
Pengaruh Pengetahuan, Motivasi Belajar Dan Sosialisasi Pasar Modal Terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi Berinvestasi Di Pasar Modal

Sri Hartini

Universitas Amir Hamzah

srihartini394@gmail.com

Abstrak

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh pengetahuan pasar modal, motivasi belajar pasar modal, dan sosialisasi pasar modal terhadap minat mahasiswa akuntansi dalam berinvestasi di pasar modal. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa akuntansi yang berada di Propinsi Sumatera Utara, baik dari universitas negeri maupun universitas swasta, dengan sampel penelitian sebanyak 184 mahasiswa akuntansi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan pasar modal, motivasi belajar tentang pasar modal, dan sosialisasi pasar modal berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa akuntansi dalam berinvestasi di pasar modal. Penelitian ini diharapkan dapat membantu pasar modal untuk meningkatkan minat mahasiswa akuntansi dalam berinvestasi di pasar modal.

Keyword: Minat; Motivasi; Pengetahuan; Sosialisasi

I. PENDAHULUAN

Masyarakat Indonesia masih kurang tertarik dalam berinvestasi terutama di pasar modal (Aldin, 2019). Masyarakat Indonesia masih memiliki orientasi *financial* jangka pendek atau masuk kategori *saving society*, hal ini berbeda dengan di negara-negara yang masyarakatnya sudah memiliki orientasi *financial* jangka panjang atau masuk kategori *investing society* (Pajar, 2017). Menurut Prakoso (2019) Jika dilihat dari jumlah rekening sekuritas yang tercatat di Bursa Efek Indonesia, jumlah investor yang ada di Indonesia baru sebesar 0,8 persen dari jumlah penduduk, sedangkan di negara lain jumlah investor bisa mencapai 20 persen dari jumlah penduduk, misalnya Singapura masyarakatnya sudah 30% menabung saham (Sukmawijaya, 2017). Angka ini masih tergolong rendah bila mengingat bahwa terdapat peningkatan jumlah investor menjadi 2,28 juta dari 1,62 juta di akhir tahun 2018 (Hafiyyan, 2019). Banyak orang belum memiliki kesadaran akan manfaat dari investasi yang mereka dapatkan (Sinarwati & Purnamawati, 2017), padahal investasi memiliki beberapa manfaat. Menurut Suteja & Gunardi (2016) dengan melakukan investasi maka akan mendapatkan atau memperoleh kehidupan yang lebih layak di masa yang akan datang, harta atau kekayaan yang dimiliki akan memberikan hasil atau imbalan yang lebih baik, sehingga dapat mengurangi atau menekan laju inflasi.

Pasar modal memiliki peran yang sangat penting bagi perekonomian suatu negara. Pasar modal memiliki peran dalam hal pendanaan yang berhubungan bagi perekonomian suatu negara, selain itu pasar modal juga dapat dijadikan sebagai indikator perekonomian negara. Aktivitas penjualan

dan pembelian saham yang terus mengalami peningkatan akan memberi indikasi bahwa aktivitas bisnis berjalan dengan baik demikian pula sebaliknya (Nasution, 2015). Dengan semakin berkembangnya teknologi, seperti media internet misalnya, maka diharapkan pasar modal juga akan semakin dapat berkembang, dengan semakin mudahnya calon investor untuk dapat berinvestasi di pasar modal, mencari informasi terkait dengan jenis-jenis investasi dan tata cara berinvestasi di pasar modal. Kemudahan-kemudahan ini diharapkan akan dapat meningkatkan minat calon-calon investor untuk berinvestasi (Cahya & Kusuma, 2019).

Hal lain yang dapat mendorong meningkatnya jumlah investor baru adalah jumlah perusahaan yang *go public*. Di Indonesia, jumlah perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia berdasarkan data tahun 2019 mencapai 666 perusahaan. Meski demikian, jumlah perusahaan *go public* saja tidak cukup untuk dapat meningkatkan jumlah transaksi saham di bursa efek. Kesadaran masyarakat terkait investasi juga harus meningkat (Tandio & Widanaputra, 2016). Hal ini dibuktikan dengan tidak sebandingnya jumlah investor dengan jumlah masyarakat Indonesia. Beberapa penelitian telah dilakukan untuk mengetahui apa penyebab rendahnya keinginan masyarakat untuk berinvestasi.

II. LITERATURE REVIEW

Theory of Reasoned Action

Theory of reasoned action yang dikemukakan oleh Ajzen (1980) menjelaskan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh niat yang ada dalam diri seseorang untuk menetapkan apakah perilaku tersebut akan dilakukan atau tidak dilakukan, niat yang ada dalam diri seseorang tersebut dipengaruhi oleh suatu sikap dan norma-norma subjektif (Nisa & Zulaika, 2017). *Theory of reasoned action* menjelaskan bahwa sikap merupakan keyakinan yang ada dalam diri seseorang baik bersifat positif maupun negatif terkait dengan perilaku yang akan ditentukannya, sedangkan norma subjektif mengarah kepada pandangan yang ada dalam diri seseorang perihal tanggapan atau kepercayaan orang lain di sekitarnya yang akan mempengaruhi minatnya, apakah dia akan melakukannya atau tidak melakukan perilaku yang masih dipertimbangkan olehnya (Jogiyanto, 2007).

Pengetahuan seseorang dapat mempengaruhi minat dalam berinvestasi, hal ini berdasarkan apa yang dikemukakan oleh Asba (2013) bahwa pengetahuan akan mempengaruhi keputusan dalam pembelian, yang mana keputusan yang diambil akan semakin baik jika pengetahuan yang dimiliki konsumen semakin banyak. Pengetahuan yang mumpuni sangat dibutuhkan terutama ketika seseorang melakukan penilaian terhadap kinerja perusahaan yang bersangkutan dalam beberapa tahun sebelumnya. Selain itu menurut Halim (2005) bahwa dalam berinvestasi di pasar modal diperlukan sebuah pengalaman yang baik (Kusmawati, 2011), karena pengalaman dan naluri bisnis dapat digunakan untuk menganalisis efek mana yang akan dibelinya.

Theory reasoned action dalam Nisa & Zulaika (2017) menjelaskan bahwa niat seseorang mempengaruhi perilakunya. Niat seseorang dipengaruhi oleh sikap dan norma subjektif, dimana sikap seseorang akan mengarah kepada keuntungan atau kerugian dari perilakunya. Dengan pengetahuan pasar modal yang baik, maka akan menyebabkan tumbuhnya minat dalam

berinvestasi di pasar modal. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pajar (2017) dan Syafitri (2018) bahwa pengetahuan pasar modal berpengaruh terhadap minat berinvestasi di pasar modal.

Menurut Suprihatin (2015) motivasi adalah sebuah kekuatan yang ada di dalam diri seseorang yang bisa membuat kemauan seseorang meningkat dalam hal melakukan sebuah kegiatan, baik kemauan yang datang dari dalam diri seseorang ataupun yang datang dari luar seseorang. Selain itu mengacu kepada pendapat Nisa & Zulaika (2017) bahwa dalam menumbuhkan minat seseorang dalam berinvestasi, motivasi memiliki pengaruh yang signifikan. Hal ini dikarenakan motivasi adalah sebuah semangat dimana seseorang tergerak untuk melakukan sesuatu.

Theory of learned needs yang dikemukakan oleh David McClelland () dalam Malik (2017) menjelaskan bahwa ada beberapa hal mendasar yang membuat seseorang termotivasi untuk berperilaku, seperti kebutuhan akan kesuksesan, kebutuhan akan kekuasaan, atau kebutuhan untuk menjalin hubungan sesama. Ukuran motivasi yang terdapat dalam diri seseorang akan banyak menjadi penentu kualitas perilaku yang ditampilkannya, baik dalam hal bekerja, belajar, maupun dalam hal yang berkaitan dengan kehidupannya (Suprihatin, 2015). Oleh karena itu dapat dikatakan motivasi yang baik terkait dengan belajar pasar modal akan meningkatkan minat calon investor untuk berinvestasi, karena dengan motivasi belajar yang baik akan menambah kualitas atau waktu belajar, sehingga seseorang akan semakin mengerti pasar modal. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Saraswati & Wirakusuma (2018) dan Nisa & Zulaika (2017) bahwa motivasi berpengaruh terhadap minat berinvestasi di pasar modal.

Mengacu kepada *theory reasoned action* dalam Nisa & Zulaika (2017) yang menjelaskan bahwa niat seseorang mempengaruhi perilakunya, niat seseorang dipengaruhi oleh sikap dan norma subjektif. Norma subjektif mengarah kepada pandangan yang ada di dalam diri seseorang perihal tanggapan atau kepercayaan orang lain disekitarnya yang akan mempengaruhi minatnya, apakah dia akan melakukannya atau tidak melakukan perilaku yang masih dipertimbangkan olehnya. Sehingga dengan sosialisasi yang dilakukan terkait dengan pasar modal akan meningkatkan atau menumbuhkan minat dalam berinvestasi. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Khotimah (2015) yang mengatakan bahwa sosialisasi berpengaruh terhadap minat berinvestasi di pasar modal.

III. RESEARCH QUESTIONS

Dari latar belakang penelitian, maka penelitian ini mengambil hipotesis:
Apakah Pengetahuan pasar modal berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa akuntansi dalam berinvestasi di pasar modal.
Apakah Motivasi belajar pasar modal berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa akuntansi dalam berinvestasi di pasar modal.
Apakah Sosialisasi pasar modal berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa akuntansi dalam berinvestasi di pasar modal.

IV. METHOD

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan data primer. Data dalam penelitian ini diambil secara langsung dari narasumber melalui kuesioner dalam bentuk *google form* yang disebarakan secara *online* dengan mengacu pada penelitian Pajar (2017), menggunakan *skala likert* yang terdiri dari empat prefensi seperti Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa akuntansi yang berada di Propinsi Sumatera Utara, baik dari universitas negeri maupun swasta. Penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas untuk menguji instrumen penelitian dan uji asumsi klasik seperti normalitas, multikolinearitas, dan korelasi untuk memenuhi persyaratan sebelum uji linearitas. Uji linearitas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi dalam model yang digunakan untuk penelitian ini sudah benar atau tidak. Uji ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen mempengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2018). Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan Stata versi 14.

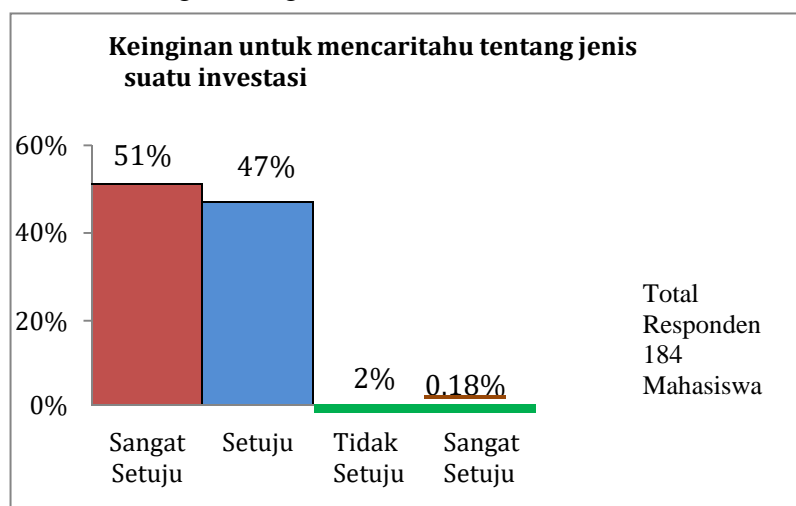
Sampel Penelitian

Berdasarkan data mahasiswa akuntansi yang berada di Propinsi Sumatera Utara tahun 2021, baik dari universitas negeri maupun universitas swasta, maka sampel pada penelitian ini sebanyak 184 mahasiswa akuntansi yang diperoleh dari kuesioner dapat di lihat bahwa dari 184 responden mahasiswa akuntansi, sebanyak 42,9% atau 79 mahasiswa berasal dari universitas negeri dan 57,1% atau 105 mahasiswa berasal dari universitas swasta.

V. DISCUSSION

Analisis Deskriptif Minat

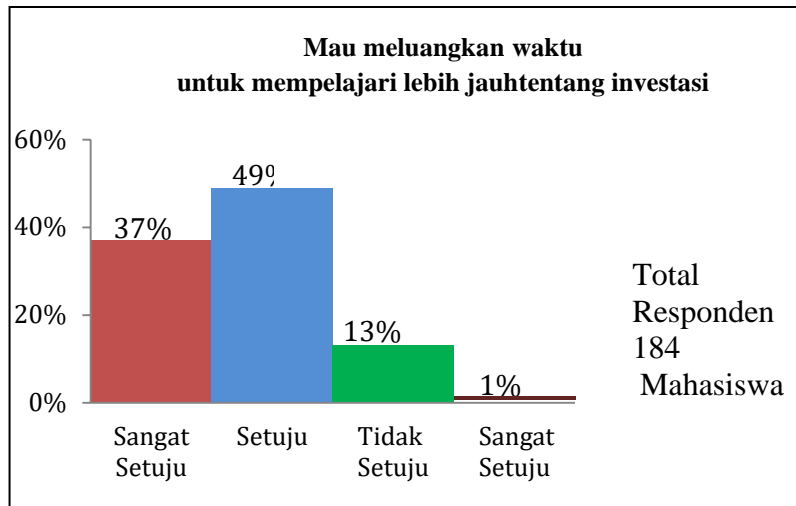
Minat merupakan variabel Y di dalam penelitian ini, dimana dalam kuesioner, variabel minat memiliki 3 indikator yang setiap indikatornya memiliki tiga buah pertanyaan. Indikator pertama adalah keinginan untuk mencari tahu tentang jenis suatu investasi, indikator kedua adalah mau meluangkan waktu untuk mempelajari lebih jauh tentang investasi, dan indikator ketiga adalah serta mencoba investasi. Jawaban mahasiswa atas masing-masing indikator tersebut dapat di lihat melalui gambar-gambar di bawah ini.



Gambar 2 - Keinginan untuk Mencari Tahu tentang Jenis Suatu Investasi

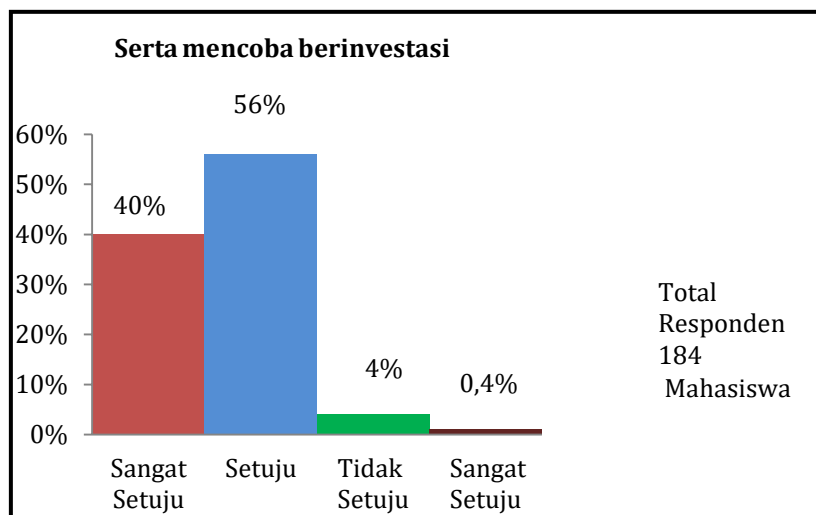
Berdasarkan gambar 2, jawaban Sangat Setuju memiliki bobot sebesar 51%, jawaban Setuju memiliki bobot sebesar 47%, jawaban Tidak Setuju memiliki bobot sebesar 2%, dan

jawaban Sangat Tidak Setuju memiliki bobot 0,18%. Dengan ini dapat di ambil kesimpulan, bahwa jawaban Sangat Setuju merupakan jawaban dengan bobot yang paling tinggi dibandingkan dengan ketiga jawaban lainnya.



Gambar 3 - Mau Meluangkan Waktu untuk Mempelajari Lebih Jauh tentang Investasi

Berdasarkan gambar 3, jawaban Sangat Setuju memiliki bobot sebesar 37%, jawaban Setuju memiliki bobot sebesar 49%, jawaban Tidak Setuju memiliki bobot sebesar 13%, dan jawaban Sangat Tidak Setuju memiliki bobot 1%. Dapat di ambil kesimpulan bahwa jawaban Setuju merupakan jawaban yang paling tinggi dibandingkan dengan ketiga jawaban lainnya. Selain itu, dari ketiga indikator, jawaban Tidak Setuju dalam indikator kedua memiliki bobot yang paling tinggi dibandingkan dengan indikator pertama dan ketiga, artinya sebanyak 13% tidak setuju atas pertanyaan atau pernyataan yang ada di dalam indikator ini.

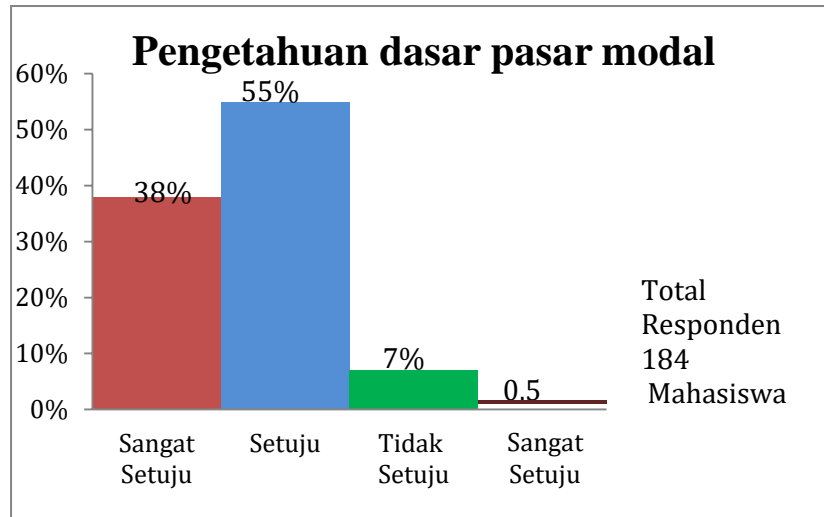


Gambar 4 - Serta Mencoba Investasi

Berdasarkan gambar 4, jawaban Sangat Setuju memiliki bobot sebesar 40%, jawaban Setuju memiliki bobot sebesar 56%, jawaban Tidak Setuju memiliki bobot sebesar 4%, dan jawaban Sangat Tidak Setuju memiliki bobot 0,4%. Dengan ini dapat di ambil kesimpulan, bahwa jawaban Setuju merupakan jawaban dengan bobot yang paling tinggi dibandingkan dengan ketiga jawaban lainnya.

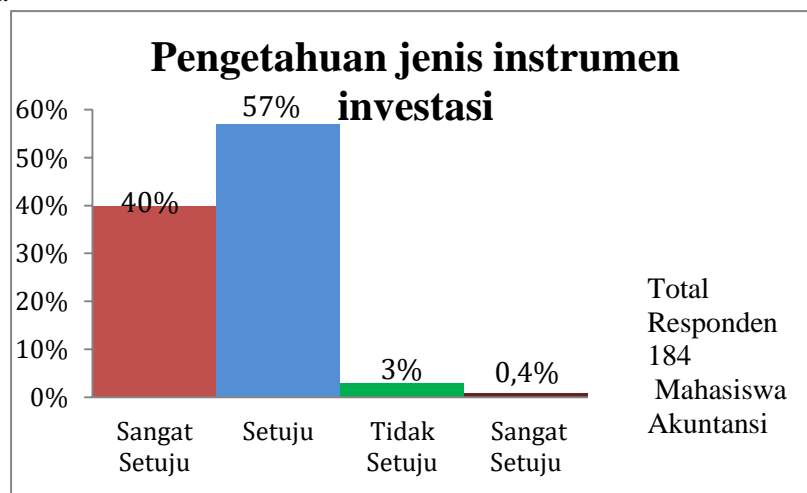
Pengetahuan

Pengetahuan merupakan variabel X_1 di dalam penelitian ini, dimana dalam kuesioner, variabel pengetahuan memiliki 3 indikator yang setiap indikatornya memiliki tiga buah pertanyaan. Indikator pertama adalah pengetahuan dasar pasar modal, indikator kedua adalah pengetahuan jenis instrumen investasi, dan indikator ketiga adalah pengetahuan tingkat keuntungan. Jawaban mahasiswa atas masing-masing indikator tersebut dapat di lihat melalui gambar-gambar dibawah ini.



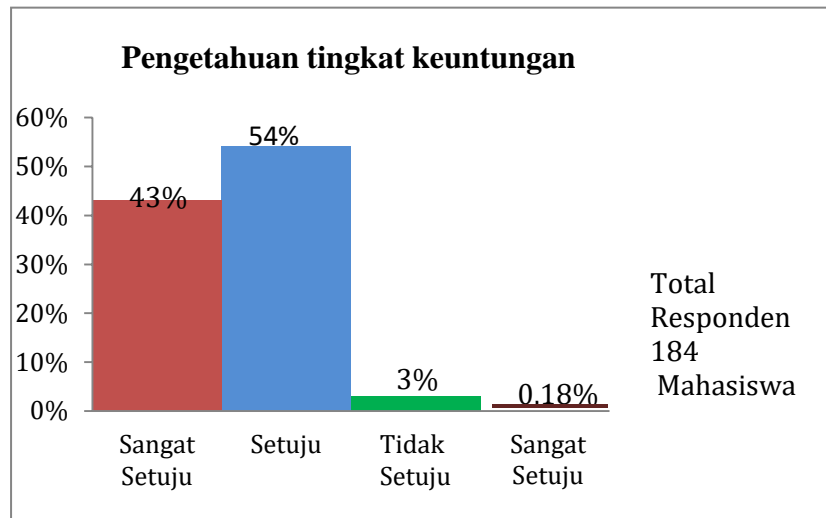
Gambar 5 - Pengetahuan Dasar Pasar Modal

Berdasarkan gambar 5, jawaban Sangat Setuju memiliki bobot sebesar 38%, jawaban Setuju memiliki bobot sebesar 55%, jawaban Tidak Setuju memiliki bobot sebesar 7%, dan jawaban Sangat Tidak Setuju memiliki bobot 0,5%. Dapat di ambil kesimpulan bahwa jawaban Setuju merupakan jawaban dengan bobot yang paling tinggi dibandingkan dengan ketiga jawaban lainnya.



Gambar 6 - Pengetahuan Jenis Instrumen Investasi

Berdasarkan gambar 6, jawaban Sangat Setuju memiliki bobot sebesar 40%, jawaban Setuju memiliki bobot sebesar 57%, jawaban Tidak Setuju memiliki bobot sebesar 3%, dan jawaban Sangat Tidak Setuju memiliki bobot 0,4%. Dengan ini dapat di ambil kesimpulan, bahwa jawaban Setuju merupakan jawaban dengan bobot yang paling tinggi dibandingkan dengan ketiga jawaban lainnya.

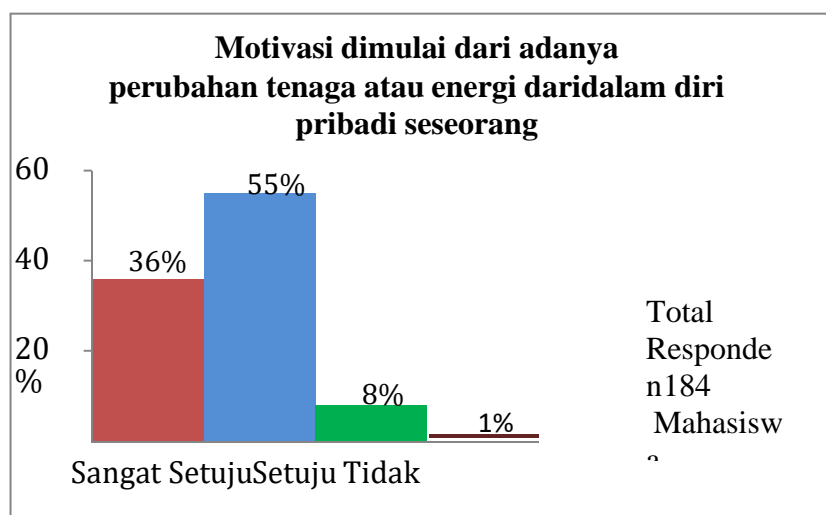


Gambar 7 - Pengetahuan Tingkat Keuntungan

Berdasarkan gambar 7, jawaban Sangat Setuju memiliki bobot sebesar 43%, jawaban Setuju memiliki bobot sebesar 54%, jawaban Tidak Setuju memiliki bobot sebesar 3%, dan jawaban Sangat Tidak Setuju memiliki bobot 0,18%. Dapat di ambil kesimpulan bahwa jawaban Setuju merupakan jawaban dengan bobot yang paling tinggi dibandingkan dengan ketiga jawaban lainnya.

Motivasi

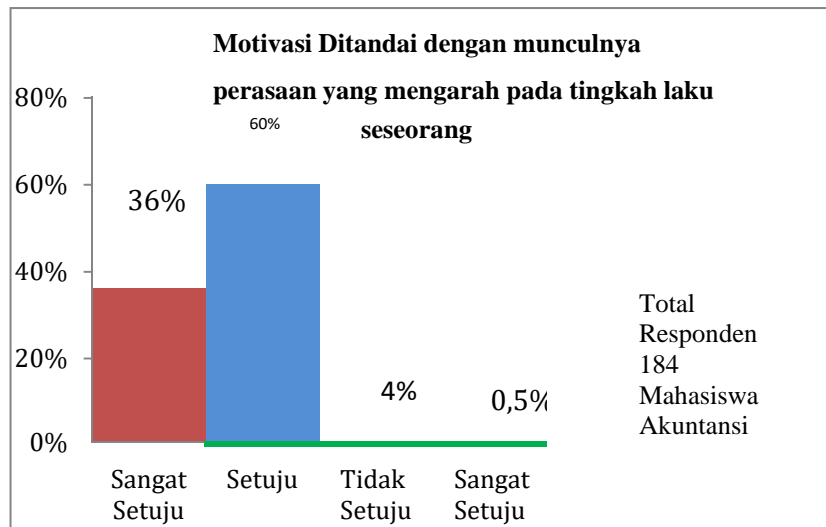
Motivasi merupakan variabel X_2 di dalam penelitian ini, dimana dalam kuesioner, variabel motivasi memiliki 3 indikator yang setiap indikatornya memiliki tiga buah pertanyaan. Indikator pertama adalah motivasi dimulai dari adanya perubahan energi atau tenaga di dalam diri pribadi seseorang, indikator kedua adalah motivasi ditandai dengan timbulnya perasaan yang mengarah tingkah laku seseorang, dan indikator ketiga adalah motivasi ditandai oleh reaksi-reaksi untuk mencapai tujuan. Jawaban mahasiswa atas masing-masing indikator tersebut dapat di lihat melalui gambar-gambar dibawah ini.



Gambar 8 - Motivasi dimulai dari Adanya Perubahan Tenaga atau Energi dari dalam Diri Pribadi Seseorang

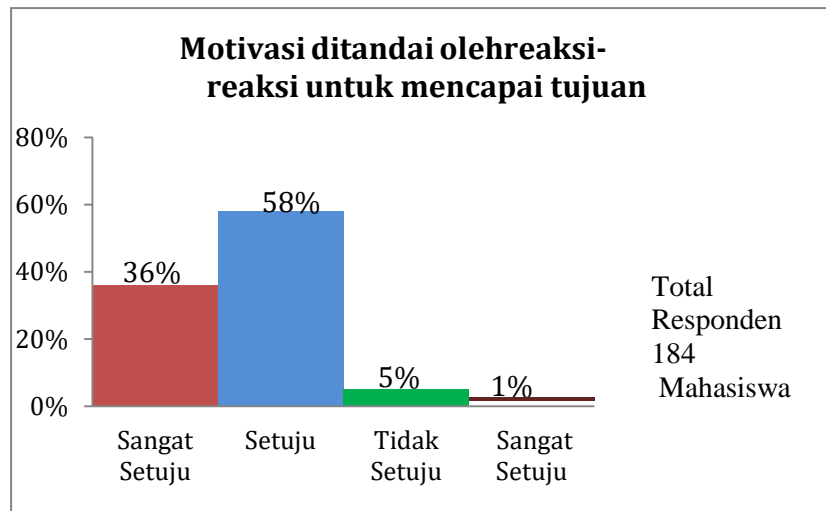
Berdasarkan gambar 8, jawaban Sangat Setuju memiliki bobot sebesar 36%, jawaban Setuju memiliki bobot sebesar 55%, jawaban Tidak Setuju memiliki bobot sebesar 8%, dan jawaban Sangat Tidak Setuju memiliki bobot 1%. Dengan ini dapat di ambil kesimpulan, bahwa

jawaban Setuju merupakan jawaban dengan bobot yang paling tinggi dibandingkan dengan ketiga jawaban lainnya.



Gambar 9 - Motivasi dimulai dari Adanya Perubahan Tenaga atau Energi dari dalam Diri Pribadi Seseorang

Berdasarkan gambar 9, jawaban Sangat Setuju memiliki bobot sebesar 36%, jawaban Setuju memiliki bobot sebesar 60%, jawaban Tidak Setuju memiliki bobot sebesar 4%, dan jawaban Sangat Tidak Setuju memiliki bobot 0,5%. Dapat di ambil kesimpulan bahwa jawaban Setuju merupakan jawaban dengan bobot yang paling tinggi dibandingkan dengan ketiga jawaban lainnya.



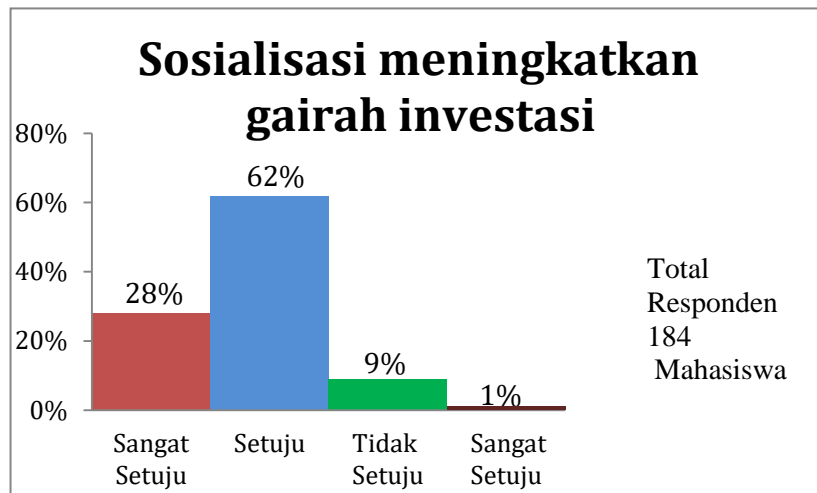
Gambar 10 - Motivasi ditandai oleh Reaksi-Reaksi untuk Mencapai Tujuan

Berdasarkan gambar 10, jawaban Sangat Setuju memiliki bobot sebesar 36%, jawaban Setuju memiliki bobot sebesar 58%, jawaban Tidak Setuju memiliki bobot sebesar 5%, dan jawaban Sangat Tidak Setuju memiliki bobot 1%. Dengan ini dapat di ambil kesimpulan, bahwa jawaban Setuju merupakan jawaban dengan bobot yang paling tinggi dibandingkan dengan ketiga jawaban lainnya.

Jika dilihat dari ketiga indikator motivasi belajar pasar modal, maka mahasiswa menjawab sangat setuju sebesar 36% di setiap indikator, namun pada indikator motivasi dimulai dari adanya perubahan tenaga atau energi dari dalam diri pribadi seseorang, mahasiswa menjawab tidak setuju sebesar 8%, artinya sebesar 8% mahasiswa tidak setuju jika di dalam sks perkuliahan terdapat mata kuliah investasi, kurangnya semangat di dalam mengikuti seminar, dan kurangnya perhatian jika terdapat narasumber yang menjelaskan tentang materi investasi.

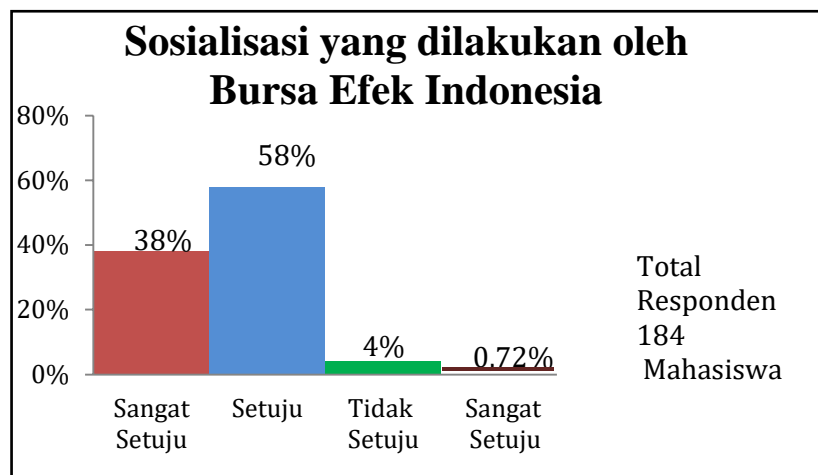
Sosialisasi

Sosialisasi merupakan variabel X_3 di dalam penelitian ini, dimana dalam kuesioner, variabel sosialisasi memiliki 2 indikator, yang mana indikator pertama memiliki tiga buah pertanyaan dan indikator kedua memiliki enam buah pertanyaan. Indikator pertama adalah sosialisasi meningkatkan gairah investasi sedangkan indikator kedua adalah sosialisasi yang dilakukan oleh Bursa Efek Indonesia. Jawaban mahasiswa atas masing-masing indikator tersebut dapat di lihat melalui gambar-gambar dibawah ini.



Gambar 11 - Sosialisasi Meningkatkan Gairah Investasi

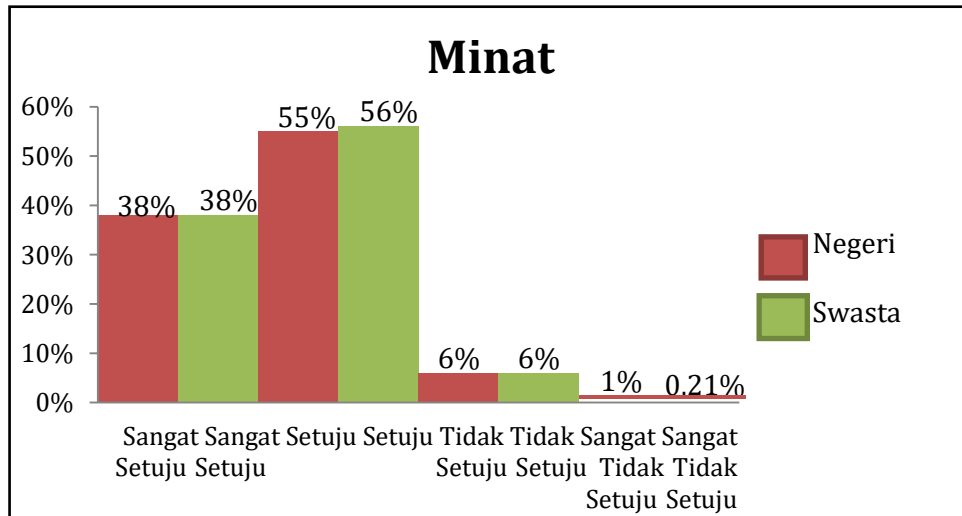
Berdasarkan gambar 11, jawaban Sangat Setuju memiliki bobot sebesar 28%, jawaban Setuju memiliki bobot sebesar 62%, jawaban Tidak Setuju memiliki bobot sebesar 9%, dan jawaban Sangat Tidak Setuju memiliki bobot 1%. Dapat di ambil kesimpulan bahwa jawaban Setuju merupakan jawaban dengan bobot yang paling tinggi dibandingkan dengan ketiga jawaban lainnya.



Gambar 12 - Sosialisasi yang dilakukan oleh Bursa Efek Indonesia

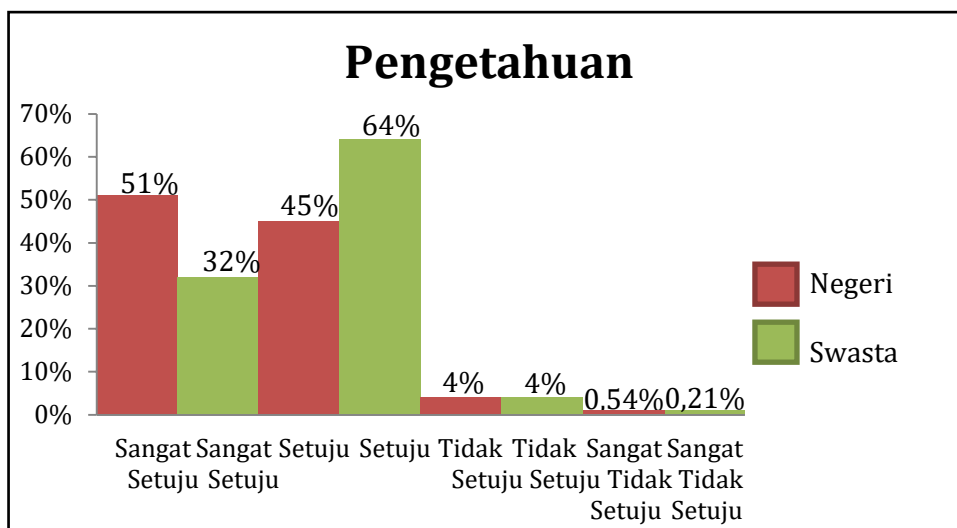
Berdasarkan gambar 12, jawaban Sangat Setuju memiliki bobot sebesar 38%, jawaban Setuju memiliki bobot sebesar 58%, jawaban Tidak Setuju memiliki bobot sebesar 4%, dan jawaban Sangat Tidak Setuju memiliki bobot 0,72%. Dengan ini dapat di ambil kesimpulan, bahwa jawaban Setuju merupakan jawaban dengan bobot yang paling tinggi dibandingkan dengan ketiga jawaban lainnya.

Selanjutnya membandingkan jumlah jawaban responden yang berasal dari universitas negeri dan universitas swasta, yang dapat di lihat melalui gambar-gambar di bawah ini.



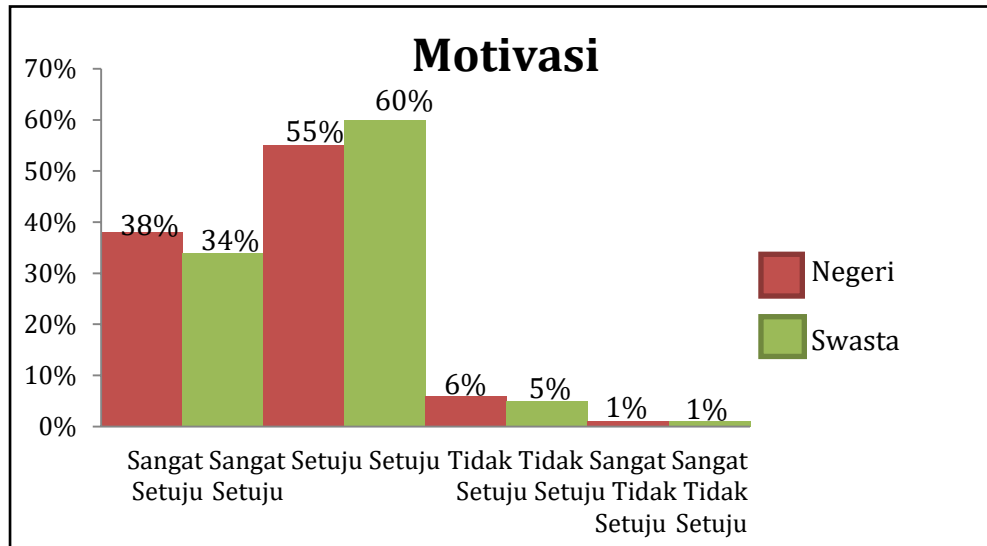
Gambar 13 - Minat Berdasarkan Jenis Universitas

Berdasarkan gambar 13 di atas, hampir tidak ada perbedaan antara responden yang berasal dari universitas negeri dengan universitas swasta, tingkat keyakinan terhadap setiap pertanyaan atau pernyataan yang diberikan hampir sama, artinya baik mahasiswa yang berasal dari universitas negeri maupun universitas swasta memiliki minat yang sama untuk berinvestasi di pasar modal.



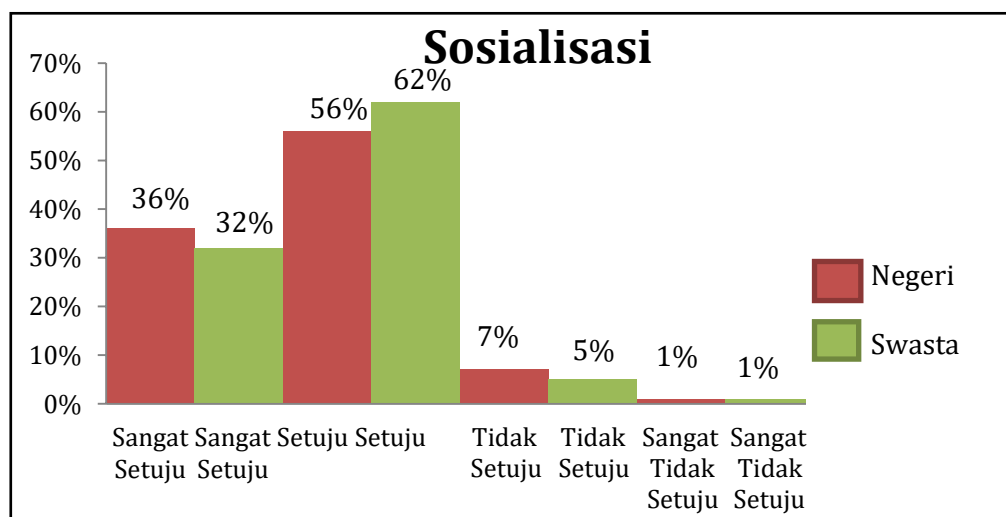
Gambar 14 - Pengetahuan Berdasarkan Jenis Universitas

Berdasarkan gambar 14 di atas, responden universitas negeri memiliki jawaban sangat setuju lebih besar 9% dibandingkan dengan jawaban responden universitas swasta, artinya mahasiswa universitas negeri memiliki tingkat keyakinan yang lebih kuat atas setiap pertanyaan atau pernyataan yang diberikan dibandingkan dengan mahasiswa universitas swasta terkait dengan pengetahuan pasar modal.



Gambar 15 - Motivasi Berdasarkan Jenis Universitas

Berdasarkan gambar 15 di atas, hampir tidak ada perbedaan antara responden yang berasal dari universitas negeri dengan universitas swasta, namun responden universitas negeri memiliki jawaban sangat setuju lebih besar 4% dibandingkan dengan jawaban responden universitas swasta, artinya mahasiswa universitas negeri memiliki tingkat keyakinan yang lebih kuat atas setiap pernyataan yang diberikan dibandingkan dengan mahasiswa swasta terkait dengan motivasi belajar pasar modal. Keduanya memiliki motivasi yang cukup baik untuk berinvestasi di pasar modal, hal ini dapat di lihat dari setiap jawaban atas pernyataan yang diberikan dimana keduanya lebih banyak menjawab sangat setuju atau setuju.



Gambar 16 - Sosialisasi Berdasarkan Jenis Universitas

Berdasarkan gambar 16 di atas, hampir tidak ada perbedaan antara responden yang berasal dari universitas negeri dengan universitas swasta, namun responden universitas negeri memiliki jawaban sangat setuju lebih besar 4% dibandingkan dengan jawaban responden universitas swasta, artinya mahasiswa universitas negeri memiliki tingkat keyakinan yang lebih kuat atas setiap pernyataan yang diberikan dibandingkan dengan mahasiswa universitas swasta terkait dengan sosialisasi berinvestasi. Keduanya memiliki atau mendapatkan sosialisasi yang cukup baik untuk berinvestasi di pasar modal, hal ini dapat di lihat dari setiap jawaban atas pernyataan yang diberikan, dimana keduanya menjawab sangat setuju atau setuju. Jika melihat

jawaban tidak setuju pada tabel di atas, universitas negeri memiliki jumlah persenan yang lebih besar dibandingkan universitas swasta atau dalam arti lain, sebanyak 7% mahasiswa universitas negeri tidak setuju dengan pernyataan yang ada di dalam kuesioner terkait dengan sosialisasi pasar modal.

Tabel 1 - Rata-Rata Jawaban Berdasarkan Jenis Universitas

	Univ Negeri		Univ Swasta
Minat	3,4	Minat	3,3
Pengetahuan	3,5	Pengetahuan	3,3
Motivasi	3,3	Motivasi	3,3
Sosialisasi	3,3	Sosialisasi	3,3

Dari tabel 1 di atas, dapat dilihat bahwa tidak ada perbedaan jawaban yang besar di antara responden, baik universitas negeri maupun universitas swasta, artinya baik mahasiswa negeri dan mahasiswa swasta, sama-sama memiliki minat, pengetahuan, motivasi, dan sosialisasi yang baik, sehingga yang dilakukan oleh BEI ddalam melakukan kerjasama dengan berbagai macam institusi terutama universitas negeri dan universitas swasta sudah tepat, salah satunya dengan mengadakan galeri bursa efek atau mengadakan seminar berkaitan dengan pasar modal.

Uji Instrumen Penelitian dan Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini dilakukan uji validitas untuk menentukan sejauh mana sebuah alat memiliki kemampuan melakukan pengukuran dari apa yang ingin di ukur dan dilakukan uji reliabilitas untuk mengetahui bahwa sejauh mana hasil dari pengukuran tetap stabil atau konsisten jika dilakukan pengukuran pada waktu yang berbeda. Selain itu juga dilakukan Uji Normalitas, Korelasi, dan Multikolinearitas dalam penelitian ini.

Analisis Regresi

Tabel 2 - Hasil Analisis Regresi

Variabel	Dugaan	Coef.	p-value
Konstanta	+	6,342	0,000
Pengetahuan	+	0,231	0,000
Motivasi	+	0,326	0,000
Sosialisasi	+	0,246	0,000
<i>Adj R²</i>		0,6112	Prob>F 0,000

Pengaruh pengetahuan pasar modal, motivasi belajar pasar modal, dan sosialisasi pasar modal terhadap minat mahasiswa akuntansi dalam berinvestasi di pasar modal secara simultan, berdasarkan Tabel 2, dapat dilihat bahwa nilai sig yang ada pada tabel lebih kecil dari 0,05 dengan nilai *adj R²* sebesar 0,6176, artinya pengetahuan pasar modal, motivasi belajar pasar modal, dan sosialisasi pasar modal memiliki pengaruh sebesar 61,12% terhadap minat mahasiswa akuntansi di pasar modal dan sisanya sebesar 38,24% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian. Sehingga dapat disimpulkan, bahwa secara simultan pengetahuan pasar modal, motivasi belajar pasar modal, dan sosialisasi pasar modal berpengaruh terhadap minat mahasiswa akuntansi dalam berinvestasi di pasar modal.

Pengaruh Pengetahuan Pasar Modal terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi dalam

Berinvestasi di Pasar Modal

Berdasarkan Tabel 2, dapat dilihat bahwa nilai sig variabel pengetahuan yang ada pada tabel lebih kecil dari 0,05 dengan nilai koefisien sebesar 0,231 yang menunjukkan hasil yang positif, artinya semakin mahasiswa memiliki pengetahuan pasar modal yang baik, maka minat dalam berinvestasi di pasar modal akan meningkat sebesar 0,231, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang telah dirumuskan pada H_1 diterima. Hasil ini sejalan dengan penelitian Pajar (2017), Khotimah, Warsini, & Nuraeni (2015) yang menyatakan bahwa pengetahuan investasi atau pasar modal berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam berinvestasi di pasar modal. Apabila seseorang memiliki pengetahuan yang mumpuni terkait dengan pasar modal, maka ia akan mengetahui manfaat yang akan didapatkan dengan berinvestasi di pasar modal. Dengan pengetahuan yang baik, maka akan mendapatkan kemudahan-kemudahan terutama dalam memilih dimana ia akan menaruh sahamnya, selain itu dengan pengetahuan mumpuni maka akan terhindari dari segala penipuan-penipuan di pasar modal sehingga resiko yang dihadapi dalam berinvestasi akan berkurang.

Pengaruh Motivasi Belajar Pasar Modal terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi dalam Berinvestasi di Pasar Modal

Berdasarkan Tabel 2, dapat dilihat bahwa nilai sig variabel motivasi yang ada pada tabel lebih kecil dari 0,05 dengan nilai koefisien sebesar 0,326 menunjukkan hasil yang positif, artinya semakin mahasiswa memiliki motivasi belajar yang baik, maka minat dalam berinvestasi di pasar modal akan meningkat sebesar 0,326, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang telah dirumuskan pada H_2 diterima. Hasil ini sejalan dengan penelitian Pajar (2017), Saraswati & Wirakusuma (2018), Malik (2017), dan Nisa & Zulaika (2017) yang menyatakan bahwa motivasi berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam berinvestasi di pasar modal. Apabila seseorang memiliki motivasi yang baik, maka ia akan memiliki sebuah semangat di dalam dirinya sehingga tergerak untuk melakukan sesuatu.

Pengaruh Sosialisasi Pasar Modal terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi dalam Berinvestasi di Pasar Modal

Berdasarkan Tabel 2, dapat dilihat bahwa nilai sig variabel pengetahuan yang ada pada tabel lebih kecil dari 0,05 dengan nilai koefisien sebesar 0,246 menunjukkan hasil yang positif, artinya semakin mahasiswa memiliki atau mendapatkan sosialisasi yang baik, maka minat dalam berinvestasi di pasar modal akan meningkat sebesar 0,246, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang telah dirumuskan pada H_3 diterima. Hasil ini sejalan dengan penelitian Khotimah, Warsini, & Nuraeni (2015) yang menyatakan bahwa sosialisasi pasar modal berpengaruh terhadap minat mahasiswa akuntansi dalam berinvestasi di pasar modal. Dengan sosialisasi yang dilakukan dengan baik, maka informasi berkaitan dengan pasar modal dapat tersebar secara luas terutama kepada mahasiswa. Selain itu, dengan sosialisasi, dapat menambah wawasan mahasiswa sehingga mahasiswa termotivasi untuk terus mencari tahu tentang pasar modal dan meningkatkan minatnya dalam berinvestasi di pasar modal. Banyak cara yang dapat dilakukan, seperti dengan membuat pelatihan-pelatihan pasar modal, terutama dalam hal ini menjadi seorang *trader* saham, membuat *workshop* di kampus-kampus atau memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk melakukan proses magang, baik itu di bursa efek maupun di perusahaan-perusahaan sekuritas.

VI. CONCLUSIONS

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa hasil uji signifikansi pada uji t menunjukkan pengetahuan pasar modal memperoleh nilai 0,000 atau lebih kecil dari 0,05 dan menunjukkan hasil yang positif, artinya pengetahuan pasar modal berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa akuntansi dalam berinvestasi di pasar modal. Semakin baik pengetahuan yang dimiliki mahasiswa akuntansi, maka minat dalam berinvestasi pun akan semakin meningkat. Motivasi belajar pasar modal memperoleh nilai signifikansi pada uji t sebesar 0,000 atau lebih kecil dari 0,05 dan menunjukkan hasil yang positif, artinya motivasi belajar pasar modal berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa akuntansi dalam berinvestasi di pasar modal. Semakin baik motivasi dalam belajar pasar modal, maka minat dalam berinvestasi di pasar modal pun akan meningkat. Sosialisasi pasar modal memperoleh nilai signifikansi pada uji t sebesar 0,000 atau lebih kecil dari 0,05 dan menunjukkan hasil yang positif, artinya sosialisasi pasar modal berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa akuntansi dalam berinvestasi di pasar modal. Semakin baik sosialisasi yang dilakukan, maka minat mahasiswa akuntansi dalam berinvestasi pun akan semakin meningkat.

REFERENCES

- Aldin, I. U. (2019, Januari 2). (P. Aria, Penyunting) Dipetik 11 17, 2019, dari Katadata.co.id: <https://katadata.co.id/berita/2019/01/02/menteri-darmin-pendalaman-pasar-modal-belum-maksimal>
- Cahya, T. B., & Kusuma, A. N. (2019). Pengaruh Motivasi dan Kemajuan Teknologi Terhadap Minat Investasi Saham. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Keislaman* , 7.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Badan penerbit-Undip.
- Hafiyyan. (2019, November 03). *Investor Milenial Dominasi Pasar Modal*. Diambil kembali dari Bisnis.com: <https://market.bisnis.com/read/20191103/7/1166189/investor-milenial-dominasi-pasar-modal#>
- IDX. (2019, Desember 13). *Profil Perusahaan Tercatat*. Diambil kembali dari <https://www.idx.co.id/perusahaan-tercatat/profil-perusahaan-tercatat/>
- Khotimah, H., Warsini, S., & Nuraeni, Y. (2015). Pengaruh Sosialisasi dan Pengetahuan Terhadap Minat Investor Pada Efek Syariah di Pasar Modal.
- Kurniawan, A. (2018). Metodologi Penelitian Pendidikan. Dalam N. N. M (Penyunt.). Bandung: PT Remaza Rosdakarya.
- Malik, A. D. (2017). Analisa Faktor-Faktor Yang Mpengaruhi Minat Masyarakat Beinvestasi Di Pasar Modal Syariah Melalui Bursa Galei Investasi UISI. *Ekonomi dan Bisnis* , 3.
- Nasution, Y. S. (2015). Peranan Pasar Modal dalam Perekonomian Negara.

- Nisa, A., & Zulaika, L. (2017). Pengaruh Pemahaman Investasi, Modal Minimal Investasi Dan Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Di Pasar Modal. *PETA* , 2.
- Pajar, R. C. (2017, Juli 17). Pengaruh Motivasi Investasi dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Berinvestasi di Pasar Modal Pada Mahasiswa FE UNY.
- Prakoso, D. (2019, 11 18). *OJK: Jumlah Investor Baru 0,8 Persen dari Jumlah Penduduk Indonesia*. (A. A. Hidayat, Penyunting) Dipetik 04 16, 2020, dari Tempo.com: <https://bisnis.tempo.co/read/1273578/ojk-jumlah-investor-baru-08-persen-dari-penduduk-indonesia/full&view=ok>
- Sinarwati, P. A., & Purnamawati, G. A. (2017). Pengaruh Manfaat, Fasilitas, Persepsi Kemudahan, Modal, Return, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Berinvestasi Secara Online. *Akuntansi* , 8 No. 2.
- Sukmawijaya, A. (2017, 11 1). Dipetik 2 2020, dari 12,8% Penduduk Malaysia Sudah Investasi Saham, di RI baru 0,2%: kumparan.com/kumparannews/12-8-penduduk-malaysia-sudah-investasi-saham-di-ri-baru-0-2
- Suprihatin, S. (2015). Upaya Guru Dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa. *Pendidikan Ekonomi UM Metro* , 3.
- Tandio, T., & Widanaputra, A. (2016). Pengaruh Pelatihan Pasar Modal, Return, Persepsi, Risiko, Gender, dan Kemajuan Teknologi Pada Minat Investasi Mahasiswa. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* , 16 No. 3.