

PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT MAHASISWA BERINVESTASI

(Survei pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi di Universitas Pasundan)

Oleh,

Riihan Prakasiwi

215020038

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mempermudah akses terhadap berbagai informasi keuangan dan instrumen investasi. Secara nasional, peningkatan jumlah investor muda menunjukkan potensi besar dalam mendukung pertumbuhan ekonomi melalui partisipasi di pasar modal. Namun, minat berinvestasi di kalangan mahasiswa masih tergolong rendah, yang diduga dipengaruhi oleh rendahnya literasi keuangan dan kurang optimalnya pemanfaatan media sosial sebagai sumber informasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat literasi keuangan, peran media sosial, dan minat berinvestasi mahasiswa, serta menguji pengaruh literasi keuangan dan media sosial terhadap minat berinvestasi mahasiswa Pendidikan Ekonomi di Universitas Pasundan. Metode yang digunakan ialah pendekatan kuantitatif dengan teknik survei, dan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data yang disebarakan kepada 102 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan mahasiswa tergolong baik dengan rata-rata 4,08. Peran media sosial mahasiswa dinilai cukup baik dengan rata-rata 3,37. Minat berinvestasi mahasiswa berada dalam kategori baik dengan rata-rata 3,85. Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi mahasiswa sebesar 11%. Media sosial juga memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi mahasiswa sebesar 45,2%. Secara simultan, literasi keuangan dan media sosial berpengaruh signifikan terhadap minat berinvestasi mahasiswa sebesar 56,2%. Penelitian ini memberikan gambaran bahwa penguatan literasi keuangan serta pemanfaatan media sosial yang tepat dapat menjadi faktor pendukung dalam membangun minat investasi di kalangan mahasiswa. Temuan ini dapat dijadikan dasar pertimbangan dalam mengembangkan pendekatan edukatif dan informatif yang relevan dengan karakteristik generasi muda saat ini.

Kata Kunci: Literasi Keuangan, Media Sosial, Minat Berinvestasi

THE INFLUENCE OF FINANCIAL LITERACY AND SOCIAL MEDIA ON STUDENTS' INTEREST IN INVESTING

(Survey of Economic Education Students at Pasundan University)

By,

Riihan Prakasiwi

215020038

ABSTRACT

The development of digital technology has made it easier to access various financial information and investment instruments. Nationally, the increase in the number of young investors shows great potential in supporting economic growth through participation in the capital market. However, interest in investing among students is still relatively low, which is allegedly influenced by low financial literacy and the lack of optimal use of social media as a source of information. This study aims to determine the level of financial literacy, the role of social media, and students' interest in investing, as well as to examine the influence of financial literacy and social media on the investment interest of Economics Education students at Pasundan University. The method used was a quantitative approach with survey techniques, and questionnaires as data collection instruments which were distributed to 102 respondents. The results of the study showed that the financial literacy level of students was relatively good with an average of 4.08. The role of student social media is considered quite good with an average of 3.37. Students' investment interest is in the good category with an average of 3.85. Financial literacy has a positive and significant effect on students' interest in investing by 11%. Social media also has a positive and significant influence on students' interest in investing by 45.2%. Simultaneously, financial literacy and social media had a significant effect on students' interest in investing by 56.2%. This study provides an overview that strengthening financial literacy and the proper use of social media can be a supporting factor in building investment interest among students. These findings can be used as a basis for consideration in developing educational and informative approaches that are relevant to the characteristics of today's young generation.

Keywords: Financial Literacy, Social Media, Investment Interest

PANGARUH LITERASI KEUANGAN JEUNG MÉDIA SOSIAL KA MINAT MAHASISWA PIKEUN NANEM MODAL

(Panalungtikan kana Mahasiswa Atikan Ékonomi di Universitas Pasundan)

Ku,

Riihan Prakasiwi

215020038

RINGKESAN

Kamekaran téknologi digital geus ngajadikeun aksés ka rupa-rupa informasi kauangan jeung instrumen investasi jadi leuwih gampang. Sacara nasional, kanaékan jumlah investor ngora nunjukkeun poténsi gedé dina ngadukung pertumbuhan ékonomi ngaliwatan partisipasi di pasar modal. Sanajan kitu, minat mahasiswa pikeun nanem modal téh masih kénéh kawilang handap, nu bisa jadi disababkeun ku kurangna literasi kauangan sarta teu optimalna pamakéan média sosial salaku sumber informasi. Panalungtikan ieu boga tujuan pikeun ngukur tingkat literasi kauangan, peran média sosial, jeung minat nanem modal mahasiswa, sarta nguji pangaruhna literasi kauangan jeung média sosial ka minat nanem modal mahasiswa Program Studi Atikan Ékonomi di Universitas Pasundan. Méthode anu dipaké nyaéta pendekatan kuantitatif kalayan teknik survey, sarta kuesioner minangka alat kumpul data anu disebarkeun ka 102 réspondén. Hasil panalungtikan nunjukkeun yén tingkat literasi kauangan mahasiswa téh cukup alus kalayan rata-rata 4,08. Peran média sosial mahasiswa ogé dianggap cukup hadé kalayan rata-rata 3,37. Sedengkeun minat nanem modalna aya dina kategori hadé kalayan rata-rata 3,85. Literasi kauangan ngabogaan pangaruh positif jeung signifikan ka minat nanem modal mahasiswa sabesar 11%. Média sosial ogé mibanda pangaruh positif jeung signifikan sabesar 45,2%. Sacara bareng (simultan), literasi kauangan jeung média sosial miboga pangaruh signifikan ka minat nanem modal mahasiswa sabesar 56,2%. Panalungtikan ieu nyayogikeun gambaran yén nguatkeun literasi kauangan sarta ngamangpaatkeun média sosial kalayan tepat bisa jadi faktor penting pikeun ngawangun minat investasi di kalangan mahasiswa. Hasil ieu bisa dijadikeun bahan pertimbangan pikeun ngembangkeun pendekatan edukatif jeung informatif nu luyu jeung karakteristik generasi ngora kiwari.

Kecap Konci: *Literasi Kauangan, Média Sosial, Minat Nanem Modal*