BAB II
KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN

A. Kajian Teori

1. Literasi Keuangan

a. Pengertian Literasi Keuangan

Choerudin dkk. (2023, hlm. 5) mengatakan bahwa literasi finansial adalah kemampuan pengetahuan serta keterampilan setiap orang untuk mengatasi permasalahan keuangan yang memiliki implikasi jangka panjang agar tetap normal, stabil, aman, damai, dan makmur. Lusardi & Messy (2023, hlm. 10) mengatakan, "Literasi keuangan sangat penting untuk promosi inklusi keuangan, karena orang membutuhkan pengetahuan dan keterampilan untuk menggunakan instrumen keuangan secara efektif, bahkan yang paling dasar, seperti rekening bank". Sejalan dengan Rohmawan dkk. (2024, hlm. 13) bahwa literasi keuangan merupakan pengetahuan, kemampuan, dan keterampilan dalam menggunakan prinsip-prinsip pengelolaan uang yang efektif dalam kehidupan sehari-hari agar meningkatkan kondisi keuangan, yang gilirannya berperan dalam memperbaiki perekonomian suatu negara.

Dilansir melalui laman OCBC, bahwa pemahaman tentang keuangan merupakan pengetahuan juga kemampuan masyarakat yang relevan dengan pengelolaan serta pemanfaatan uang secara optimal. Menurut *Organisation for Economic Co-operation and Development* (OECD), literasi keuangan merujuk pada pengetahuan, pemahaman, begitupun kemampuan seseorang dalam mengenali ide dan bahaya yang berhubungan dengan masalah uang, sehingga dapat memilih pilihan yang tepat berbagai situasi keuangan.

Berlandaskan hal tersebut, sehingga dirangkum bahwa literasi keuangan ialah kemampuan individu terkait pemahaman dan keterampilannya dalam pengelolaan keuangannya dengan efektif agar

mencapai kesejahteraan jangka panjang yang bermanfaat bagi diri sendiri serta turut berkontribusi dalam peningkatan ekonomi negara.

b. Aspek Literasi Keuangan

Menurut Chen & Volpe dalam Arianti (2021, hlm. 11–13) terdapat beberapa aspek literasi keuangan, terdiri dari:

1) Pengetahuan keuangan dasar, dapat dicontohkan dengan pembiayaan, penerimaan, kekayaan, utang, ekuitas, serta ancaman. Informasi dasar ini biasanya berkaitan dengan keputusan pembiayaan atau investasi, di mana berhasil memengaruhi bagaimana seseorang bersikap saat mengelola keuangannya.
2) Simpanan dan pinjaman merupakan layanan yang sering disebut dengan istilah tabungan dan pinjaman. Tabungan berarti uang yang disimpan untuk keperluan masa yang akan datang. Individu yang memiliki penghasilan melebihi anggarannya biasanya pasti menyisihkan kelebihan tersebut sebagai tabungan guna keperluan di masa depan.
3) Perlindungan atau asuransi adalah bentuk jaminan keuangan yang dapat diwujudkan melalui berbagai macam produk asuransi, seperti asuransi jiwa, properti, pendidikan, maupun kesehatan. Tujuan utama dari proteksi ini adalah memberikan kompensasi atas situasi darurat, seperti kerugian, kematian, kecelakaan, ataupun kerusakan.
4) Investasi merujuk pada cara menyuplai modal atau sumber daya dengan harapan mendapatkan laba ke depannya. Contoh dari investasi ini berupa aset fisik (seperti properti ataupun emas), aset keuangan (seperti saham, deposito, obligasi, serta jenis aset finansial lainnya), dan sebagainya.

Sedangkan, menurut *Programme for Internasional Student Assessment* (PISA) dalam Kartini & Mashudi (2022, hlm. 157) ada berbagai elemen literasi keuangan, seperti keuangan dan transaksinya, perencanaan berikut pengelolaan keuangannya, beserta risiko maupun keuntungan.

c. Faktor yang Memengaruhi Literasi Keuangan

Berdasarkan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam Lahallo & Rupilele (2023, hlm. 32) literasi keuangan dapat dipengaruhi oleh faktor berikut:

1) *Gender*;
2) Tingkat pendidikan; dan
3) Tingkat penghasilan.

Sejalan dengan penelitian Margaretha & Pambudhi dalam Ramly & Fahlauddin (2022, hlm. 43–44) terdapat beberapa faktor yang memengaruhi literasi keuangan, yaitu:

1) *Gender*;
2) Penghasilan orang tua; dan
3) Indeks Prestasi Kumulatif (IPK).

d. Tingkat Literasi Keuangan

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam Soraya & Lutfiati (2020, hlm. 117–118) terdapat beberapa tingkatan dalam literasi keuangan, yaitu:

1) *Well Literate*

   Pada titik ini, seseorang mengerti dan percaya akan karakteristik, keuntungan, risiko, hak beserta tanggung jawab yang berhubungan dengan produk dan layanan keuangan, juga kemampuan dalam memanfaatkannya.

2) *Sufficient Literate*

   Pada tingkat ini, seseorang paham dan yakin mengenai karakteristik, keuntungan dan risiko, serta hak dan tanggung jawab yang berkaitan dengan produk dan layanan keuangan.

3) *Less Literate*

   Pada kondisi ini, seseorang hanya tahu terkait lembaga jasa keuangan, produk beserta jasa keuangan.

4) *Not Literate*

   Pada tahap ini, seseorang belum paham dan yakin mengenai lembaga keuangan serta berbagai produk dan layanan keuangan,

Kemudian, mereka juga belum memanfaatkan produk dan layanan keuangan tersebut.

e. Indikator Literasi Keuangan

Berdasarkan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) terdapat indikator pada literasi keuangan dalam membentuk kriteria *well literate* (2024, hlm. 4–5) sebagai berikut:

1) Parameter Pengetahuan
   a) Pemahaman tentang lembaga keuangan

      Dapat dikatakan bahwa seseorang mengetahui lembaga jasa keuangan ketika ia mendengar, melihat, menyadari, bahkan mengetahui karakteristik lembaga jasa keuangan.
   b) Pemahaman tentang produk atau layanan jasa keuangan

      Seseorang termasuk mengetahui tentang produk atau layanan jasa keuangan, jika ia telah mendengar, melihat, menyadari, mengenal, juga tahu dengan menilik karakteristik produk atau layanan jasa keuangan.
   c) Pemahaman tentang karakteristrik produk atau layanan jasa keuangan

      Seseorang dinyatakan paham akan karakteristik produk atau layanan jasa keuangan saat pernah mendengar, melihat, menyadari, mengenal, bahkan tahu dengan menilik ciri khas dari karakteristik produk atau layanan jasa keuangan.
   d) Pemahaman tentang saluran pengantaran

      Seseorang disebut mengetahui saluran pengantaran dari produk atau layanan keuangan apabila ia pernah mendengar, melihat, menyadari, mengenal ciri-ciri yang ada dalam saluran pengantaran tersebut.
2) Parameter Keterampilan
   a) Pernyataan kemampuan menghitung

      Seseorang berkemampuan menghitung ketika menyatakan bahwa ia mampu melakukan perhitungan.

b) Konsep aritmatika sederhana

Seseorang disebut memiliki keterampilan menghitung aritmatika sederhana jika dapat menjawab pertanyaan aritmatika.

3) Parameter Keyakinan

a) Keyakinan terhadap lembaga jasa keuangan

Seseorang dinyatakan yakin ataupun percaya lembaga jasa keuangan jika sudah bertransaksi keuangan melalui Lembaga Jasa Keuangan.

b) Keyakinan terhadap kemampuan pengelolaan keuangan

Seseorang diyakini percaya ataupun yakin pada kemampuan yang dimilikinya dalam pengelolaan keuangan ketika menyebut dirinya dapat mengelola keuangan dengan tingkat kemampuan setidaknya sebesar 3 (dalam skala 1-5).

4) Parameter Sikap

a) Tujuan keuangan

Seseorang termasuk bersikap keuangan apabila memiliki tujuan keuangan.

5) Parameter Perilaku

a) Upaya mencapai tujuan keuangan

Seseorang dinyatakan berperilaku keuangan jika melakukan upaya dalam mencapai tujuan keuangannya.

2. Media Sosial

a. Pengertian Media Sosial

Media ini berfungsi sebagai jembatan antara dua pihak, baik individu maupun kelompok. Souisa dkk. (2023, hlm. 1007) mengatakan bahwa jejaring sosial atau media sosial merujuk teknologi yang mengizinkan pengguna untuk membuat sendiri halaman web mereka serta berhubungan dengan orang lain untuk bertukar informasi, berkomunikasi, dan saling berinteraksi. Sejalan dengan Kaplan & Haenlein dalam Abdillah (2022, hlm. 1) bahwa media sosial merupakan sekelompok perangkat lunak berbasis internet yang didasarkan pada

pemikiran dan teknologi dengan menyediakan pengguna membuat dan berbagi konten mereka sendiri.

Alfaruk dalam Ladamay dkk. (2021, hlm. 165) mengatakan bahwa media sosial memungkinkan siapa saja untuk saling terhubung. Tidak perlu mengeluarkan uang untuk menyewa ruang, spanduk, atau metode pemasaran lainnya yang mungkin mahal. Sejalan dengan Kartini dkk. (2020, hlm. 137) bahwa media sosial merujuk kepada *platform* di internet yang memberikan kesempatan bagi pengguna untuk memberikan ide, berinteraksi, berbagi informasi, saling berkomunikasi, bekerja sama, dan membangun jaringan sosial secara virtual.

Berdasarkan uraian pengertian, sehingga bisa dikatakan media sosial ialah teknologi internet berbasis digital yang memungkinkan para penggunanya untuk mewujudkan dan mendistribusikan konten, berkomunikasi, berinteraksi, serta berkolaborasi satu sama lain secara virtual. Tanpa perlu mengeluarkan biaya yang mahal, media sosial juga memungkinkan hubungan sosial tanpa keterbatasan ruang dan waktu.

b. Karakteristik Media Sosial

Widyasari dkk. (2018, hlm. 5–7) mengemukakan karakteristik penting yang seharusnya ada pada berbagai *platform* media sosial, meliputi:

1) Sebuah *platform* yang berfokus pada pengguna

   Sebelum masa digital yang didominasi oleh media sosial, bahan yang disebarluaskan di situs web bersifat satu arah. Semua modifikasi atau pembaruan umumnya dilakukan oleh pihak yang dikenal dengan webmaster. Saat ini, konten yang beredar di media sosial sepenuhnya diatur oleh pengguna *platform* tersebut.

2) Bersifat sangat interaktif

   Di semua *platform* media sosial yang terkenal saat ini, hubungan antara pengguna sangatlah krusial. Tingkat kedalaman interaksi yang terjadi pada suatu konten akan dijelaskan lebih lanjut dalam bagian yang mengindikasikan cara menilai keberhasilan suatu konten.

3) Pengguna adalah pencipta konten

   Sebagai *platform* yang didasarkan pada pengguna, sepenuhnya konten dikendalikan oleh setiap individu. Namun, tipe konten (teks, foto, video, atau audio) yang bisa diunggah pada setiap *platform* memang bervariasi.

4) Pengguna memiliki kebebasan untuk mengatur akunnya sesuai keinginan

   Setiap *platform* menyediakan berbagai opsi pengaturan akun atau halaman, memberikan kesempatan kepada pengguna untuk menyesuaikan profil mereka sesuai dengan fitur yang ingin mereka tampilkan.

5) Tergantung pada hubungan antar pengguna serta komunitas yang ada

   Jumlah ikatan yang terjalin di antara pengguna dalam sebuah *platform* media sosial akan meningkatkan kemungkinan terjadinya interaksi, dan memperbanyak komunitas yang terbentuk berdasarkan minat yang sama dari setiap individu.

6) Menawarkan kesempatan untuk berinteraksi tanpa batas

   Platform media sosial memberi kesempatan kepada penggunanya untuk berkomunikasi dengan siapa saja, di lokasi mana pun, dan kapan saja. Pengguna bisa menjalin hubungan dengan teman-teman lama atau dengan orang-orang dari negara yang mungkin belum mereka ketahui atau jelajahi sebelumnya. Selama terhubung ke jaringan internet, siapa pun dapat berinteraksi dengan siapa saja.

c. Jenis Media Sosial

Menurut Kaplan & Andrea dalam Fitriani (2021, hlm. 1009) jenis media sosial dibagi menjadi enam bagian, yakni:

1) Proyek Kolaborasi adalah *platform* media sosial yang memberi keleluasaan kepada penggunanya untuk bersama-sama membuat, menambah dan memperbaharui konten. Contoh dari ini adalah Wikipedia.

2) Blog dan Micro blog ialah salah satu jenis media sosial yang merupakan cikal bakal dan tahap awalnya dari perkembangan media sosial. Dengan *platform* ini, pengguna dapat menghasilkan konten yang awalnya hanya berfokus pada tulisan dan disajikan secara berurutan. Salah satu contohnya Twitter atau X.
3) Komunitas Konten yaitu *platform* media sosial yang memberikan kesempatan kepada penggunanya untuk mendistribusikan konten di area seni atau jenis media multimedia seperti gambar, video, foto, dan audio. Sebagai contoh, YouTube, Instagram, dan TikTok.
4) Situs Jejaring Sosial adalah *platform* media sosial di mana pengguna dapat membangun interaksi atau hubungan dengan pengguna lain melalui pembuatan profil yang berisi informasi pribadi. Pengguna juga dapat mengundang teman untuk mengakses profil mereka dan saling mengirim pesan melalui *platform* tersebut. Misalnya, Facebook.
5) Dunia Permainan Virtual merupakan sebuah *platform* yang menciptakan salinan dari lingkungan tiga dimensi atau 3D, sehingga para penggunanya dapat saling berinteraksi dalam permainan dengan menggunakan avatar yang mereka pilih, seolah-olah berada di dunia nyata. Contoh dari ini adalah Mobile Legends dan PUBG Mobile.
6) Dunia Sosial Virtual merupakan *platform* yang berbentuk dunia maya, di mana interaksi yang tersedia lebih fleksibel seperti simulasi kehidupan sehari-hari. Misalnya, Second Life.

d. Indikator Media Sosial

Febriyan dalam Muttaqin dkk. (2022, hlm. 239) mengemukakan beberapa indikator media sosial sebagai berikut:

1) *Online Communities*, yaitu kumpulan orang yang berinteraksi secara daring melalui komunitas dengan memiliki minat yang sama;
2) *Interaction*, yaitu interaksi antara dua orang atau lebih melalui *platform* digital;

3) *Sharing of Content*, yaitu berbagi konten melalui berbagai *platform* digital ataupun komunitas daring dengan maksud dan tujuan tertentu;
4) *Accessibility*, yaitu kemudahan jangkauan dalam mengakses *platform* digital;
5) *Credibility*, yaitu tingkat kepercayaan individu yang diberikan kepada *platform* digital yang digunakan.

3. Minat Berinvestasi

a. Minat

Furqon (2024, hlm. 5) mengatakan, "Minat merupakan suatu perhatian yang terfokus dengan melibatkan aspek emosi, kegembiraan, kecenderungan, serta keinginan yang aktif dan tidak disadari untuk memperoleh sesuatu dari lingkungan disekitarnya". Situmorang & Natariasari dalam Mu'afi dkk. (2024, hlm. 2) mengatakan bahwa minat merujuk pada kecenderungan untuk fokus dan merespons individu, aktivitas, atau keadaan yang menarik diserta dengan rasa bahagia. Holland dalam Nastiti & Laili (2020, hlm. 15) mengatakan, bahwa minat adalah suatu kegiatan atau hal yang dapat membangkitkan ingin tahu, menarik perhatian seseorang, dan menimbulkan perasaan senang atau kesenangan dalam diri seseorang.

Berlandaskan uraian pengertian tersebut, sehingga dapat ditarik simpulan bahwa minat ialah kecenderungan seseorang untuk memperhatikan dan menanggapi sesuatu yang menarik perhatiannya. Aspek emosional, rasa ingin tahu, dan perasaan senang melakukan atau mengetahui sesuatu, baik secara sadar maupun tidak sadar dapat disebut sebagai minat.

b. Investasi

Paningrum (2022, hlm. 2) dalam bukunya menjelaskan bahwa pengertian investasi mengacu pada aktivitas menunda konsumsi sekarang dengan jumlah tertentu dan untuk durasi tertentu dalam kekayaan yang efesien oleh investor, dengan capaian mendapatkan keuntungan masa depan yang diantisipasi. Lubis (2016, hlm. 1)

mengatakan bahwa makna dari investasi adalah penggunaan sumber daya keuangan atau sumber daya lainnya untuk mendapatkan suatu aset sekarang dengan harapan untuk meraih keberuntungan di waktu yang akan datang.

Berlandaskan penjelasan pengertian tersebut, sehingga disimpulkan bahwa investasi ialah pengalokasian sumber daya atau penanaman modal pada aset dengan capaian pendapatan tambahan di kemudian hari. Investasi dapat dilakukan dalam jangka panjang maupun sebaliknya, tetapi setiap investasi harus mempertimbangkan tingkat risiko dan keuntungan yang diharapkan.

c. Manfaat Investasi

Menurut Suratna dkk. (2020) terdapat beberapa manfaat investasi, antara lain:

1) Meningkatkan Aset

   Hal ini dapat dicapai melalui ragam jenis investasi, seperti saham, obligasi, properti, dan sebagainya. Dengan membeli saham yang memiliki potensi pertumbuhan tinggi, individu dapat meningkatkan asetnya secara signifikan.

2) Memenuhi Kebutuhan di Masa Mendatang

   Dengan menginvestasikan uang, individu dapat menghasilkan pendapatan pasif yang digunakan untuk membiayai kebutuhan di masa mendatang, contohnya pendidikan anak, pernikahan, atau pensiun.

3) Gaya Hidup Hemat

   Seperti menghindari pengeluaran yang tidak penting serta memiliki lebih banyak uang untuk ditabung dan diinvestasikan. Hal ini dapat membantu individu mencapai kebebasan finansial dan meningkatkan kualitas hidup.

4) Menghindari Terjerat Hutang Piutang

   Dengan memiliki dana yang cukup, individu dapat menghindari hutang dan memiliki lebih banyak kebebasan finansial untuk menghadapi risiko keuangan yang tidak terduga.

Dilansir melalui laman BCA (2023), terdapat manfaat investasi yang bisa dijadikan bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi, yaitu:

1) Melindungi Aset dari Inflasi

   Tingkat inflasi cenderung meningkat setiap tahun. Kenaikan inflasi bisa berdampak pada nilai aset. Hal ini dapat menyebabkan melemah atau nilainya berkurang. Untuk itu, melakukan investasi bisa menjadi salah satu cara untuk melindungi aset dari efek inflasi.

2) Kebebasan Finansial

   Ini adalah keadaan di mana individu dapat memenuhi semua kebutuhan harian mereka meskipun sudah tidak bekerja. Salah satu keuntungan dari berinvestasi adalah membantu para investor mencapai kebebasan finansial. Semakin banyak nilai investasi yang ditanamkan, semakin besar pula kemungkinan untuk mencapai kebebasan finansial

3) Bisa Menjadi Sumber Pendapatan Tambahan

   Keuntungan dari investasi berasal dari perbedaan harga belinya serta harga jualnya instrumen yang diinvestasikan. Sementara itu, pendapatan bisa datang dari produk investasi yang memberikan dividen atau pembagian hasil pada waktu tertentu. Dengan demikian, investasi ini dapat berfungsi sebagai sumber pendapatan tambahan.

4) Sebagai Persiapan untuk Masa Depan

   Investasi dapat dijadikan pemenuhan berbagai macam kebutuhan, mulai dari kebutuhan pribadi, biaya pernikahan, hingga biaya pendidikan anak.

5) Bisa Menjadi Dana Cadangan untuk Usia Tua

   Kenaikan nilai dari investasi yang didapat bisa dipakai sebagai persiapan untuk dana pensiun. Apabila nilai investasi terus meningkat seiring berjalannya waktu, ini bisa menjadi tabungan untuk masa pensiun nanti.

d. Instrumen Investasi di Pasar Modal

Berdasarkan OJK (2023, hlm. 37–53) alat yang diperdagangkan di pasar saham disebut sebagai sekuritas. Sekuritas merupakan dokumen keuangan atau kontrak investasi yang bisa berupa tradisional, digital, atau jenis lainnya. Berikut yang diperdagangkan di pasar modal:

1) Saham

Simbol partisipasi seseorang atau suatu entitas (perusahaan) dalam sebuah perusahaan. Harga saham terbentuk melalui adanya penawaran dan permintaan untuk saham. Adapun keuntungan serta risiko memiliki saham, sebagai berikut:

a) Keuntungan

(1) Menerima dividen yang merupakan laba perusahaan yang diberikan kepada para pemilik saham. Besaran yang disalurkan diusulkan oleh Direksi perusahaan serta disepakati di dalam Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS);

(2) *Capital gain* merupakan perolehan yang diperoleh saat pemegang saham menjual sahamnya bersama harga yang melebihi dari harga saat membelinya.

b) Risiko

(1) Perusahaan tidak akan memberikan dividen jika tidak ada keuntungan, dividen dapat diberikan saat perusahaan menunjukkan hasil yang memuaskan dan mempunyai saldo laba yang baik. Tetapi apabila perusahaan mengalami rugi, maka dividen tidak akan dibagikan;

(2) *Capital loss* adalah lawan dari *capital gain*. Situasi ini terjadi ketika seorang pemilik saham menjual saham yang dimilikinya dengan harga yang relatif rendah daripada harga saat membelinya;

(3) Risiko likuiditas, ketika perusahaan mengalami kebangkrutan atau dihapus, para pemegang saham mendapatkan hak klaim di urutan terakhir atas aset perusahaan setelah semua kewajiban perusahaan

diselesaikan. Dalam situasi terburuk, jika tidak ada aset yang tersisa, maka pemegang saham tidak bisa menerima apapun.

2) Obligasi

Merupakan dokumen yang mengatur utang dari penerbit surat utang kepada pemilik surat utang dengan komitmen untuk membayar kembali jumlah pokok serta bunga pada waktu yang telah ditentukan. Berinvestasi di surat utang berarti memberikan dana pinjaman kepada perusahaan yang menerbitkan surat utang tersebut. Adapun keuntungan dan risiko yang terkait dengan investasi pada surat utang:

a) Keuntungan
   (1) Mendapat kupon atau bunga secara berkala yang dibayarkan kepada pemilik obligasi saat berakhir masa berlakunya;
   (2) Memperoleh *capital gain*, yaitu manfaat yang diperoleh dari selisih antara harga beli lebih rendah daripada harga jualnya.

b) Risiko
   (1) Berpotensi mengalami kerugian, seperti gagal bayar yaitu saat penerbit Obligasi tidak bisa membayar kembali bunga maupun pokok obligasi;
   (2) Risiko kebangkrutan, ialah risiko yang dihadapi ketika suatu penerbit obligasi dikatakan pailit oleh pengadilan;
   (3) Risiko likuiditas, yang mana obligasi sulit diperjualbelikan;
   (4) Risiko mengalami *capital loss*.

3) Reksa Dana

Merupakan tempat yang berfungsi untuk menghimpun dana dari para pemberi modal, yang selanjutnya akan diinvestasikan melalui portofolio sekuritas, portofolio investasi bersama, dan/atau instrumen keuangan lainnya oleh pengelola investasi. Adapun keuntungan dan risiko terkait investasi reksa dana, sebagai berikut:

a) Manfaat
   (1) Dikelola oleh manajemen profesional;
   (2) Diversifikasi investasi, yaitu sebaran investasi yang terwujud dalam portofolio;
   (3) Transparansi informasi;
   (4) Likuiditas;
   (5) Tidak dikenakan pajak.

b) Risiko
   (1) Penurunan nilai investasi;
   (2) Risiko perubahan dalam aspek ekonomi dan politik;
   (3) Risiko adanya perubahan regulasi;
   (4) Risiko terjadinya pembubaran dan proses likuidasi;
   (5) Risiko likuiditas, bilamana seluruh atau sebagian umum pemegang unit penyertaan menjualnya kembali unit penyertaan mereka secara bersamaan kepada manajer investasi, bisa jadi manajer investasi tidak cukup memiliki dana untuk menyelesaikan pembelian kembali unit tersebut;
   (6) Risiko pasar, nilai unit penyertaan bisa berubah-ubah seiring dengan perubahan situasi pasar terkait suku bunga, saham, dan kredit;
   (7) Risiko perubahan nilai tukar, investasi reksa dana dalam instrumen yang menggunakan mata uang asing, dapat menyebabkan kerugian akibat fluktuasi nilai tukar yang berujung pada penurunan NAB.

e. Minat Investasi

Wulandari dkk. dalam Maswir (2022, hlm. 395) mengatakan bahwa minat untuk berinvestasi dapat dipahami sebagai keinginan untuk menempatkan sejumlah uangnya dalam perdagangan di bursa efek dengan maksud memperoleh keuntungan di waktu yang akan datang. Sejalan dengan Sulistyowati dkk. (2024, hlm. 106) bahwa minat berinvestasi adalah kapasitas, keinginan, dan fokus pada aktivitas menyimpan uang dengan cara memberikan kepuasan saat kita

menyimpan dana yang kita miliki untuk mendapatkan keuntungan di masa mendatang.

Kusmawati dalam Gheta & Meylano (2023, hlm. 37) mengatakan bahwa ketertarikan untuk berinvestasi adalah hasrat untuk mengetahui tentang berbagai jenis atau alat investasi meliputi keuntungan, kekurangan, kinerja investasi, dan lainnya. Adapun menurut Pajar dalam Widiawati & Yuniasih (2023, hlm. 153) bahwa minat berinvestasi ialah dorongan kuat seseorang untuk ikut serta dalam berbagai hal yang berkaitan dengan keuangan, hingga bagian pelaksanaannya.

Berdasarkan uraian pengertian di atas, ditarik simpulan bahwa minat investasi ialah keyakinan atau dorongan dalam diri mahasiswa untuk mempelajari dan memahami berbagai aspek investasi meliputi instrumen, risiko, keuntungan, serta potensi pengambilan keputusan dalam berinvestasi di pasar modal.

f. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Berinvestasi

Menurut Khairani dalam Savanah & Takarini (2021, hlm. 86) faktor-faktor yang memengaruhi minat, antara lain:

1) Faktor dorongan dalam diri, yakni keinginan yang sesuai dengan harapan dan kebutuhan individu yang dapat dengan mudah membangkitkan ketertarikan;
2) Faktor motif sosial, yaitu unsur lain yang memengaruhi minat berlandaskan penilaian masyarakat dan lingkungan di sekitar sehingga memengaruhi individu dari sudut pandang sosial;
3) Faktor emosional, yaitu pengaruh dari perasaan dan emosi individu dalam situasi tertentu yang memicu rasa dan meningkatkan keinginan dalam minat

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan ada beberapa komponen yang memengaruhi minat investasi, yaitu dorongan dari dalam diri (*inner urge*), motif sosial (*social motive*), dan pengaruh emosi (*emotional factor*). Maka, peneliti memilih literasi keuangan yang termasuk dorongan dari dalam diri untuk memahami dan memenuhi

kebutuhan finansial, sementara peran media sosial dapat memengaruhi motif sosial melalui penilaian dan saran yang membentuk minat.

Adapun faktor-faktor yang memengaruhi minat berinvestasi dalam penelitian Lioera dkk. (2022, hlm. 187) sebagai berikut:

1) *Expected return*, yaitu tingkat pengembalian yang diharapkan terhadap investasi;
2) Efikasi diri, yaitu kepercayaan seseorang terhadap kemampuannya dalam berinvestasi;
3) *Subjectif norms*, yaitu pandangan atau keyakinan yang akan memengaruhi keputusan investasi;
4) *Investment attitude*, yaitu sikap individu dalam menghadapi permasalahan keuangannya.

g. Indikator Minat Berinvestasi

Dalam penelitian Adiningtyas & Hakim (2022, hlm. 478) mengemukakan indikator minat investasi, terdiri dari:

1) Keterikatan, yaitu mengacu pada sejauh mana individu menunjukkan ketertarikan terhadap investasi, seperti mencari informasi, berdiskusi mengenai investasi, dsb;
2) Ambisi, yaitu keinginan yang besar dalam diri seseorang untuk mencapai tujuan finansial melalui investasi;
3) Kepercayaan, yaitu keyakinan individu terhadap investasi dan kemampuannya dalam mengambil keputusan investasi untuk memenuhi ambisinya.

4. Keterkaitan antara Literasi Keuangan, Media Sosial, dan Minat Berinvestasi

Adnyana (2020, hlm. 2–3) dalam bukunya menjelaskan alur keputusan investasi, antara lain:

a. Penetapan Tujuan Investasi

Dalam menentukan tujuan investasi, ada beberapa aspek yang perlu diperhatikan, seperti durasi investasi (apakah singkat atau lama) dan target hasil yang ingin dicapai.

b. Penentuan Kebijakan Investasi

Seorang investasi perlu memahami profil risiko pribadi mereka, yaitu apakah mereka bersedia mengambil risiko atau lebih memilih untuk menghindarinya, jumlah dana yang akan diinvestasikan, seberapa fleksibel mereka dalam memantau investasi, serta pengetahuan mereka tentang pasar modal.

c. Pemilihan Strategi Portofolio dan Aset

Sesudah memahami perihal di poin a dan b sebelumnya, kita dapat menyusun sebuah portofolio yang diharapkan bisa efisien serta optimal.

d. Pengukuran dan Evaluasi Kinerja Portofolio

Langkah ini bertujuan untuk menilai seberapa baik performa portofolio yang telah dibentuk, yaitu apakah sudah memenuhi sasaran yang telah ditentukan atau tidak.

Dengan memahami proses pengambilan keputusan investasi menunjukkan bahwa literasi keuangan dan media sosial penting dalam membentuk minat berinvestasi. Literasi keuangan membantu memahami konsep-konsep keuangan dan membentuk dasar berpikir yang rasional dalam setiap tahap pengambilan keputusan investasi. Sementara, media sosial berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi sekaligus pengaruh eksternal yang mampu membentuk pola pikir dan sikap mahasiswa terhadap investasi. Melalui media sosial, mahasiswa dapat memperoleh inspirasi, pengetahuan, dan dorongan untuk mulai berinvestasi, baik dari konten edukatif maupun pengalaman investor lain.

Menurut Rosdiana dkk. (2023, hlm. 71–72) dalam bukunya menjelaskan Teori Perilaku Terencana atau *Theory of Planned Behavior* (TPB), yang dikembangkan oleh Ajzen merupakan pengembangan dari Teori Tindakan Beralasan dengan menambahkan aspek kontrol terhadap perilaku yang dirasakan. Teori Perilaku Terencana (TPB) menyatakan bahwa perilaku seseorang ditentukan secara langsung oleh niat mereka dan kontrol perilaku yang mereka rasakan. Kontrol perilaku yang dirasakan, atau yang dikenal dengan *self efficacy*, mencakup sejauh mana seseorang meyakini diri mereka dapat mengendalikan perilaku tersebut. Niat pada

akhirnya, diprediksi secara langsung oleh sikap individu terhadap perilaku, norma subjektif, beserta kontrol perilaku yang mereka rasakan.

Berlandaskan penjelasan teori tersebut, dapat disimpulkan bahwa termuat sebagian pengaruh keinginan atau niat mahasiswa untuk berinvestasi. Dalam penelitian ini, literasi keuangan memengaruhi sikap mahasiswa terhadap investasi. Sedangkan, media sosial memengaruhi norma subjektif dengan eksposur konten investasi yang menarik dan edukatif. Kontrol perilaku yang dirasakan juga dapat dipengaruhi oleh literasi keuangan, karena mahasiswa yang memiliki pemahaman keuangan yang baik (*well literate*) akan merasa lebih yakin saat membuat keputusan investasi.

B. Hasil Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian terdahulu menjadi acuan bagi peneliti dalam pelaksanaan penelitian ini. Dengan menelusuri berbagai sumber referensi, beberapa penelitian yang berkaitan dengan topik ini dapat diidentifikasikan:

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti/Tahun	Judul	Tempat Penelitian	Pendekatan & Analisis	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Aliyah Zahrah Fadhilah Ladamay, Trisiladi Supriyanto, Siwi Nugraheni (2021)	Pengaruh Media Sosial, Literasi Keuangan, Risiko, Imbal Hasil, dan Religiusitas terhadap Minat Berinvestasi Sukuk Generasi Z di Jakarta	Jakarta	Pendekatan deskriptif kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda	1. Media sosial (X_1) secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berinvestasi generasi Z di Jakarta pada produk investasi sukuk; 2. Literasi keuangan (X_2) secara parsial	1. Variabel X literasi keuangan dan media sosial; 2. Varibel Y minat berinvestasi	1. Variabel X risiko, imbal hasil, dan religiusitas 2. Subjek penelitian; 3. Tempat penelitian

No	Nama Peneliti/Tahun	Judul	Tempat Penelitian	Pendekatan & Analisis	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
					tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berinvestasi generasi Z di Jakarta pada produk investasi sukuk; 3. Risiko (X_3) secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berinvestasi generasi Z di Jakarta pada		

No	Nama Peneliti/Tahun	Judul	Tempat Penelitian	Pendekatan & Analisis	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
					produk investasi sukuk; 4. Imbal hasil (X_4) secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berinvestasi generasi Z di Jakarta pada produk investasi sukuk; 5. Religiusitas (X_5) secara parsial memiliki pengaruh yang		

No	Nama Peneliti/Tahun	Judul	Tempat Penelitian	Pendekatan & Analisis	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
					signifikan terhadap minat berinvestasi generasi Z di Jakarta pada produk investasi sukuk.		
2	Trisnaningsih, Sihabudin, Robby Fauzi (2022)	Pengaruh Influencer dan Literasi Keuangan terhadap Minat Investasi Mahasiswa	Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Buana Perjuangan Karawang	Pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi berganda	1. Variabel influencer berpengaruh positif signifikan terhadap minat investasi; 2. Literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan	1. Variabel X literasi keuangan; 2. Variabel Y minat investasi	1. Variabel X influencer; 2. Subjek penelitian; 3. Tempat penelitian

No	Nama Peneliti/Tahun	Judul	Tempat Penelitian	Pendekatan & Analisis	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
					terhadap minat investasi.		
3	Merci Souisa, Lilian Loppies, Restia Christany (2023)	Analisis Pengaruh Literasi Keuangan dan Teknologi Media Sosial terhadap Minat Berinvestasi Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Pattimura	Prodi Manajemen di Universitas Pattimura	Pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi berganda	1. Literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap minat berinvestasi; 2. Teknologi media sosial berpengaruh positif signifikan terhadap minat berinvestasi	1. Variabel X literasi keuangan dan teknologi media sosial; 2. Variabel Y minat berinvestasi	1. Subjek penelitian; 2. Tempat penelitian

No	Nama Peneliti/Tahun	Judul	Tempat Penelitian	Pendekatan & Analisis	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
4	Ari Sulistyowati, Siti Wahdaniyah Putri, Salsabila Hasani, Friska Monika, Samuel Sandi, Yoga Karuniawan (2024)	Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengetahuan Investasi terhadap Minat Investasi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Angkatan 2020 dan 2021	Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya	Pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda	1. Literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat investasi pada mahasiswa; 2. Pengetahuan investasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat investasi pada mahasiswa	1. Variabel X literasi keuangan; 2. Variabel Y minat investasi	1. Variabel X pengetahuan investasi; 2. Subjek penelitian; 3. Tempat penelitian

No	Nama Peneliti/Tahun	Judul	Tempat Penelitian	Pendekatan & Analisis	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
5	Nugi Marselino & Novera Martilova (2024)	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	Prodi Perbankan Syariah di Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi	Pendekatan kuantitatif deskriptif dengan analisis regresi linier sederhana	*Platform* media sosial memberi pengaruh signifikan pada keinginan generasi milenial agar berinvestasi di pasar modal.	1. Variabel X *platform* media sosial; 2. Variabel Y minat berinvestasi	1. Analisis regresi linier sederhana; 2. Subjek penelitian; 3. Tempat penelitian

No	Nama Peneliti/Tahun	Judul	Tempat Penelitian	Pendekatan & Analisis	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi)					
6	Muhammad Irfan Mu'afi, Putri Aghni Amalia, Tazkia Amalia (2024)	Memahami Perilaku Investasi Generasi Z: Peran Literasi Keuangan sebagai Pendorong Utama	Yogyakarta	Pendekatan kuantitatif dengan analisis partial least square	Literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi.	1. Variabel X literasi keuangan; 2. Variabel Y minat investasi	1. Subjek penelitian; 2. Tempat penelitian

C. Kerangka Pemikiran

Perubahan dalam sektor keuangan akibat kemajuan teknologi telah menciptakan pandangan baru dalam perilaku masyarakat terhadap investasi. Akses terhadap instrumen investasi saat ini menjadi lebih terbuka melalui kehadiran *platform* digital yang memudahkan partisipasi masyarakat secara luas. Meskipun demikian, kemudahan akses tersebut belum tentu dipastikan adanya peningkatan partisipasi aktif dalam kegiatan investasi, khususnya di kalangan mahasiswa.

Menurut Sulistyowati dkk. (2024, hlm. 106) bahwa minat investasi adalah kemampuan dan keinginan untuk fokus dalam menempatkan uang dengan cara yang menyenangkan, serta berharap mendapatkan laba di masa mendatang dari simpanan yang dilakukan. Sebagai bagian dari generasi produktif, mahasiswa memiliki potensi besar untuk terlibat aktif dalam aktivitas investasi. Akan tetapi, pada kenyataannya menunjukkan bahwa meskipun informasi mengenai investasi telah banyak tersedia, sebagian besar mahasiswa cenderung memilih menabung daripada berinvestasi. Adiningtyas & Hakim (2022, hlm. 478) menyatakan bahwa minat berinvestasi dapat diukur melalui tiga indikator, yaitu keterikatan, ambisi, dan kepercayaan. Rendahnya minat mahasiswa dalam berinvestasi mengindikasikan adanya faktor-faktor tertentu yang turut memengaruhinya.

Khairani dalam Savanah & Takarini (2021, hlm. 86) menyebutkan bahwa minat berinvestasi dipengaruhi oleh dorongan dalam diri (*inner urge*), motif sosial (*social motive*), dan faktor emosional (*emotional factor*). Dorongan dalam diri berkaitan dengan keinginan individu untuk memahami dan terlibat dalam aktivitas investasi, yang dalam konteks penelitian ini direpresentasikan oleh tingkat literasi keuangan. Sementara itu, motif sosial erat kaitannya dengan lingkungan sosial, termasuk media sosial yang memiliki peran besar dalam membentuk persepsi dan ketertarikan mahasiswa terhadap investasi. Oleh sebab itu, literasi keuangan dan media sosial dipandang sebagai variabel yang relevan dalam memengaruhi minat mahasiswa berinvestasi.

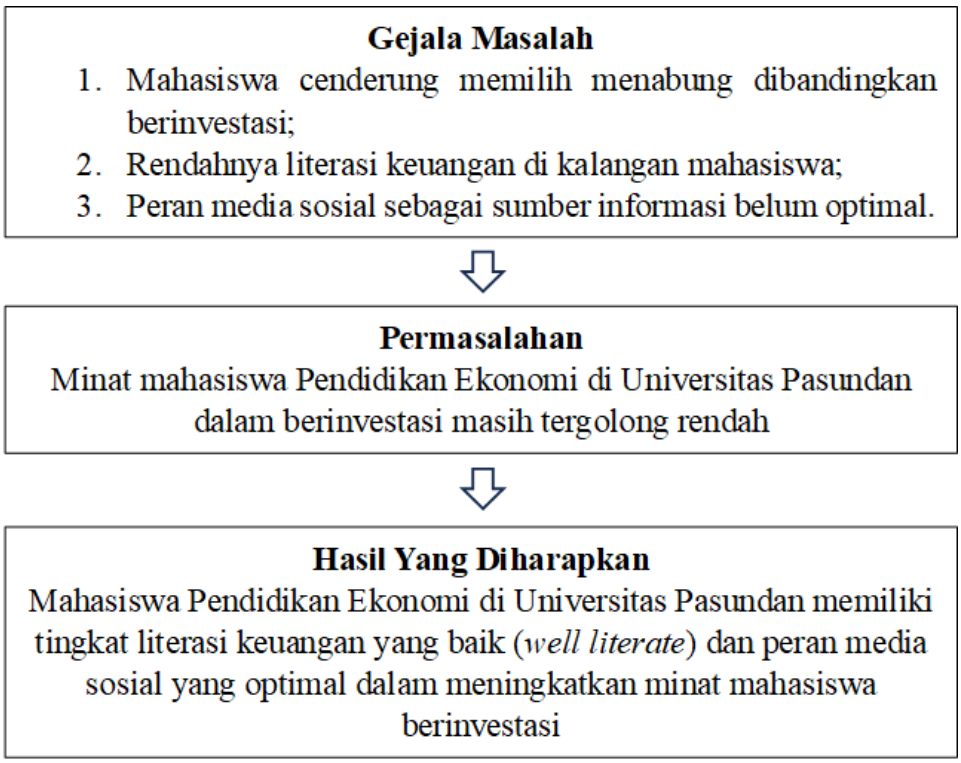
Pemahaman terhadap konsep dasar keuangan merupakan salah satu aspek krusial yang memengaruhi keputusan seseorang dalam berinvestasi.

Individu dengan literasi keuangan yang baik akan lebih siap dan percaya diri dalam mengambil keputusan keuangan. Menurut Rohmawan dkk. (2024, hlm. 13) bahwa literasi keuangan merujuk pada pengetahuan, keterampilan, dan kapasitas untuk menggunakan prinsip pengelolaan uang secara efektif dalam kehidupan sehari-hari untuk meningkatkan kesejahteraan finansial, yang pada gilirannya juga mendukung pertumbuhan ekonomi suatu negara. Tazkia & Wijayanti dalam Ayu dkk. (2023, hlm. 136) juga menegaskan bahwa literasi keuangan adalah pengetahuan penting yang membantu seseorang untuk membuat keputusan keuangan lebih bijak. Semakin baik kemampuan literasi keuangannya, akan semakin besar pula peluang individu tersebut untuk berminat dalam melakukan investasi. Adapun indikator literasi keuangan menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam Soraya & Lutfiati (2020, hlm. 117–118) mencakup: (1) pengetahuan, (2) keterampilan, (3) keyakinan, (4) sikap, dan (5) perilaku.

Di samping itu, media sosial sebagai faktor eksternal juga sangat berpengaruh terkait pembentukan persepsi mahasiswa terhadap investasi. Kehadiran *platform* digital dapat memudahkan penyebaran informasi secara cepat dan menyeluruh. Menurut Souisa dkk. (2023, hlm. 1007) bahwa media sosial atau jejaring sosial adalah *platform* yang memberikan kemudahan bagi individu untuk membuat situs web pribadi mereka sendiri dan selanjutnya berhubungan dengan orang lain untuk berbagi informasi, berkomunikasi, dan saling berinteraksi. Febriyan dalam Muttaqin dkk. (2022, hlm. 239) mengemukakan bahwa indikator media sosial meliputi: *online communities*, *interaction*, *sharing of content*, *accessibility*, dan *credibility*.

Sebagai generasi muda, mahasiswa cenderung mengandalkan media sosial sebagai sumber utama informasi. Melalui konten edukatif dan promosi investasi yang menarik di media sosial dapat meningkatkan ketertarikan mahasiswa untuk berinvestasi. Hal ini sejalan dengan pernyataan Tryaswati & Astuti (2024, hlm. 156) yang mengatakan, “Media sosial tidak hanya menjadi sumber informasi, tetapi juga *platform* untuk edukasi dan diskusi mengenai investasi”.

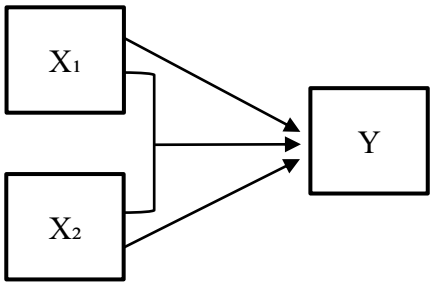
Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa minat mahasiswa dalam berinvestasi dipengaruhi oleh faktor internal berupa literasi keuangan dan faktor eksternal berupa media sosial. Mahasiswa Pendidikan Ekonomi secara teoritis telah memperoleh konsep dasar mengenai keuangan termasuk investasi yang dipelajari melalui mata kuliah. Dengan tingkat literasi keuangan yang baik dan pemanfaatan media sosial secara bijak, diharapkan minat mahasiswa dalam berinvestasi juga meningkat. Oleh karena itu, kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat diilustrasikan melalui gambar berikut:



Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran

Adapun paradigma penelitian ini dapat diilustrasikan sebagai berikut:



Gambar 2.2

Paradigma Penelitian

Keterangan:

X_1 = Literasi Keuangan

X_2 = Media Sosial

Y = Minat Berinvestasi

→ = Pengaruh

D. Asumsi dan Hipotesis Penelitian

1. Asumsi Penelitian

Berdasarkan Buku Panduan FKIP Unpas (2024, hlm. 14) bahwa asumsi adalah langkah awal dalam proses berpikir yang sudah diterima sebagai benar oleh peneliti. Asumsi ini berperan sebagai landasan untuk menyusun hipotesis. Oleh sebab itu, asumsi penelitian yang diajukan dapat berasal dari teori, bukti, maupun pemikiran peneliti itu sendiri. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka asumsi dari penelitian ini, yaitu:

a. Semakin tinggi tingkat literasi keuangan mahasiswa Pendidikan Ekonomi di Universitas Pasundan, maka semakin besar kemungkinan untuk tertarik dan mengambil tindakan berinvestasi;
b. Semakin sering penggunaan dan interaksi yang intens melalui media sosial dapat meningkatkan ketertarikan mahasiswa dalam berinvestasi;
c. Dengan adanya *platform* digital yang *user-friendly* dalam mengakses instrumen investasi dapat mendorong minat mahasiswa berinvestasi.

2. Hipotesis Penelitian

Sugiyono (2024, hlm. 63) mengungkapkan bahwa hipotesis ialah respon sementara terhadap pertanyaan yang diajukan dalam penelitian yang dirumuskan sebagai bentuk kalimat. Berikut adalah hipotesis yang terdapat dalam penelitian ini:

a. Terdapat pengaruh yang signifikan antara tingkat literasi keuangan terhadap minat mahasiswa dalam berinvestasi;
b. Terdapat pengaruh yang signifikan antara peran media sosial terhadap minat mahasiswa dalam berinvestasi;
c. Terdapat pengaruh yang signifikan antara tingkat literasi keuangan dan media sosial terhadap minat mahasiswa dalam berinvestasi.