

BAB II

LANDASAN TEORI

Pada Bab 2 ini akan membahas tentang karya tulis dan penelitian terdahulu yang memiliki topik yang sama terkait minat investasi di pasar modal, *influencer* media sosial, dan lainnya yang terkait dengan judul penelitian ini. Hipotesis yang akan digunakan dalam riset ini serta model kerangka konseptual akan dijelaskan pada bab ini.

2.1 Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terkait pengetahuan investasi, modal awal investasi, dan juga kredibilitas *influencer* media sosial. Penelitian terdahulu tersebut telah melakukan penelitian dari berbagai perspektif yang berbeda. Tabel di bawah ini menjelaskan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan topik pada penelitian ini.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu Mengenai Pengetahuan Investasi, Modal Awal Investasi, dan Kredibilitas Influencer Media Sosial

No	Judul	Penulis	Metode	Kesimpulan	Perbandingan Penelitian
1.	Pengaruh Pemahaman Investasi, Modal Minimal Investasi Dan Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal	Aminatun Nisa dan Luki Zulaika Program Studi Akuntansi STIE Kesuma Negara Blitar, 2017	Kuantitatif	Modal minimal investasi memiliki pengaruh kepada mahasiswa karena mahasiswa cenderung akan memulai melakukan investasi apabila modal	Penelitian ini melakukan uji analisis terhadap minat investasi mahasiswa salah satunya melalui faktor motivasi, sedangkan pada penelitian saya menggunakan faktor

				<p>minimal semakin kecil. Motivasi juga memiliki pengaruh yang signifikan kepada para mahasiswa, khususnya dari teman dan keluarga yang pernah melakukan investasi dan memperoleh keuntungan, sedangkan pemahaman tentang investasi tidak memiliki pengaruh terhadap minat melakukan investasi oleh mahasiswa.</p>	<p>kredibilitas influencer sosial media.</p>
2.	<p>Pengaruh Motivasi Investasi dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal</p>	<p>Rizki Chaerul Pajar</p> <p>Program Studi Akuntansi</p>	Kuantitatif	<p>Motivasi dan pengetahuan investasi memiliki pengaruh positif terhadap minat investasi bagi mahasiswa FE UNY. Motivasi</p>	<p>Penelitian ini menggunakan dua faktor pengaruh, yaitu motivasi investasi dan pengetahuan investasi, sedangkan</p>

	Pada Mahasiswa FE UNY	Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta, 2017		investasi didorong oleh keuntungan yang bisa diperoleh dari berinvestasi saham, sedangkan pengetahuan investasi merupakan suatu pondasi dasar yang perlu dipelajari sebelum terjun ke dalam dunia investasi menurut hasil dalam penelitian ini.	penelitian saya menggunakan tiga faktor pengaruh, yaitu pengetahuan investasi, modal awal investasi, dan kredibilitas influencer sosial media.
3.	Pengaruh Endorser Selebriti Terhadap Minat Beli Secara Daring Pada Situs Shopee	Dwi Setyo Widodo Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2018	Kuantitatif	Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, terdapat 4 faktor yang dimiliki oleh endorser selebriti yang dapat mempengaruhi minat beli secara daring pada Shopee, yaitu visibilitas,	Penelitian ini berfokus pada pengaruh yang dimiliki endorser selebriti terhadap minat beli di Shopee, salah satunya yaitu dari faktor kredibilitas, sedangkan penelitian saya berfokus pada kredibilitas

				kredibilitas, daya tarik, dan juga kekuatan.	influencer terhadap minat dalam berinvestasi di pasar modal
--	--	--	--	--	---

Dari Tabel 2.1 di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa memang banyak riset terdahulu yang membahas tentang faktor yang mempengaruhi minat seseorang dalam berinvestasi, seperti pengetahuan investasi, modal minimal investasi, dan motivasi investasi. Terdapat juga riset terdahulu yang meneliti tentang dampak *influencer* terhadap minat beli suatu produk. Namun, dalam riset ini berfokus pada faktor-faktor yang memberikan dampak terhadap minat berinvestasi dan salah satu faktor yang belum ada di penelitian terdahulu yaitu kredibilitas *influencer* sosial media.

2.2 Investasi Saham

Salah satu produk keuangan yang paling banyak dijadikan sebagai investasi oleh masyarakat saat ini yaitu saham. Saham adalah bukti kepemilikan nilai sebuah perusahaan atau bukti penyertaan modal terhadap suatu perusahaan (Idris, 2021). Apabila seseorang memiliki sebuah saham di perusahaan tersebut, artinya orang tersebut juga memiliki hak kepemilikan dalam aset perusahaan tersebut.

Menurut Fahmi (2012), saham merupakan kertas yang tercantum nilai nominal, nama perusahaan, serta hak dan kewajiban bagi setiap pemegangnya. Oleh karena itu, saham menjadi salah satu instrumen yang aman untuk diinvestasikan karena memiliki bukti fisik kepemilikan dan juga dijamin oleh lembaga Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Investasi merupakan penempatan sejumlah dana dengan harapan dapat memperoleh imbal hasil yang positif (Sutha, 2000). Jadi, investasi saham ialah penanaman modal pada suatu perusahaan dalam bentuk saham. Orang yang melakukan investasi saham disebut juga investor.

2.3 Pengetahuan Investasi

Pengetahuan merupakan proses menyimpan, mengintegrasikan, dan mengorganisasi informasi dalam memori (Solso, 2007). Pengetahuan adalah salah satu domain yang sangat penting dalam membentuk perilaku seseorang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengetahuan investasi merupakan segala informasi tentang investasi yang telah diorganisasi dalam memori seseorang, yang kemudian dijadikan dasar untuk melakukan investasi.

Pengetahuan dalam dunia investasi sangatlah penting, karena terdapat risiko kerugian di dalam dunia investasi. Oleh karena itu, untuk menghindari risiko-risiko kerugian maka masyarakat harus memiliki pengetahuan yang cukup sebelum mengambil keputusan berinvestasi. Pengetahuan dalam dunia investasi dapat berupa pengetahuan menganalisa laporan keuangan suatu emiten, membaca pola pergerakan harga (*price pattern*), diversifikasi portofolio, dan teknik analisa lainnya.

2.4 Modal Awal Investasi

Dalam melakukan investasi saham tentu saja membutuhkan modal. Pada dunia saham, banyaknya kepemilikan saham yang dimiliki oleh investor dapat dilihat dari berapa lot jumlah saham yang dipegang oleh investor tersebut. Lot adalah satuan yang menunjukkan jumlah unit saham yang diperjualbelikan di dalam pasar modal (Ibnu, 2021). Bursa Efek Indonesia (BEI) telah menetapkan bahwa untuk membeli suatu saham dibutuhkan minimal satu lot.

Sebelum tahun 2014, satu lot sama dengan 500 lembar saham. Namun, sejak 6 Januari 2014 BEI telah mengubah ketentuan bahwa satu lot sama dengan 100 lembar saham. Hal ini tentu saja meringankan para investor dalam hal modal investasi. Sebagai contoh, jika harga per lembar saham dari suatu emiten yaitu Rp 1.000/lembar, maka satu lot saham tersebut bernilai Rp 100.000/lot. Sehingga dengan semakin rendahnya modal awal dalam investasi, maka hal ini akan mempermudah calon investor untuk memulai melakukan investasi di pasar modal.

2.5 Kredibilitas Influencer

Kredibilitas merupakan salah satu hal yang sangat penting untuk dimiliki oleh setiap orang khususnya para *influencer*. Menurut Prof. Dr. H. Hafied Canggara (2008), kredibilitas adalah sebuah persepsi yang dimiliki oleh seseorang tentang kelebihan-kelebihannya, sehingga dapat diterima oleh orang lain. Seorang *influencer* memiliki 3 peran utama dalam media sosial, yaitu *to inform*, *to persuade*, dan *to entertain*.

Peran *influencer* dalam *to inform*, yaitu untuk memberikan informasi mengenai suatu produk kepada para pengikutnya sehingga menimbulkan daya tarik untuk membeli produk tersebut. Kemudian peran *influencer* dalam *to persuade*, yaitu untuk meyakinkan para audiens dalam menerima sudut pandang dari *influencer* tersebut. Yang terakhir yaitu peran *influencer* dalam *to entertain* berfungsi untuk menghibur para audiens melalui konten yang mengandung sifat persuasif sehingga audiens dapat menerima pesan yang ingin disampaikan oleh *influencer* dengan baik (Sugiharto & Ramadhana, 2018).

2.6 Minat Investasi

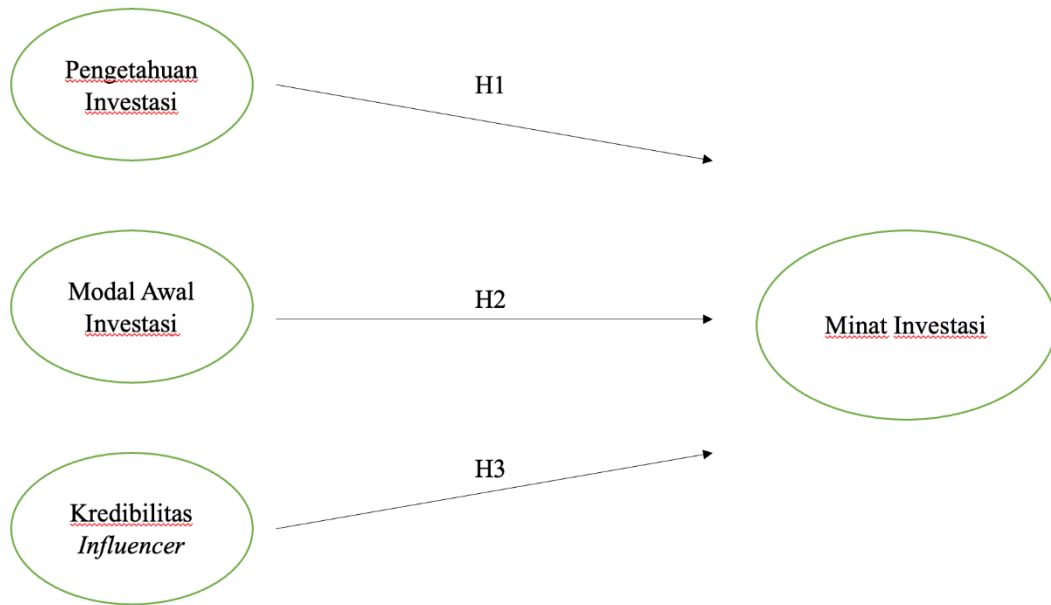
Sebelum memulai suatu tindakan, biasanya akan timbul rasa minat terlebih dahulu dari dalam diri orang tersebut. Menurut Widyastuti (2004), minat adalah suatu keinginan yang muncul dari diri seseorang karena terdapat dorongan setelah mengamati, membandingkan, dan mempertimbangkan dengan kebutuhan yang diinginkannya. Sedangkan menurut Hurlock (2011) mengartikan minat sebagai sumber motivasi yang dapat mendorong seseorang untuk memulai melakukan sesuatu yang diinginkan bila mereka memiliki kebebasan untuk memilih. Hal tersebut akan timbul bila seseorang melihat sesuatu menguntungkan, maka akan timbul rasa minat.

Hal ini kemudian akan menimbulkan rasa kepuasan, sehingga bila kepuasan bertambah, maka rasa minat akan ikut menguat dalam diri orang tersebut. Salah satu faktor utama yang memberikan pengaruh terhadap minat yang timbul dalam diri seseorang yaitu berasal dari lingkungan (Slameto, 2003). Sehingga dalam dunia investasi, minat untuk memulai berinvestasi dapat didorong karena adanya pengaruh

dari lingkungan sekitar, seperti ajakan dari orang lain, media sosial, dan sebagainya.

2.7 Kerangka Konseptual

Penelitian ini berfokus pada minat seseorang untuk melakukan investasi, dimana hal tersebut dapat dilihat dari pengaruh pengetahuan investasi, modal investasi, dan juga kredibilitas *influencer* media sosial.



Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual

2.8 Pengembangan Hipotesis

Investasi merupakan salah satu hal yang sangat baik untuk dilakukan dalam menambah nilai uang pada masa sekarang ini, namun melakukan investasi dengan benar tidaklah mudah. Diperlukan pengetahuan yang cukup untuk calon investor sebelum terjun ke dalam dunia investasi, agar dapat memperoleh keuntungan yang maksimal dan mengurangi terjadinya risiko kerugian pada saat melakukan investasi di pasar modal (Wibowo & Purwohandoko, 2019). Pengetahuan investasi yang dimiliki oleh calon investor dapat berguna dan bermanfaat dalam mengelola investasi yang dimilikinya sehingga bisa menghasilkan imbal hasil yang diharapkan. Semakin tinggi pengetahuan akan investasi maka dapat mempengaruhi ketertarikan terhadap investasi.

Oleh karena itu, pengetahuan yang cukup dalam berinvestasi sangat dibutuhkan supaya terhindar dari segala risiko kerugian yang dapat terjadi (Pajar & Pustikaningsih, 2017). Oleh karena itu, berikut adalah hipotesis yang dapat disimpulkan berdasarkan temuan tersebut.

H1: Pengetahuan investasi berpengaruh positif terhadap minat melakukan investasi di pasar modal.

Selain pengetahuan investasi, hal lain yang menjadi pertimbangan sebelum memulai melakukan investasi yaitu modal awal. Modal minimum merupakan jumlah setoran awal untuk membuka rekening saham yang telah ditetapkan oleh BEI dan sekuritas masing-masing (Wibowo & Purwohandoko, 2019). Tentu saja tidak semua orang yang ingin memulai melakukan investasi memiliki modal yang besar. Sehingga dengan adanya modal awal yang rendah dalam investasi akan berdampak terhadap minat investasi. Menurut Wulandari dkk (2017), modal investasi memiliki pengaruh secara parsial terhadap minat mahasiswa dalam berinvestasi di pasar modal secara *online*. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Aminatun dan Zulaika (2017), bahwa niat investasi pada mahasiswa juga dipengaruhi oleh modal minimal investasi. Berdasarkan temuan tersebut, berikut merupakan hipotesis yang dapat disimpulkan.

H2: Modal awal investasi berpengaruh positif terhadap minat melakukan investasi di pasar modal.

Menurut Ohanian (1990), terdapat tiga dimensi dalam mengukur kredibilitas pada *influencer*, yaitu kepercayaan, keahlian, dan daya tarik. Hal tersebut dipercaya dapat mempengaruhi minat beli konsumen terhadap suatu produk yang dipasarkan oleh *influencer*. Riset yang dilakukan oleh Widodo (2018), menyimpulkan bahwa *endorsement* dari *influencer* memiliki pengaruh terhadap minat beli mahasiswa. Oleh karena itu, berdasarkan temuan tersebut hipotesis yang dapat disimpulkan yaitu sebagai berikut.

H3: Kredibilitas *influencer* media sosial berpengaruh positif terhadap minat melakukan investasi di pasar modal.