

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN

A. Kajian Teori

1. Literasi Keuangan

a. Pengertian Literasi Keuangan

Organisation for Economic Co-operation and Development (2025), menjelaskan bahwa literasi keuangan merupakan perpaduan antara kesadaran keuangan, pengetahuan, keterampilan, sikap, serta perilaku yang diperlukan seseorang dalam mengambil keputusan keuangan secara tepat sehingga dapat mencapai kesejahteraan finansial. Otoritas Jasa Keuangan & Badan Pusat Statistik (2024, hlm. 3) juga menyatakan bahwa literasi keuangan merupakan pengetahuan, kemampuan, dan keyakinan seseorang yang memengaruhi sikap serta tindakan dalam mengelola keuangan, sehingga membantu pengambilan keputusan yang lebih baik dan mendukung tercapainya kesejahteraan finansial masyarakat. Arianti (2021, hlm. 10) menegaskan bahwa literasi keuangan penting dimiliki setiap individu agar mampu mengelola keuangan pribadi dan mengambil keputusan keuangan dengan baik. Sejalan dengan pendapat tersebut, literasi keuangan mencerminkan kemampuan seseorang dalam memahami dan menerapkan pengetahuan serta keterampilan untuk mengatur dan menyelesaikan berbagai masalah keuangan (Choerudin, dkk., 2023, hlm. 5). Literasi keuangan juga merupakan proses yang menunjukkan sejauh mana kemampuan seseorang dalam memahami serta menerapkan konsep-konsep keuangan sehingga keuangan dapat dikelola secara baik (Winarti & Supyan, 2021, hlm. 51).

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut, literasi keuangan dapat disimpulkan sebagai kemampuan individu yang mencakup pengetahuan, keterampilan, serta keyakinan dalam memahami dan mengelola keuangan yang kemudian memengaruhi sikap dan perilaku dalam pengambilan keputusan keuangan yang lebih bijak dan bertanggung jawab guna mencapai kesejahteraan finansial.

Dalam kehidupan sehari-hari, individu sering dihadapkan pada berbagai pilihan keuangan yang memerlukan pertimbangan yang cermat. Oleh karena itu, tingkat literasi keuangan yang baik sangat penting agar individu mampu menetapkan prioritas, mengelola keuangan secara efektif, serta mengambil keputusan keuangan secara tepat dan bertanggung jawab.

b. Literasi Keuangan dalam Landasan Teologis dan Filosofis

1) Literasi Keuangan dalam Landasan Teologis (Keislaman)

Literasi keuangan dalam perspektif Islam tidak hanya berkaitan dengan kemampuan mengelola keuangan secara praktis, tetapi juga didasarkan pada nilai-nilai keimanan dan ajaran agama. Dalam Islam, harta dipandang sebagai amanah dari Allah SWT yang harus diperoleh, dikelola, dan digunakan secara bijak serta sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Adapun beberapa ayat suci Al-Qur'an dan hadits yang menjelaskan tentang pengelolaan harta atau keuangan dalam Islam adalah sebagai berikut:

a) Al-Furqan: 67

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا ٦٧

“Dan (termasuk hamba-hamba Tuhan Yang Maha Pengasih) orang-orang yang apabila menginfakkan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, di antara keduanya secara wajar”

b) Al-Isra': 26-27

وَأَتِ دَا الْفُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمَسْكِينُ وَابْنُ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا ٢٦

“Dan berikanlah haknya kepada kerabat dekat, juga kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan; dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros.” (17:26)

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ٢٧

“Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.” (17:27)

c) "Simpanlah sebagian dari harta kalian untuk kebaikan masa depan kalian, karena itu jauh lebih baik bagi kalian." (HR. Bukhari dan Muslim).

2) Literasi keuangan dalam Landasan Filosofis (Kebudayaan)

Selain didasarkan pada ajaran agama, literasi keuangan juga dapat dipahami melalui nilai-nilai budaya yang berkembang dalam masyarakat. Dalam masyarakat Sunda, terdapat berbagai nilai kearifan lokal yang mengajarkan sikap hidup sederhana, hemat, serta bijaksana dalam mengelola sumber daya. Nilai-nilai tersebut tercermin dalam berbagai ungkapan atau peribahasa Sunda yang menjadi pedoman perilaku masyarakat dalam kehidupan sehari-hari.

Adapun ungkapan yang mencerminkan nilai tersebut antara lain, “*Mending kendor ngagembol tinimbang gancang pincang*” artinya “Lebih baik lambat dengan banyak hasilnya daripada cepat dengan sedikit hasilnya.” Ungkapan ini mengandung makna bahwa seseorang dianjurkan untuk melakukan suatu tindakan secara hati-hati dan tidak tergesa-gesa agar memperoleh hasil yang lebih baik. Dalam kaitannya dengan literasi keuangan, nilai tersebut mencerminkan pentingnya sikap berhati-hati dan mempertimbangkan keputusan dengan matang dalam mengelola keuangan.

c. Tingkatan Literasi Keuangan

Menurut OJK-RI dalam Choerudin dkk. (2023, hlm. 16) tingkatan literasi keuangan terbagi menjadi 4 bagian, di antaranya:

1) *Well Literate*

Individu pada tingkat ini memiliki pemahaman yang baik mengenai produk dan layanan keuangan, mempercayai lembaga keuangan, serta mampu memanfaatkan produk keuangan secara efektif untuk mencapai kesejahteraan finansial.

2) *Sufficient Literate*

Individu memiliki pengetahuan dan keyakinan terhadap produk serta lembaga keuangan, sekaligus memahami risiko, kewajiban dan manfaat terkait dengan penggunaan produk finansial.

3) *Less Literate*

Individu hanya memiliki pemahaman dasar mengenai produk dan layanan keuangan, namun belum memiliki kemampuan yang

memadai untuk mengelola dan memanfaatkan produk tersebut secara optimal.

4) *Not Literate*

Pada tingkat ini, individu memiliki pengetahuan dan keterampilan yang sangat terbatas terkait produk, layanan, maupun lembaga keuangan. Akibatnya, kemampuan mereka dalam mengelola keuangan pribadi secara efektif masih sangat minim, sehingga berisiko dalam pengambilan keputusan finansial.

d. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Literasi Keuangan

Menurut Apriliani (2024, hlm. 11-16) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi literasi keuangan, di antaranya:

1) Jenis Kelamin

Jenis kelamin merupakan salah satu faktor yang memengaruhi tingkat literasi keuangan. Laki-laki umumnya memiliki tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi dibandingkan perempuan. Perbedaan tersebut dipengaruhi oleh karakteristik gender, di mana laki-laki cenderung bersikap lebih mandiri, rasional, dan percaya diri dalam mengambil keputusan keuangan, serta tidak terlalu dipengaruhi oleh faktor emosional. Sementara itu, perempuan cenderung lebih berhati-hati dan mempertimbangkan risiko secara lebih mendalam sebelum mengambil keputusan keuangan.

2) Tingkat pendidikan

Pendidikan memiliki peranan penting dalam meningkatkan literasi keuangan. Melalui proses pendidikan, individu tidak hanya mendapatkan pengetahuan akademik, tetapi juga memperoleh berbagai pengalaman yang berkontribusi dalam membentuk pemahaman serta kemampuan mereka dalam mengelola keuangan.

3) Status Mukim

Status tempat tinggal berpengaruh terhadap literasi keuangan, di mana individu yang tinggal secara mandiri cenderung memiliki tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi dibandingkan mereka yang tinggal bersama keluarga.

4) Tingkat Pendapatan

Tingkat pendapatan berpengaruh terhadap pemahaman keuangan seseorang yang selanjutnya berdampak pada tingkat inklusi keuangan. Dalam upaya mencapai stabilitas keuangan, individu dianjurkan untuk mengelola pendapatannya secara bijak, antara lain dengan menabung di lembaga perbankan maupun berinvestasi di pasar modal.

5) Status Pekerjaan

Jenis pekerjaan berpengaruh terhadap tingkat literasi keuangan seseorang, di mana individu yang bekerja pada bidang dengan tuntutan pendidikan tinggi cenderung memiliki kemampuan keuangan yang lebih baik karena lebih banyak terpapar pada informasi dan konsep keuangan di lingkungan kerjanya.

e. Aspek Literasi Keuangan

Menurut Nababan dan Sadalia dalam Choerudin dkk. (2023, hlm. 8-9) aspek literasi keuangan terdiri dari lima bagian, yaitu:

- 1) Fundamental keuangan pribadi (*basic personal finance*) berkaitan dengan kemampuan seseorang dalam memahami konsep dasar keuangan yang terkait dengan kondisi finansial pribadinya. Pemahaman ini membantu individu dalam mengelola keuangan dengan lebih baik serta mengambil keputusan keuangan yang tepat.
- 2) Manajemen keuangan (*money management*) menekankan pada kemampuan seseorang dalam melakukan pengelolaan keuangan pribadi. Pemahaman literasi keuangan yang baik akan mendorong individu untuk mengelola keuangannya secara lebih terencana dan optimal.
- 3) Manajemen kredit dan pinjaman/hutang (*credit dan debt management*) berkaitan dengan kemampuan seseorang dalam mencari dan mengumpulkan informasi secara terencana mengenai berbagai hal yang berhubungan dengan kredit, baik di bank maupun lembaga pembiayaan. Pemahaman tersebut membantu seseorang dalam mempertimbangkan manfaat, risiko, serta kewajiban sebelum mengambil pinjaman.

- 4) Tabungan dan investasi (*saving* dan *investment*) berkaitan dengan kemampuan seseorang dalam menyisihkan sebagian pendapatan yang tidak digunakan untuk kebutuhan konsumsi. Tabungan biasanya digunakan sebagai dana cadangan untuk keperluan di masa depan maupun keadaan darurat. Sedangkan investasi merupakan bagian dana yang dialokasikan ke berbagai instrumen dengan tujuan memperoleh keuntungan atau meningkatkan nilai aset. Contoh bentuk investasi antara lain penanaman modal pada saham, obligasi, deposito, maupun layanan pendanaan seperti *peer-to-peer lending*. Dengan memahami tabungan dan investasi, seseorang dapat merencanakan keuangan secara lebih matang serta mempersiapkan kestabilan finansial di masa mendatang.
- 5) Manajemen risiko (*risk management*) berkaitan dengan kemampuan seseorang dalam mengenali, memahami, dan mengendalikan berbagai kemungkinan risiko yang muncul akibat ketidakpastian dalam kondisi keuangan. Ketidakpastian tersebut dapat berupa perubahan ekonomi, kerugian investasi, maupun kejadian tak terduga yang dapat memengaruhi stabilitas finansial. Dengan memahami manajemen risiko yang baik, seseorang dapat mengurangi potensi kerugian serta meningkatkan peluang memperoleh keuntungan.

f. Indikator Literasi Keuangan

Menurut Otoritas Jasa Keuangan dan Badan Pusat Statistik (2024, hlm. 4-5) literasi keuangan dapat diukur dengan melalui lima parameter yang menggambarkan kriteria individu “*well literate*”. Seseorang dikatakan memenuhi kriteria tersebut apabila menguasai seluruh aspek parameter berikut:

1) Parameter Pengetahuan

a) Pengetahuan terhadap lembaga jasa keuangan

Seseorang dianggap memiliki pengetahuan tentang lembaga jasa keuangan jika ia mendengar, melihat, menyadari, mengenal, atau mengetahui ciri-ciri yang dimiliki oleh lembaga jasa keuangan.

b) Pengetahuan terhadap produk atau layanan jasa keuangan

Seseorang dianggap mengetahui produk atau layanan jasa keuangan jika ia pernah mendengar, melihat, menyadari, mengenal, atau mengetahui ciri-ciri yang dimiliki oleh produk atau layanan tersebut.

c) Pengetahuan terhadap karakteristik produk atau layanan jasa keuangan

Seseorang dianggap memahami karakteristik produk atau layanan jasa keuangan apabila ia pernah mendengar, melihat, menyadari, mengenal, atau mengetahui ciri-ciri khusus dari produk atau layanan tersebut.

d) Pengetahuan terhadap *delivery channel*

Seseorang dianggap mengetahui *delivery channel* dari produk atau layanan jasa keuangan jika ia pernah mendengar, melihat, menyadari, mengenal, atau memahami ciri-ciri dari saluran penyampaian layanan tersebut.

2) Parameter Keterampilan

a) Pernyataan kemampuan menghitung

Seseorang dianggap memiliki kemampuan menghitung jika ia menyatakan bahwa dirinya mampu melakukan perhitungan.

b) Konsep aritmatika sederhana

Seseorang dikatakan terampil dalam aritmatika sederhana apabila ia mampu menjawab soal-soal aritmatika dasar.

3) Parameter Keyakinan

a) Keyakinan terhadap lembaga jasa keuangan

Seseorang dianggap percaya atau yakin terhadap lembaga jasa keuangan jika ia merasa yakin untuk melakukan kegiatan keuangan melalui lembaga tersebut.

b) Keyakinan terhadap kemampuan pengelolaan keuangan

Seseorang dikatakan yakin terhadap kemampuan mengelola keuangannya apabila ia menyatakan mampu mengelola keuangan dengan tingkat kemampuan minimal 3 pada skala 1-5.

4) Parameter Sikap

a) Tujuan keuangan

Seseorang dianggap memiliki sikap keuangan jika ia menetapkan atau memiliki tujuan keuangan.

5) Parameter Perilaku

a) Upaya mencapai tujuan keuangan

Seseorang dianggap memiliki perilaku keuangan jika ia melakukan langkah-langkah untuk mencapai tujuan keuangannya.

2. Media Sosial

a. Pengertian Media Sosial

Menurut Nasrullah (2021, hlm. 11), media sosial merupakan sarana berbasis internet yang memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan diri, berinteraksi, bekerja sama, berbagai informasi, serta menjalin komunikasi dengan pengguna lain hingga membentuk hubungan sosial secara virtual. Media sosial merupakan platform yang memungkinkan pengguna untuk membuat, berbagi, dan berinteraksi dengan berbagai konten serta membangun jaringan sosial melalui beragam bentuk komunikasi seperti teks, gambar, video, dan audio (Masduki, dkk., 2025, hlm. 47). Suratnoaji, Nurhadi, & Candrasari (2019, hlm. 10) menjelaskan bahwa media sosial merupakan seperangkat alat daring yang memfasilitasi interaksi antar pengguna, yang ditandai dengan pergeseran pola komunikasi dari yang semula bersifat monolog (satu-ke-banyak) menjadi dialogis (banyak-ke-banyak). Sementara menurut Wahyuti (2023, hlm. 22) mengatakan bahwa media sosial merupakan suatu media yang memungkinkan individu untuk melakukan komunikasi dan interaksi sosial dengan individu lain sebagai bagian dari pemenuhan kebutuhan sosial.

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa media sosial merupakan platform berbasis internet yang memfasilitasi pengguna untuk berpartisipasi, menciptakan dan berbagi konten, serta membangun interaksi sosial melalui pola komunikasi dialogis (banyak-ke-banyak).

b. Media Sosial dalam Landasan Teologis dan Filosofis

1) Media Sosial dalam Landasan Teologis (Keislaman)

Media sosial dalam perspektif keislaman merupakan sarana komunikasi yang memiliki potensi besar dalam menyebarkan informasi baik yang bersifat positif maupun negatif. Oleh karena itu, diperlukan pedoman etika yang kuat agar penggunaannya selaras dengan nilai-nilai ajaran Islam. Dalam Al-Qur'an, prinsip tersebut dinyatakan dalam beberapa ayat, di antaranya:

a) Al-Ahzab: 70

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ۚ

“Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar.”

b) Al-Hujurat: 6

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَالِمِينَ ۚ

“Wahai orang-orang yang beriman! Jika seorang yang fasik datang kepadamu membawa suatu berita, maka telitilah kebenarannya, agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena kebodohan (kecerobohan), yang akhirnya kamu menyesali perbuatanmu itu.”

2) Media Sosial dalam landasan Filosofis (Kebudayaan)

Media sosial dalam perspektif kebudayaan dipandang sebagai bagian dari perkembangan peradaban manusia yang mencerminkan nilai, norma, serta pola interaksi sosial dalam masyarakat. Dalam konteks budaya Sunda, penggunaan media sosial seharusnya mencerminkan nilai-nilai kesundaan seperti “*someah hade ka semah*” (ramah dan santun terhadap orang lain), “*silih asah, silih asih, silih asuh*” (saling mengingatkan, mengasihi, dan membimbing), serta menjunjung tinggi etika dan tata krama dalam berkomunikasi. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai wadah pelestarian dan penguatan nilai-nilai budaya Sunda dalam kehidupan sehari-hari.

c. Karakteristik Media Sosial

Menurut Nasrullah (2021, hlm. 16-34), terdapat tujuh elemen kunci yang membentuk karakteristik media sosial, yaitu:

1) Jaringan (*network*)

Media sosial beroperasi berdasarkan sistem teknologi yang menghubungkan komputer dan berbagai perangkat lainnya, sehingga individu dapat saling berbagi informasi dan komunikasi secara digital.

2) Informasi (*information*)

Media sosial menjadikan informasi sebagai hal utama dalam interaksi. Pengguna tidak hanya menerima, tetapi juga membuat dan membagikan informasi. Informasi ini menjadi dasar hubungan antar pengguna sekaligus dapat dimanfaatkan, misalnya untuk kepentingan bisnis. Dengan adanya teknologi, informasi dapat disimpan, diakses, dan disebar dengan mudah sehingga penyebarannya menjadi cepat.

3) Arsip (*archive*)

Media sosial mampu menyimpan data dan informasi dalam jangka panjang, sehingga konten tersebut dapat dicari, diakses, dan digunakan kembali kapan saja melalui beragam perangkat.

4) Interaksi (*interactivity*)

Media sosial tidak hanya berfokus pada peningkatan jumlah pengikut, tetapi juga menekankan adanya komunikasi atau interaksi dua arah dan keterlibatan aktif antar pengguna dalam suatu jaringan.

5) Simulasi Sosial (*simulation of society*)

Media sosial berfungsi sebagai ruang virtual yang merepresentasikan kehidupan sosial, dengan pola interaksi dan karakteristik unik yang sering kali berbeda dari realitas kehidupan sehari-hari.

6) Konten oleh Pengguna (*user-generated content*)

Konten oleh pengguna merupakan karakteristik media sosial yang menunjukkan bahwa konten dibuat dan dikembangkan oleh pengguna secara aktif. Berbeda dengan media tradisional, yang hanya menjadi

objek atau sasaran yang pasif dalam menyebarkan pesan. Pengguna dalam media sosial tidak lagi pasif, melainkan berperan dalam memproduksi, menyebarkan, dan memodifikasi konten.

7) Penyebaran (*Share/Sharing*)

Penyebaran merupakan karakteristik media sosial yang memungkinkan konten tidak hanya diproduksi, tetapi juga didistribusikan dan dikembangkan oleh pengguna. Melalui konten, informasi dapat dibagikan oleh pengguna lain maupun disebarkan secara otomatis oleh sistem, serta berkembang melalui penambahan informasi, komentar, maupun opini dari pengguna lain. Sementara melalui perangkat, penyebaran didukung oleh fitur teknologi seperti tombol *share* yang memudahkan pengguna untuk memperluas jangkauan konten ke berbagai platform media sosial secara cepat.

d. Jenis-Jenis Media Sosial

Menurut Hidayatullah dalam (Rachmawati dkk., 2021, hlm. 48-54) jenis-jenis media sosial terbagi menjadi enam, di antaranya:

1) Layanan *blog*

Layanan *blog* merupakan platform daring yang memungkinkan pengguna untuk menulis dan mempublikasikan konten secara berkala, seperti artikel, opini, atau pengalaman pribadi. *Blog* juga mendukung interaksi dengan pembaca melalui komentar, sehingga menjadi media berbagi informasi dan pengetahuan secara luas.

2) Layanan jejaring sosial (*social networking*)

Jejaring sosial adalah platform yang memfasilitasi pengguna untuk membangun hubungan dan berinteraksi dengan orang lain secara online. Pengguna dapat membuat profil, berbagi konten, dan berkomunikasi dalam komunitas virtual, sehingga mempermudah pertukaran informasi dan memperluas jejaring sosial.

3) Layanan *blog* mikro (*micro blogging*)

Blog mikro memungkinkan pengguna membagikan informasi dalam format singkat, seperti teks pendek, gambar, atau video.

Platform ini cocok untuk berbagi update secara cepat dan real-time, serta mendukung interaksi yang lebih spontan dengan audiens.

4) Layanan berbagi media (*media sharing*)

Layanan berbagi media fokus pada distribusi konten multimedia, seperti foto, video, atau audio. Pengguna dapat mengunggah, melihat, dan memberikan respons terhadap konten orang lain, sehingga tercipta interaksi kreatif dan komunikasi visual dalam komunitas digital.

5) Layanan forum

Forum adalah platform diskusi online yang terstruktur berdasarkan topik atau kategori tertentu. Pengguna dapat mengajukan pertanyaan, memberikan jawaban, dan berdiskusi dengan anggota lain, sehingga memudahkan pertukaran informasi sesuai minat atau kebutuhan.

6) Layanan kolaborasi

Layanan kolaborasi dirancang untuk mendukung kerja sama antar individu atau tim secara online. Platform ini memungkinkan pengguna berbagi dokumen, mengatur tugas, dan berkomunikasi secara simultan, sehingga meningkatkan efisiensi dan koordinasi dalam proyek bersama.

Adapun menurut Masduki dkk. (2025, hlm. 6-7), beberapa platform media sosial yang paling populer di antaranya adalah:

1) *Facebook*

Platform ini termasuk salah satu yang paling populer karena memberikan kemudahan bagi pengguna untuk membagikan status, foto, dan video, serta berinteraksi melalui komentar maupun pesan pribadi. Facebook dimanfaatkan untuk berbagai keperluan, mulai dari menjalin hubungan sosial hingga mempromosikan produk dan layanan.

2) *Twitter (X)*

Twitter atau yang kini dikenal sebagai X merupakan platform media sosial yang dikenal dengan konsep *micro blogging*. Melalui

platform ini, pengguna dapat menyampaikan gagasan, opini, maupun informasi secara singkat dalam bentuk tweet yang dibatasi hingga 280 karakter. Karakteristik tersebut menjadikan Twitter sebagai sarana komunikasi yang cepat, efektif, dan relevan untuk membangun serta memperluas jaringan, baik dalam konteks profesional maupun personal.

3) *Instagram*

Instagram adalah media sosial yang berfokus pada berbagi foto dan video. Platform ini memberi kesempatan kepada pengguna untuk membuat dan membagikan konten visual secara kreatif. Karena itu, *Instagram* sering digunakan untuk membangun citra diri maupun mempromosikan produk dan layanan suatu perusahaan.

4) *TikTok*

TikTok merupakan platform media sosial yang dikenal melalui konten video berdurasi pendek yang dapat diedit serta ditambahkan musik. Platform ini menekankan pada kreativitas pengguna dan penyebaran tren yang cepat (viral). Oleh karena itu, *TikTok* memiliki tingkat popularitas yang tinggi, khususnya di kalangan generasi muda.

5) *LinkedIn*

LinkedIn merupakan media sosial yang berfokus pada dunia profesional. Platform ini digunakan untuk membangun jaringan kerja, mencari peluang pekerjaan, serta berbagi pengalaman dan informasi yang berkaitan dengan bidang karier dan dunia industri.

Berdasarkan pemaparan mengenai jenis dan berbagai platform media sosial, penelitian ini secara khusus memfokuskan kajian pada *TikTok* dan *Instagram*. Pemilihan kedua platform tersebut didasarkan pada karakteristiknya yang menekankan pada konten visual serta tingginya tingkat penggunaan di kalangan masyarakat khususnya generasi muda.

Selain itu, data yang dikemukakan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2025) menunjukkan bahwa media sosial yang sering diakses generasi Z adalah *TikTok* dengan persentase sebesar 42,27% dan diikuti oleh *Instagram* sebesar 25,33%. Data tersebut menunjukkan bahwa

kedua platform memiliki tingkat penggunaan yang dominan pada kelompok usia generasi Z, yang di dalamnya termasuk mahasiswa.

e. Indikator Media Sosial

Menurut Suryani & Amanah (2024, hlm. 7) indikator media sosial terbagi menjadi empat, yaitu:

1) Kemudahan akses informasi

Media sosial memberikan kemudahan bagi individu dalam memperoleh informasi investasi secara cepat, praktis, dan dapat diakses kapan saja tanpa batasan waktu dan tempat.

2) Jenis aplikasi yang digunakan

Berbagai platform media sosial yang digunakan individu menjadi sarana dalam mencari dan memperoleh informasi investasi sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masing-masing.

3) Keyakinan terhadap informasi yang disajikan

Individu memiliki keyakinan bahwa informasi investasi yang disajikan di media sosial dapat dipahami serta memiliki nilai guna dalam menambah pengetahuan.

4) Kepercayaan terhadap informasi dari media sosial

Individu percaya bahwa informasi investasi yang diperoleh dari media sosial dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan investasi.

3. Minat Investasi Saham

a. Minat

Minat merupakan kecenderungan dalam diri seseorang yang berkembang menjadi dorongan kuat sehingga menimbulkan rasa ketertarikan dan keinginan untuk melakukan suatu aktivitas tertentu (Pramayshela dkk., 2023, hlm. 113). Secara psikologis, minat juga dipahami sebagai respons emosional positif yang mendorong keterlibatan aktif seseorang dalam aktivitas tertentu, di mana hal ini dipengaruhi oleh faktor pengalaman pribadi, kepribadian, serta lingkungan sosial budaya (Furqon, 2024, hlm. 6). Slameto dalam Yuliawan dkk. (2023, hlm. 126) mengatakan bahwa minat dapat diartikan sebagai perasaan suka dan

ketertarikan seseorang terhadap suatu hal atau aktivitas yang muncul tanpa adanya paksaan dari orang lain.

Dari beberapa pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa minat adalah rasa suka dan ketertarikan yang muncul dari dalam diri seseorang terhadap suatu hal atau kegiatan, tanpa adanya paksaan dari orang lain. Minat membuat seseorang terdorong untuk mencoba, mempelajari, dan terlibat dalam kegiatan tersebut dengan perasaan senang. Minat juga bisa berkembang karena pengalaman pribadi, kepribadian, serta pengaruh lingkungan di sekitarnya.

Untuk memperkuat pemahaman mengenai minat, penelitian ini menggunakan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang di kemukakan oleh Ajzen (dalam Purwanto dkk., 2022, hlm. 15-17), menjelaskan bahwa niat perilaku dipengaruhi oleh tiga komponen, yaitu:

- 1) Sikap terhadap perilaku, yaitu sejauh mana seseorang menilai atau mengevaluasi suatu perilaku secara positif atau negatif.
- 2) Norma subjektif, yaitu pandangan seseorang tentang adanya dorongan atau tekanan dari orang-orang di sekitarnya untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku.
- 3) Persepsi kontrol perilaku, yaitu sejauh mana seseorang merasa mampu melakukan perilaku tersebut. Hal ini berkaitan dengan apakah perilaku tersebut dianggap mudah atau sulit, serta dipengaruhi oleh pengalaman sebelumnya dan kemungkinan hambatan yang akan dihadapi.

b. Minat Investasi dalam Landasan Teologis dan Filosofis

1) Minat Investasi dalam Landasan Teologis (Keislaman)

Minat investasi dalam Islam merupakan bagian dari upaya mengelola harta secara bijak dan sesuai syariat, sehingga tidak hanya bertujuan untuk mencari keuntungan tetapi juga bernilai ibadah. Adapun beberapa ayat suci Al-Qur'an yang relevan adalah sebagai berikut:

a) Al-Hasyr: 18

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْتَرْقُ نَفْسٌ مَّا قَدَّمْتُمْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ١٨

“Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap orang memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat), dan bertakwalah kepada Allah. Sungguh, Allah Maha teliti terhadap apa yang kamu kerjakan.”

b) Al-Baqarah: 275

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ
قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ
فَأَنْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ٢٧٥

“Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kesurupan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barang siapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah di per olehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barang siapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya.”

2) Minat Investasi dalam Landasan Filosofis (Kebudayaan)

Minat investasi dalam kebudayaan Sunda tercermin dari nilai-nilai hidup yang sederhana dan mudah diterapkan. Misalnya, pepatah “hemat pangkal kaya” mengajarkan bahwa kebiasaan hidup hemat dapat menjadi awal untuk mengumpulkan dana yang kemudian dapat diinvestasikan. Selain itu, prinsip “*ulah kabawa ku sakaba-kaba*” mengingatkan agar tidak terburu-buru atau tergiur keuntungan besar tanpa pertimbangan yang matang.

c. Investasi

Tandelilin (2017, hlm. 2) mengatakan bahwa investasi merupakan kegiatan menanamkan sejumlah uang atau sumber daya pada saat sekarang dengan tujuan mendapatkan keuntungan di kemudian hari. Inrawan dkk. (2022, hlm. 80) menjelaskan bahwa investasi adalah aktivitas penempatan dana atau aset berharga ke suatu lembaga atau instrumen tertentu untuk

mendapatkan keuntungan di masa depan, sesuai jangka waktu yang telah direncanakan. Sementara Laopadis (2021, hlm. 4) memandang investasi sebagai kegiatan mengorbankan waktu, uang, sumber daya lainnya pada masa sekarang secara terencana dan efisien dengan tujuan memperoleh imbal hasil yang lebih besar di kemudian hari dengan tingkat risiko yang beragam.

Dari beberapa pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa investasi merupakan kegiatan penempatan atau pengelolaan uang, waktu, dan sumber daya lainnya pada saat ini secara terencana dan efisien untuk memperoleh keuntungan atau imbal hasil yang lebih besar di masa yang akan datang sesuai dengan jangka waktu tertentu dengan mempertimbangkan tingkat risiko yang mungkin terjadi.

d. Saham

Menurut Bursa Efek Indonesia, saham merupakan salah satu instrumen pasar keuangan yang paling diminati. Bagi perusahaan, penerbitan saham menjadi salah satu strategi untuk memperoleh sumber pendanaan. Sementara bagi investor, saham menjadi pilihan investasi karena berpotensi menghasilkan imbal hasil yang menarik. Menurut Sudarmadji (2022, hlm. 22), saham adalah surat berharga yang menjadi bukti kepemilikan seseorang atas suatu perusahaan dan memberikan hak kepada pemegangnya untuk memperoleh bagian dari keuntungan serta aset perusahaan sesuai dengan jumlah saham yang dimiliki. Adapun menurut Adnyana (2020, hlm. 93), saham merupakan satuan nilai dalam instrumen keuangan yang menunjukkan bagian kepemilikan seseorang terhadap suatu perusahaan.

Dari beberapa pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa saham adalah surat berharga yang menunjukkan bukti kepemilikan seseorang atau pihak tertentu atas suatu perusahaan, yang memberikan hak atas bagian keuntungan dan aset perusahaan sesuai dengan jumlah kepemilikan saham tersebut.

e. Keuntungan dan Risiko Investasi Saham

1) Keuntungan Investasi Saham

Menurut Bursa Efek Indonesia, terdapat dua keuntungan yang dapat diperoleh investor dari membeli atau memiliki saham, yaitu:

a) *Dividend*

Dividend merupakan bagian laba perusahaan yang dibagikan kepada pemegang saham, yang berasal dari keuntungan yang diperoleh perusahaan. Pembagian deviden dilakukan setelah mendapatkan persetujuan dalam Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). Untuk memperoleh deviden, investor harus memiliki saham dalam jangka waktu tertentu hingga tercatat sebagai pemegang saham.

b) *Capital Gain*

Capital gain merupakan keuntungan yang diperoleh dari selisih antara harga pembelian dan harga penjualan. Keuntungan ini timbul akibat adanya aktivitas jual beli saham di pasar sekunder.

2) Risiko Investasi Saham

Menurut Bursa Efek Indonesia, meskipun investasi saham dapat memberikan keuntungan, terdapat pula berbagai risiko yang perlu diperhatikan oleh investor, antara lain:

a) *Capital Loss*

Capital Loss merupakan kebalikan dari *capital gain*, yaitu kondisi ketika investor menjual saham pada harga yang lebih rendah dibandingkan harga pembeliannya.

b) Risiko Likuidasi

Risiko likuidasi merupakan risiko yang terjadi ketika perusahaan dinyatakan bangkrut atau dibubarkan, sehingga seluruh aset perusahaan dijual untuk melunasi kewajibannya. Dalam kondisi ini, pemegang saham berada pada urutan terakhir dalam pembagian hasil likuidasi. Apabila masih terdapat sisa aset setelah seluruh kewajiban dilunasi, maka sisa tersebut akan dibagikan kepada

pemegang saham secara proporsional. Namun, jika tidak terdapat sisa aset, maka pemegang saham tidak memperoleh hasil apa pun.

f. Minat Investasi Saham

Minat Investasi merupakan ketertarikan yang muncul dari dalam diri seseorang untuk mengalokasikan sejumlah dana atau aset berharga pada instrumen tertentu, seperti saham. Gumilang & Irwansyah (2024, hlm. 584), minat investasi merupakan dorongan atau ketertarikan yang dimiliki seseorang yang menjadi dasar utama sebelum mengambil keputusan berinvestasi, karena individu tidak akan melakukan investasi tanpa adanya minat terlebih dahulu. Menurut Maharani & Saputra (2021, hlm. 24), minat investasi merupakan kecenderungan seseorang untuk melakukan aktivitas penanaman modal dengan harapan memperoleh keuntungan di masa yang akan datang.

g. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Investasi

Alfathya dkk. (2025, hlm. 1153-1154) minat atau niat investasi dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik yang berasal dari dalam individu maupun dari lingkungan. Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi Minat Investasi seperti:

1) *Financial Literacy* (Literasi Keuangan)

Financial Literacy adalah pengetahuan dan kemampuan individu dalam menerapkan konsep-konsep keuangan dasar untuk mengambil keputusan keuangan yang tepat.

2) *Risk Perception* (Persepsi Risiko)

Risk Perception adalah pandangan individu terhadap tingkat risiko atau kemungkinan kerugian yang dapat terjadi dalam suatu keputusan investasi.

3) *Social Influence* (Pengaruh Sosial)

Social Influence adalah pengaruh dari lingkungan sekitar yang membuat seseorang terdorong atau terpengaruh dalam mengambil keputusan, misalnya karena melihat, mendengar, atau mengikuti apa yang dilakukan orang lain, termasuk dalam hal investasi.

4) *Personality Traits and Psychological Factors* (Sifat Kepribadian dan Faktor Psikologis)

Personality Traits and Psychological Factors merupakan sifat dan kondisi mental yang ada dalam diri seseorang, seperti rasa percaya diri, keyakinan terhadap kemampuan diri, serta keberanian dalam menghadapi risiko, yang dapat memengaruhi cara seseorang berpikir, bersikap, dan mengambil keputusan, termasuk dalam menentukan minat untuk melakukan investasi.

5) *Technology and Digital Platforms* (Teknologi dan Platform Digital)

Technology and Digital Platforms adalah pemanfaatan teknologi berbasis digital, seperti aplikasi dan media daring, yang memudahkan individu dalam mengakses informasi, melakukan transaksi, serta mempelajari investasi secara praktis dan efisien tanpa harus melalui proses yang rumit.

h. Indikator Minat Investasi

Menurut Qowiyamatin & Yuniningsih (2021, hlm. 244) indikator minat investasi terbagi menjadi lima, yaitu:

1) Rasa tertarik

Individu memiliki ketertarikan terhadap investasi, misalnya menganggap investasi sebagai sesuatu yang menarik dan penting untuk dilakukan.

2) Ingin tahu investasi

Individu memiliki rasa ingin tahu yang mendorongnya untuk mencari informasi lebih lanjut mengenai investasi, seperti jenis, cara kerja, dan manfaatnya.

3) Meluangkan waktu untuk mempelajari investasi

Individu bersedia menyisihkan waktu untuk belajar dan memahami investasi, baik melalui membaca, mengikuti seminar, maupun sumber lainnya.

4) Mencoba berinvestasi

Individu mulai melakukan tindakan nyata dengan mencoba berinvestasi, meskipun masih dalam jumlah kecil.

5) Keyakinan terhadap investasi

Individu memiliki kepercayaan bahwa investasi dapat memberikan manfaat atau keuntungan di masa depan.

4. Keterkaitan antara Literasi Keuangan, Media Sosial, dan Minat Investasi Saham

Minat investasi saham merupakan kecenderungan atau dorongan dalam diri individu untuk melakukan kegiatan investasi yang didasari oleh keinginan dan ketertarikan terhadap instrumen saham. Minat ini terbentuk baik dari faktor internal (diri sendiri) maupun eksternal (lingkungan) melalui proses kognitif dan afektif, yang dipengaruhi oleh pengetahuan, pengalaman, serta informasi yang diperoleh individu.

Kemampuan kognitif individu memengaruhi cara seseorang dalam memahami dan berinteraksi dengan lingkungannya, memperoleh pengetahuan baru, berpikir secara logis, mengambil keputusan, serta menghadapi berbagai tantangan (Babullah, 2022, Hlm. 138). Dalam konteks ini, literasi dapat dipahami sebagai hasil dari proses pembelajaran tersebut yang mencerminkan tingkat pemahaman individu terhadap konsep keuangan. Menurut Lusardi & Mitchell (2023, hlm. 137), literasi keuangan menggambarkan tingkat pemahaman individu terhadap konsep keuangan serta kemampuannya dalam menerapkan pengetahuan tersebut untuk mengambil keputusan ekonomi. Kemampuan ini menjadi penting karena individu dihadapkan pada berbagai keputusan keuangan yang kompleks, termasuk dalam hal berinvestasi. Dengan demikian, literasi keuangan yang baik akan mendorong individu untuk mampu memahami risiko dan peluang investasi, sehingga meningkatkan keyakinan dan ketertarikan untuk berinvestasi saham. Hal ini menunjukkan bahwa proses kognitif yang menghasilkan literasi keuangan berkontribusi dalam membentuk minat investasi saham.

Selain literasi keuangan sebagai faktor internal, media sosial juga berperan sebagai faktor eksternal yang memengaruhi minat investasi saham. Media sosial sebagai platform digital yang memungkinkan penggunanya untuk menciptakan, membagikan, serta berinteraksi dengan berbagai informasi, sekaligus mendukung komunikasi dan kerja sama antara individu maupun

masyarakat luas (Ar dkk., 2025, hlm. 1608). Dalam konteks ini, penggunaan media sosial sebagai sumber informasi menjadi semakin berkembang dalam membentuk perilaku keuangan generasi muda, termasuk mahasiswa. Gen Z pada umumnya mulai mengenal investasi melalui konten finansial yang viral di media sosial seperti *TikTok* dan *Instagram*, serta dipengaruhi oleh interaksi dengan teman sebaya (Utama & Aji, 2025, hlm. 2113). *Influencer* juga memiliki pengaruh yang sangat besar karena mampu menjangkau banyak pengikut serta menyajikan konten menarik yang dapat memikat perhatian audiensnya (Pramnesti & Mariana, 2025, hlm. 336). Hal ini menunjukkan bahwa informasi yang disampaikan melalui media sosial, termasuk oleh *influencer*, berperan dalam membentuk persepsi serta meningkatkan minat mahasiswa terhadap investasi saham. Hal ini sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikemukakan oleh Ajzen (dalam Purwanto dkk., 2022, hlm. 15-17), yang menyatakan bahwa minat dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Dalam konteks ini, literasi keuangan berperan dalam membentuk sikap terhadap investasi, sedangkan media sosial memengaruhi norma subjektif. Selain itu, literasi keuangan turut membentuk persepsi kontrol perilaku, yaitu keyakinan mahasiswa atas kemampuan mereka dalam melakukan investasi, sehingga secara bersama-sama mendorong terbentuknya minat mahasiswa untuk berinvestasi saham.

B. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Hasil penelitian sebelumnya dijadikan sebagai landasan bagi penelitian ini. Berdasarkan penelusuran berbagai sumber, beberapa penelitian yang berkaitan dengan topik ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu yang Relevan

No	Nama Peneliti/Tahun	Judul	Tempat penelitian	Pendekatan & Analisis	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Hanifah Qowiyamatin & Yuniningsih (2021)	LITERASI KEUANGAN, MOTIVASI, PREFERENSI RISIKO TERHADAP MINAT INVESTASI SAHAM MAHASISWA FEB UPN	FEB UPN “Veteran” Jawa Timur	Kuantitatif, PLS-SEM	Literasi keuangan tidak berpengaruh, sementara motivasi dan preferensi risiko berpengaruh terhadap minat investasi saham.	variabel X literasi keuangan dan variabel Y minat investasi saham	1. Tempat penelitian; 2. Objek penelitian 3. Tidak menggunakan variabel X media sosial.

		“VETERAN” JAWA TIMUR					
2	Aredia Zaki Utama & Nur Prasetyo Aji (2025)	PENGARUH FINANCIAL INCLUSION, PENGETAHUAN INVESTASI, MOTIVASI INVESTASI, DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT INVESTASI DIGITAL GEN Z DI SOLORAYA	Universitas Muhammadiyah Surakarta	Kuantitatif, Analisis Deskriptif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Financial Inclusion, pengetahuan investasi, dan media sosial berpengaruh positif terhadap minat investasi digital, sedangkan motivasi investasi tidak berpengaruh.	variabel X media sosial, variabel Y Minat Investasi	1. Tempat penelitian; 2. Objek penelitian; 3. Penelitian ini meneliti minat investasi pada saham, sedangkan penelitian terdahulu meneliti minat investasi digital; 4. Tidak menggunakan variabel X literasi keuangan.

3	Selvy Saputri, Popi Fauziati, dan Nailal Husna (2025)	PENGARUH MOTIVASI INVESTASI DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP MINAT BERINVESTASI GENERASI Z DI PROGRAM STUDI AKUNTANSI UNIVERSITAS BUNG HATTA	UNIVERSITAS BUNG HATTA	Kuantitatif, Regresi linear berganda	Motivasi investasi tidak berpengaruh, sementara literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap minat berinvestasi	variabel X literasi keuangan, variabel Y minat investasi	1. Tempat penelitian; 2. Objek penelitian; 3. Penelitian ini meneliti minat investasi pada saham, sedangkan penelitian terdahulu meneliti minat investasi secara umum; 4. Tidak menggunakan variabel X Media Sosial.
4	Bradley	Pengaruh Literasi	Generasi	Kuantitatif,	Literasi	Variabel X	1. Tempat

	Denelsky & Lini Ingriyani (2025)	Keuangan, Media Sosial, Dan Modal Minimum Terhadap Minat Investasi Saham Generasi Milenial	Milenial di Indonesia	Regresi Linear Berganda	keuangan, media sosial, dan modal minimum secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi saham generasi milenial	Literasi Keuangan, dan Media sosial, Variabel Y minat investasi saham.	penelitian;
5	Adelia Natasya Dewi & Paskah Ika Nugroho (2025)	PENGARUH MOTIVASI, LITERASI KEUANGAN DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT	Fakultas Ekonomika dan Bisnis (FEB) Universitas Kristen Satya Wacana	Kauntitatif, Regresi Linear Berganda	motivasi dan media sosial memiliki pengaruh positif terhadap minat investasi. Sedangkan literasi keuangan	Variabel X Literasi Keuangan dan media sosial, Variabel Y Minat Investasi	1. Tempat penelitian; 2. Penelitian ini meneliti minat investasi pada saham, sedangkan penelitian

		BERINVESTASI			tidak berpengaruh signifikan terhadap minat investasi.		terdahulu meneliti minat investasi secara umum.
6	Riihan Prakasiwi (2025)	PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT MAHASISWA BERINVESTASI	Pendidikan Ekonomi di Universitas Pasundan	Kuantitatif, Regresi Linear Berganda	Literasi keuangan dan media sosial berpengaruh signifikan terhadap minat berinvestasi mahasiswa	Variabel X Literasi Keuangan dan media sosial, Variabel Y Minat Investasi, Tempat penelitian, dan Objek penelitian	1. Penelitian ini meneliti minat investasi pada saham, sedangkan penelitian terdahulu meneliti minat investasi secara umum.

C. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran ini disusun berdasarkan identifikasi gejala masalah yang ditemukan di lapangan. Gejala tersebut menjadi dasar dalam merumuskan masalah penelitian, yang selanjutnya dianalisis berdasarkan teori yang digunakan serta indikator dari setiap variabel penelitian sebagai landasan dalam pelaksanaan dan analisis penelitian.

Gejala masalah diawali dengan tingginya ketertarikan mahasiswa terhadap investasi saham. Mahasiswa tertarik untuk mempelajari investasi saham karena banyak orang di lingkungan sekitarnya yang membahas topik tersebut. Selain itu, mahasiswa juga terdorong untuk mencoba berinvestasi setelah melihat pencapaian atau keuntungan yang dibagikan oleh orang lain melalui hasil investasinya. Namun, tingginya ketertarikan tersebut masih dipengaruhi oleh faktor eksternal dan belum sepenuhnya di dukung oleh pemahaman serta keyakinan yang memadai mengenai investasi saham. Di sisi lain, sebagian mahasiswa masih memandang bahwa investasi saham merupakan instrumen yang kurang produktif, sehingga memengaruhi minat mahasiswa untuk berinvestasi saham.

Gejala lain yang ditemukan berkaitan dengan literasi keuangan mahasiswa. Sebagian besar mahasiswa ragu untuk memulai berinvestasi saham karena belum memiliki pengetahuan yang memadai. Kurangnya pemahaman tersebut menyebabkan mahasiswa belum memiliki keyakinan untuk berinvestasi saham, meskipun mereka menunjukkan ketertarikan terhadap investasi saham. Kemudahan akses informasi akibat perkembangan teknologi digital mendorong mahasiswa memanfaatkan media sosial sebagai salah satu sumber informasi mengenai investasi saham. Hal tersebut ditunjukkan dengan mahasiswa yang pernah memperoleh informasi mengenai investasi saham melalui media sosial. Dari gejala-gejala tersebut, dapat diidentifikasi adanya masalah, yaitu minat investasi saham mahasiswa yang belum optimal, yang diduga dipengaruhi oleh tingkat literasi keuangan yang belum memadai dan pemanfaatan media sosial sebagai sumber informasi investasi.

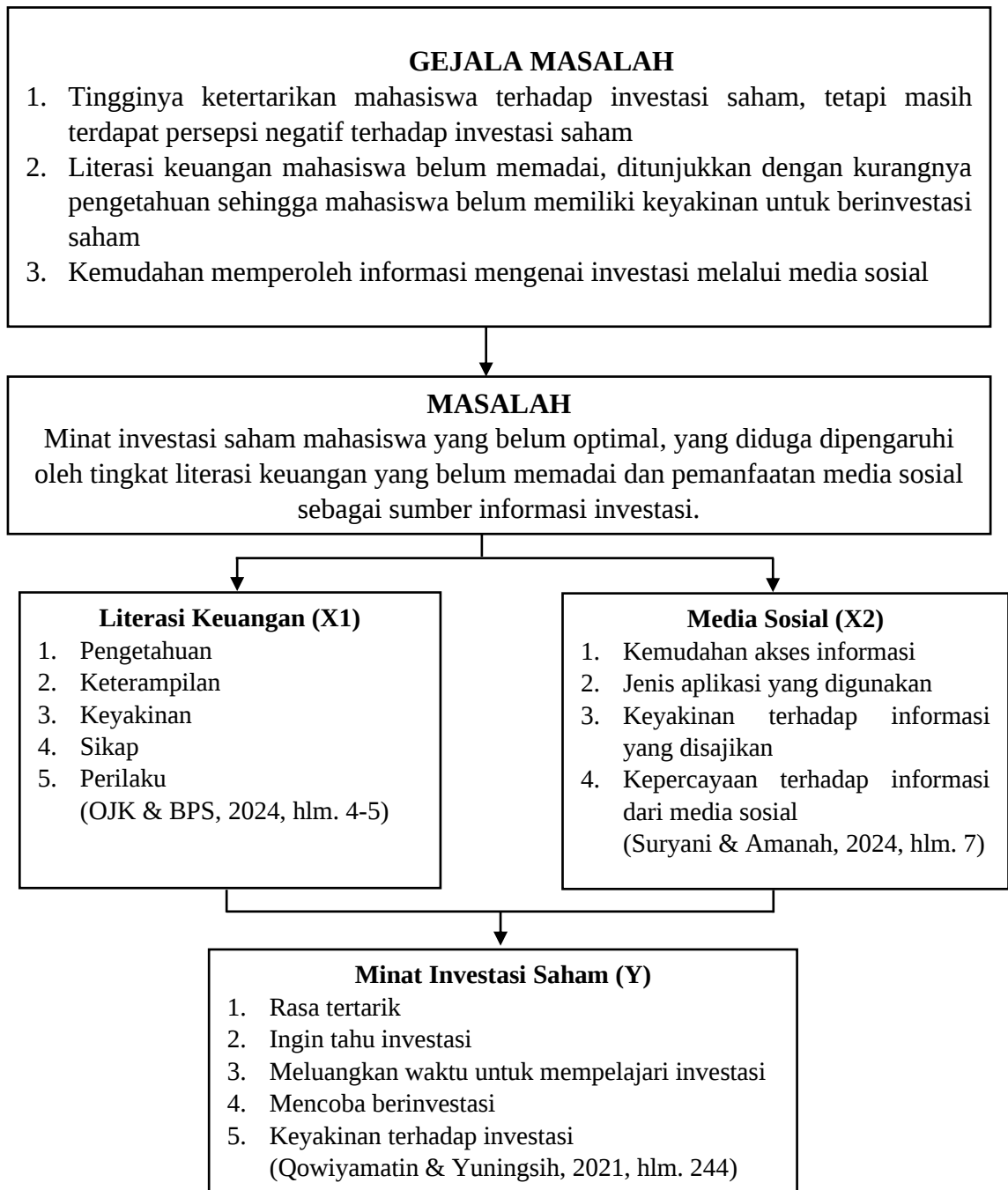
Berdasarkan gejala masalah dan masalah penelitian yang telah diuraikan, penelitian ini berfokus pada minat investasi saham sebagai variabel dependen (Y). Menurut Gumilang & Irwansyah (2024, hlm. 584), minat investasi merupakan dorongan atau ketertarikan yang dimiliki seseorang yang menjadi dasar utama sebelum mengambil keputusan berinvestasi, karena individu tidak akan melakukan investasi tanpa adanya minat terlebih dahulu. Oleh karena itu, minat investasi menjadi aspek penting untuk dikaji karena merupakan tahap awal sebelum seseorang memutuskan untuk berinvestasi. Minat investasi tidak terbentuk dengan sendirinya, melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor. Menurut Alfathya dkk. (2025, hlm. 1153-1154), minat investasi dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya *financial literacy* dan *technology and digital platforms*. Dalam penelitian ini, faktor yang dikaji adalah literasi keuangan dan media sosial karena keduanya diduga memengaruhi minat investasi saham mahasiswa. Untuk mengukur minat investasi, menggunakan indikator yang dikemukakan oleh Qowiyamatin & Yuniningsih (2021, hlm. 244), yang terdiri dari rasa tertarik, ingin tahu investasi, meluangkan waktu untuk mempelajari investasi, dan mencoba berinvestasi.

Variabel kesatu yaitu literasi keuangan (X1). Menurut Otoritas Jasa Keuangan & Badan Pusat Statistik (2024, hlm. 3), menyatakan bahwa literasi keuangan merupakan pengetahuan, kemampuan, dan keyakinan seseorang yang memengaruhi sikap serta tindakan dalam mengelola keuangan, sehingga membantu pengambilan keputusan yang lebih baik dan mendukung tercapainya kesejahteraan finansial masyarakat. Untuk mengukur literasi keuangan, penelitian ini menggunakan indikator yang dikemukakan oleh Otoritas Jasa Keuangan dan Badan Pusat Statistik (2024, hlm. 4-5), yang terdiri dari pengetahuan, keterampilan, keyakinan, sikap, dan perilaku. Variabel kedua yaitu media sosial (X2). Menurut Nasrullah (2021, hlm. 11), media sosial merupakan sarana berbasis internet yang memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan diri, berinteraksi, bekerja sama, berbagai informasi, serta menjalin komunikasi dengan pengguna lain hingga membentuk hubungan sosial secara virtual. Untuk mengukur media sosial,

penelitian ini menggunakan indikator yang dikemukakan oleh Suryani & Amanah (2024, hlm. 7), yang terdiri dari kemudahan akses informasi, jenis aplikasi yang digunakan, keyakinan terhadap informasi yang disajikan dan kepercayaan terhadap informasi dari media sosial.

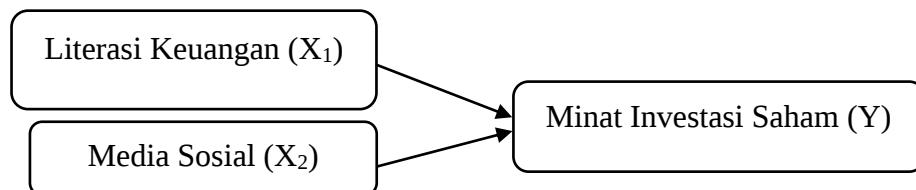
Hubungan literasi keuangan (X1) dan media sosial (X2) terhadap minat investasi saham (Y) didasarkan pada peran kedua variabel tersebut dalam membentuk pemahaman dan ketertarikan mahasiswa terhadap investasi saham. Media sosial dapat menjadi sumber informasi awal yang menarik perhatian, sedangkan literasi keuangan berperan dalam mengarahkan pemahaman agar informasi tersebut dapat dipahami dengan baik. Tanpa literasi keuangan yang baik, kemudahan informasi dari media sosial berisiko menimbulkan persepsi yang keliru terhadap investasi. Apabila didukung oleh literasi keuangan yang baik, media sosial justru dapat menjadi sarana edukasi yang efektif dalam mendorong mahasiswa untuk berpartisipasi secara nyata dalam kegiatan investasi.

Oleh karena itu, literasi keuangan yang baik diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan kepercayaan diri mahasiswa dalam berinvestasi, sementara media sosial dapat memperluas akses informasi yang mendorong munculnya minat investasi. Berdasarkan uraian tersebut, kerangka pemikiran penelitian ini dapat digambarkan pada gambar berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

Dari bagan kerangka pemikiran di atas, terdapat paradigma penelitian sebagai berikut:



Gambar 2.2
Paradigma Penelitian

Keterangan:

X_1 : Literasi Keuangan

X_2 : Media Sosial

Y : Minat Investasi Saham

→ : Pengaruh

D. Asumsi dan Hipotesis Penelitian

1. Asumsi Penelitian

Asumsi adalah anggapan dasar yang diterima sebagai kebenaran awal tanpa adanya keharusan untuk dibuktikan terlebih dahulu (Firdaus dkk., 2023, hlm. 206). Oleh karena itu, penulis menguraikan beberapa asumsi penelitian sebagai berikut:

- a. Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Pasundan merupakan individu yang akrab dengan penggunaan media sosial sebagai salah satu sumber informasi, termasuk informasi yang berkaitan dengan investasi saham;
- b. Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Pasundan memiliki tingkat literasi keuangan yang beragam, sehingga perbedaan pengetahuan tersebut berpotensi memengaruhi ketertarikan mereka terhadap aktivitas investasi saham;

2. Hipotesis Penelitian

Menurut Tim Panduan Penulisan Proposal dan Skripsi Mahasiswa FKIP Unpas (2024, hlm. 14) “Hipotesis merupakan jawaban sementara dari masalah atau sub masalah yang secara teori telah dinyatakan dalam kerangka pemikiran dan masih harus diuji kebenarannya secara empiris.” Maka, peneliti merumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

- a. Terdapat pengaruh yang signifikan tingkat literasi keuangan terhadap minat investasi saham.
- b. Terdapat pengaruh yang signifikan penggunaan media sosial terhadap minat investasi saham.
- c. Terdapat pengaruh yang signifikan literasi keuangan dan media sosial terhadap minat investasi saham.