maka pernyataan atau indikator yang diuji valid. Namun bila nilai r hitung lebih rendah dari nilai tabel maka tidak valid. Pada penelitian ini seluruh item pernyataan pada variabel mempunyai nilai r lebih besar dari nilai tabel sebesar 0,217 pada tingkat signifikansi 0,05.

2. Uji Reabilitas

   Uji reliabilitas memainkan peran penting dalam menilai keakuratan, stabilitas, dan konsistensi suatu alat ukur dalam menentukan pengukuran yang dimaksudkan. Koefisien reliabilitas, biasanya berkisar antara 0,0 hingga 0,1, berfungsi sebagai indikator kuantitatif reliabilitas, dengan nilai yang lebih kecil menunjukkan tingkat kesalahan yang lebih tinggi. Penting untuk dicatat bahwa koefisien reliabilitas yang melebihi 0,1 tidak dapat dicapai, meskipun terjadinya koefisien negatif masih dalam kemungkinan.

   Guilford dan Spearman Brown berpendapat yakni instrumen disebut reliabel bila nilai Cronbach's alpha lebih tinggi dari batas tertentu (0,60). Berdasarkan data yang diperoleh, nilai Cronbach's alpha variabel X dan Y sama-sama diatas batas (0,849 dan 0,863) yang menunjukkan bahwa Pengaruh Platform Media Sosial (X) dan Minat Investasi Generasi Milenial di Pasar Modal (Y) adalah dapat diandalkan.

3. Uji Normalitas

Setelah melakukan perhitungan Kolmogorov-Smirnov, bisa ditentukan data variabel mengikuti distribusi normal. Hal ini didukung dengan nilai p-value sebesar 0,010 lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05. Oleh karena itu bisa disimpulkan bahwa data variabel berdistribusi normal.

4. Uji Autokorelasi

Uji Durbin Watson (DW) yakni metode yang biasa digunakan dalam pengujian ini dan dilakukan dengan tingkat signifikansi 95% (α=0,05). Tingkat signifikansi ini dipilih sebagai ambang batas untuk tujuan pengambilan keputusan. Dengan melakukan uji DW, analis dapat menentukan apakah autokorelasi yang diamati signifikan secara statistik atau hanya merupakan hasil kebetulan saja. Intinya, ini membantu dalam menentukan apakah residu menunjukkan pola ketergantungan satu sama lain atau independen dan tidak terkait.

a. Apabila DW < dL atau DW > 4 – dL, maka terdapat autokorelasi.
b. Apabila dU < DW < 4 – dU, maka tidak terdapat autokorelasi.
c. Apabila dL ≤ DW ≤ dU atau 4 – dU ≤ DW ≤ 4 – dL, uji Durbin Watson tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti (inconclusive).

Berdasarkan Hasi Uji Autokorelasi Durbin-Watson dengan Cochcrane-Orcutt

n = 82

d = 2,033

dU = 1,6657

dL = 1,6164

4-dU= 4–1,665 = 2,335

Hasil = dU < d < 4 - dU

= 1,665 < 2,033 < 2,335 (Tidak Terdapat Autokorelasi) Dengan menggunakan uji Cochcrane-Orcutt maka hipotesis nol diterima berarti tidak terdapat gejala autokorelasi.

5. Uji Regresi Sederhana

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	384.387	1	384.387	222.494	.000[b]
	Residual	138.210	80	1.728		
	Total	522.598	81			

a. Dependent Variable: MINAT BERINVESTASI GENERASI MILENIAL DI PASAR MODAL

b. Predictors: (Constant), PENGARUH PLATFORM MEDIA SOSIAL

Sumber : Olah Data SPSS Penelitian

Tabel tersebut menunjukkan nilai F sebesar 222,494 yang menunjukkan bahwa model regresi sangat signifikan. Artinya, platform media sosial mempunyai dampak nyata pada minat investasi generasi milenial di pasar modal.

6. Uji Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinasi merupakan metrik penting dalam analisis regresi yang menilai keakuratan prediksi model regresi. Hal ini menentukan sebesar apa variabel independen bisa menerangkan variasi variabel dependen. Nilai 0 menunjukkan tidak ada pengaruh, sedangkan nilai 1 mempresentasikan variabel independen menjelaskan variasi secara lengkap sehingga menghasilkan kesesuaian sempurna.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.858[a]	.736	.732	1.314

a. Predictors: (Constant), PENGARUH PLATFORM MEDIA SOSIAL

Sumber : Olah Data SPSS Penelitian

Tabel Model Summary memberikan informasi nilai korelasi (R) yakni sebesar 0,858. Berdasarkan hal ini maka didapat Koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,736 yang menunjukkan variabel independen (platform media sosial) mempunyai pengaruh yang kuat (73,6%) terhadap variabel dependen (Minat Investasi Generasi Milenial di Pasar Modal). Sisanya sebesar 26,4% dipengaruhi oleh variabel yang belum diteliti seperti pengetahuan, risiko, pelayanan, dan promosi.

7. Uji Hipotesis

Uji t yakni wadah statistik yang biasa dipakai agar mengetahui signifikansi koefisien regresi. Ini membantu peneliti memahami bagaimana variabel independen, seperti keunggulan layanan, mempengaruhi variabel dependen, seperti kepuasan pelanggan. Dengan membandingkan probabilitas yang terkait dengan uji t dengan tingkat kesalahan yang telah ditentukan sebesar 5%, peneliti dapat menentukan apakah koefisien regresi signifikan. Bila nilai signifikansinya kurang dari 0,05 yang artinya terdapat hubungan yang signifikan antar variabel. Pengambilan keputusan juga dapat mengacu pada perbandingan nilai t hitung dengan t tabel. Bila t hitung lebih kecil atau sama dengan t tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Namun apabila t hitung lebih besar dari t tabel maka terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
(Constant)	1.183	.790		1.497	.138
PENGARUH PLATFORM MEDIA SOSIAL	.613	.041	.858	14.916	.000

a. Dependent Variable: MINAT BERINVESTASI GENERASI MILENIAL DI PASAR MODAL

Rumus:

t tabel = t (a/2 : n-k-1)

a = 5% = t (0,05/2 : 82-1-1)

= 0,025 : 80

= 1,990 (dilihat dari titik persentase distribusi t)

nilai sign 0,000 < 0,05

t hitung > t tabel

14,916 > 1,990

Berdasarkan data pada tabel, hasil uji t parsial menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh Platform Media Sosial (X) terhadap minat investasi Generasi Milenial di Pasar Modal (Y) adalah sebesar 0,000, yang kurang dari ambang batas yang telah ditentukan yaitu 0,05. Selain itu, nilai t hitung sebesar 14,916 melebihi nilai t kritis sebesar 1,990 dari t tabel. Akibatnya, hal ini mengarahkan kita untuk menolak hipotesis nol (HO1) dan menerima hipotesis alternatif (HA1). Oleh karena itu ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara statistik Platform Media Sosial (X) terhadap Minat Investasi Generasi Milenial di Pasar Modal (Y).

PEMBAHASAN

Pembahasan perihal Pengaruh Platform Media Sosial Terhadap Minat Berinvestasi Generasi Milenial Di Pasar Modal dapat dibahas sebagai berikut:

Media sosial menyediakan platform untuk terlibat dalam beragam aktivitas timbal balik yang mencakup berbagai interaksi, termasuk berbagi, bekerja sama, dan terhubung dengan orang lain melalui media tertulis, visual, dan audio visual.

Berdasarkan tabel Model Summary, terdapat korelasi yang kuat (R = 0,858) antara platform media sosial dengan minat investasi generasi milenial di pasar modal. Koefisien determinasi (R Square) menunjukkan bahwa 73,6% pengaruh terhadap minat mereka berasal dari media sosial, dimana sisanya 26,4% dipengaruhi oleh hal lain yakni pengetahuan, risiko, pelayanan, dan promosi.

Riset menunjukkan bahwa platform media sosial memiliki dampak yang kuat terhadap keinginan generasi milenial untuk berinvestasi di pasar saham. Temuan tersebut d

dengan nilai yang sangat signifikan sebesar 0,000 yang menegaskan bahwa platform media sosial berperan signifikan dalam membentuk minat generasi milenial terhadap investasi pasar modal.

Sebagaimana kondisi saat ini, terlihat bahwa pelajar menyadari keberadaan berbagai platform yang menawarkan beragam peluang investasi. Namun, tampaknya masih ada kekurangan pemahaman tentang cara memanfaatkan platform ini secara efektif untuk tujuan investasi. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam terhadap platform media sosial penyedia layanan investasi terbukti berperan penting dalam membentuk ketertarikan generasi milenial agar berpartisipasi di pasar modal.

Sebagaimana teori dikemukakan oleh Daniel Radit, disarankan bahwa semakin generasi muda, yang dikenal sebagai generasi milenial, semakin memahami konsep dan strategi investasi, maka kecenderungan mereka untuk berpartisipasi di pasar modal akan bertambah. Berarti, semakin banyak individu yang berpengetahuan tentang seluk-beluk dan potensi manfaat berinvestasi, semakin besar kemungkinan mereka mengembangkan minat untuk terlibat dalam kegiatan investasi.

Rise ini sesuai pada riset terdahulu yang dikerjakan Findri Firdhausa & Rani Apriani menyimpulkan Platform Media Sosial (X) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat investasi Generasi Milenial di Pasar Modal (Y). Ini disebabkan karena teknologi merupakan simbol kemajuan dan kemajuan, dan generasi milenial saat ini terkenal dengan kemahiran dan keakrabannya dengan teknologi. Kemahiran ini telah membekali mereka dengan alat serta sumber daya yang dibutuhkan dalam pengambilan keputusan investasi yang tepat. Hasilnya, minat generasi milenial untuk berinvestasi meningkat secara nyata, terbukti dengan jumlah investor yang terus bertambah dalam beberapa waktu terakhir.

KESIMPULAN

Setelah menganalisis data dan melakukan uji hipotesis, peneliti menarik beberapa kesimpulan berdasarkan temuan yang telah dibahas pada bab sebelumnya, yakni antara lain:

Tabel Model Summary menunjukkan terdapat korelasi yang kuat (R = 0,858) antara minat investasi Generasi Milenial pada pasar modal dan platform media sosial. Koefisien determinasi (R Square) menunjukkan bahwa 73,6% minat tersebut dipengaruhi oleh platform media sosial, sedangkan sisanya sebesar 26,4% dipengaruhi oleh hal lain yang tidak diteliti.

Temuan riset menggambarkan platform media sosial memberi pengaruh signifikan pada keinginan generasi milenial agar berinvestasi di pasar modal. Penelitian tersebut menolak anggapan bahwa tidak ada pengaruh dan mendukung anggapan bahwa media sosial berdampak signifikan terhadap minat generasi milenial untuk berinvestasi di pasar modal.

DAFTAR PUSTAKA

Arum Wahyuni Purbohastuti. (2017). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. Tirtayasa Ekonomika Vol.12,No.2, Oktober

Fahmi, I. (2012). *Pengantar Pasar Modal*. Jakarta: Salemba Empat.

Gatot Supramono. (2014). *Transaksi Bisnis Saham dan Penyelesaian Sengketa Melalui Pengadilan*. Jakarta: Prenada Media Grup

Indah Yuliana. (2010). *Investasi Produk Keuangan Syariah*. Malang: UIN-MALIKA PRES.

Ingrid Tan. (2009). *Mengenal Peluang Dibalik Permainan Saham Derivatif*. Yogyakarta: CV Andi Offset

Ingrid Tan. (2009). *Mengenal Peluang Dibalik Permainan Saham Derivatif*. Yogyakarta: CV Andi Offset

Kotler, Philip dan Amstrong. (1997). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prahalindo

Morisso. (2007). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Ramdina Perkasa

Morisso. (2007). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Ramdina Perkasa

Nurul Huda & Mustafa Edwin Nasution. (2008). *Investasi Pada Pasar Modal Syariah,* Jakarta: Kencana

Pajar , Riski Chaerul dan Adeng Pustika Ningsih. (2007). *Pengetahuan Mootivasi Investasi dan oengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal Pada Mahasiswa FE UNY*. Jurnal Profita Edisi 1

Pajar , Riski Chaerul dan Adeng Pustika Ningsih. (2007). *Pengetahuan Mootivasi Investasi dan oengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal Pada Mahasiswa FE UNY*. Jurnal Profita Edisi 1

Paulus Situmorang. (2008). *Pengantar Pasar Modal*. Jakarta: penerbit Mitra Wacana Media

Philip Kottler dan Kevin Lane Keller. (2007). *Marketing Manajement,* Indonesia: PT. Macanan Jaya Cemerlang, Edisi Bahasa Indonesia

Widoatmojo, Sawidji. (2009), Pasar Modal Indonesia. Jakarta, Ghalia Indonesia, 2009

Widyastuti. (2004). *Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi Untuk Mengikuti Pendidikan Profesi Akuntansi*. Simposium Nasional Akuntansi VII Denpasar

Yanuar Surya Putra. (2019). (*Teory Perbedaan Generasi*). Jurnal *Theorytical Review*, Vol. 9 No. 8, Desember