JURNAL REVENUE
Jurnal Akuntansi
Volume 5 Nomor 1 Tahun 2024
DOI Issue: 10.46306/rev.v5i1
p-ISSN : 2723-6498 e-ISSN: 2723-6501
DOI Artikel: 10.46306/rev.v5i1.548

PENGARUH MEDIA SOSIAL, EDUKASI PASAR MODAL DAN PENGGUNAAN ANALISIS FUNDAMENTAL TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI DI PASAR MODAL (STUDI PADA MASASISWA INVESTOR SAHAM DI SURABAYA)

Alifia Arum Setiawati[1], Lintang Venusita[2]
[1,2]Program Studi Akuntansi, Universitas Negeri Surabaya
Email: alifiarum@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh media sosial, edukasi pasar modal, dan penggunaan analisis fundamental mempengaruhi pilihan investasi pasar modal yang dilakukan oleh investor saham mahasiswa di Surabaya. Kuesioner dibagikan kepada mahasiswa dari berbagai universitas di Surabaya yang aktif berinvestasi di pasar modal. Purposive sampling digunakan untuk memilih 400 responden yang menjadi sampel penelitian ini. Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif dengan teknik Partial Least Squares (PLS), dan aplikasi SmartPLS digunakan untuk analisis. Temuan penelitian menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi mahasiswa. Edukasi pasar modal memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi. Selain itu, penggunaan analisis fundamental juga menunjukkan pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi mahasiswa.

Kata kunci*: Media Sosial, Edukasi Pasar Modal, Analisis Fundamental, Keputusan Investasi.*

Abstract

This research aims to examine the influence of social media, capital market education, and the use of fundamental analysis on capital market investment choices made by student stock investors in Surabaya. Questionnaires were distributed to students from various universities in Surabaya who actively invest in the capital market. Purposive sampling was used to select 400 respondents as the sample for this research. This research uses a quantitative methodology with the Partial Least Squares (PLS) technique, and the SmartPLS application is used for analysis. Research findings show that social media has a significant influence on students' investment decisions. Capital market education has a significant influence on investment decisions. Apart from that, the use of fundamental analysis also shows a significant influence on student investment decisions.

Keywords*: Social Media, Capital Market Education, Fundamental Analysis, Investment Decisions.*

PENDAHULUAN

Manusia sebagai makhluk ekonomi akan berjuang untuk mencapai kehidupan yang baik secara finansial. Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk meraih tujuan keuangan adalah dengan melakukan investasi. Investasi adalah proses memasukkan uang atau aset lain ke dalam aset atau instrumen keuangan lain dengan tujuan memperoleh keuntungan di kemudian hari. Melalui investasi, masyarakat dapat mencapai sejumlah tujuan keuangan jangka panjang, termasuk masa pensiun, pendidikan, dan perolehan aset-aset penting, serta meningkatkan kekayaan mereka dan melindungi dari inflasi. Investasi yang dipilih dengan cermat dan didukung oleh analisis menyeluruh dapat memaksimalkan pertumbuhan keuangan dan mengarah pada stabilitas keuangan.

Di pasar modal Indonesia, jumlah investor meningkat 13,76% dibandingkan tahun sebelumnya, menurut data dari PT Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI). Hingga September 2023, jumlah investor yang terdaftar di KSEI berdasarkan *Single Investor Identification* (SID) mencapai 11,72 juta investor. Individu muda di bawah 30 tahun merupakan mayoritas investor; jumlahnya meningkat menjadi 57,26% dengan nilai aset Rp 34,03 triliun (KSEI, 2023). Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Regional IV Jawa Timur, Jawa Timur adalah provinsi di Indonesia dengan tingkat investasi tertinggi. Dari 790 galeri BEI yang tersebar di seluruh Indonesia, 86 di antaranya berlokasi di wilayah Jawa Timur sehingga menjadikannya provinsi dengan jumlah galeri terbanyak. Jumlah investor SID di pasar modal Jawa Timur memberikan kontribusi sebesar 13,28% terhadap total nasional. Kantor Perwakilan Bursa Efek Indonesia (BEI) Jawa Timur mencatat bahwa Kota Surabaya memiliki jumlah SID terbesar di wilayahnya, yaitu sebanyak 137.660 (KSEI, 2023)

Pertumbuhan investor individu di Indonesia tidak lepas dari inisiatif BEI yang meluncurkan galeri investasi dan bekerja sama dengan institusi akademis. Program “Yuk Nabung Saham” diluncurkan untuk meningkatkan partisipasi masyarakat, terutama pelajar, di pasar saham, dengan tujuan untuk meningkatkan kesadaran investasi di kalangan generasi muda (Pradikasari & Isbanah, 2018). Terkait jumlah peningkatan jumlah investor tersebut, terlihat bahwa kegiatan investasi yang meningkat secara signifikan di Indonesia mempengaruhi pilihan investasi yang dilakukan oleh investor. Sejauh mana seorang investor telah membuat atau mengambil keputusan investasi yang sesuai pada dasarnya dapat menentukan keberhasilan investasinya (Pradikasari & Isbanah, 2018). Keputusan investasi memainkan peran penting dalam membentuk fondasi keuangan pribadi yang sehat dan berkelanjutan. Teknologi dan internet memegang peranan besar dan berpengaruh dalam dunia investasi. Masyarakat dapat lebih mudah memperoleh informasi investasi dan bertukar pengalaman dengan pengguna lain ketika akses teknologi dan internet tersedia (Tandio, 2016).

Di era digital, media sosial telah berkembang menjadi komponen penting dalam pertumbuhan sektor keuangan. Fenomena pemanfaatan media sosial sebagai alat dan tempat berbagi informasi, termasuk informasi mengenai investasi, dihadirkan dengan kemudahan akses informasi pada platform tersebut. Informasi tersebut dapat berupa perkembangan dan pergerakan harga saham hingga rincian mengenai perusahaan yang membutuhkan pendanaan melalui penjualan saham di bursa (Mahendrayani & Musmini, 2021). Dengan mudahnya investor kini dapat mencari apa pun yang mereka inginkan di media sosial seperti Twitter (X), Instagram, Facebook, bahkan Tik-Tok, platform terpopuler saat ini, hal ini menandakan bahwa sentimen investor di media sosial telah berkembang menjadi sebuah sumber informasi yang berharga (Rizkiana, 2021). Kecenderungan

untuk mencoba berinvestasi akan meningkat sebanding dengan seberapa baik media sosial digunakan untuk mengumpulkan pengetahuan tentang investasi. Menurut Wibisono & Ang, (2019) halaman media sosial berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi. Halaman media sosial telah dipandang sebagai saluran yang sangat efektif dan efisien untuk pengungkapan perusahaan. Hal ini menunjukkan bagaimana investor mencari informasi di media sosial terlebih dahulu sebelum memutuskan untuk berinvestasi. Namun penelitian Yustati & Harpepen, (2023) mengemukakan bahwa media sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berinvestasi Gen Z. Selain itu, media sosial masih banyak dimanfaatkan oleh pelajar untuk tujuan hiburan dibandingkan sebagai alat untuk belajar.

Menurut Segara (2021), keputusan investasi generasi muda dapat dipengaruhi oleh media sosial, sehingga edukasi dan sosialisasi penting untuk menghindari risiko penipuan. Edukasi pasar modal menyediakan pengetahuan dasar yang penting dalam pengambilan keputusan investasi (Dewi, 2020). BEI dan lembaga terkait telah mengadakan berbagai program edukasi seperti seminar dan workshop untuk meningkatkan jumlah investor di pasar modal. Yusmini et al. (2023) menunjukkan bahwa keputusan berinvestasi generasi milenial dipengaruhi oleh edukasi pasar modal. Mahasiswa dari generasi milenial akan menggunakan pengetahuan baru untuk menentukan pilihan investasi pasar modal. Semakin banyak informasi yang diperoleh, semakin banyak pengetahuan yang dapat digunakan untuk membuat keputusan investasi. Namun penelitian yang dilakukan Febriyana & Hwihanus (2020) mengungkapkan minat mahasiswa untuk berinvestasi pada instrumen pasar modal dipengaruhi secara signifikan oleh edukasi pasar modal.

Edukasi pasar modal memberikan pengetahuan dasar tentang proses kerja pasar modal, instrumen keuangan yang diperdagangkan, serta konsep-konsep dasar investasi (Dewi, 2020). Pemahaman dasar pasar modal sering kali mencakup pengetahuan tentang bagaimana melakukan analisis fundamental sebagai salah satu bagian penting dalam pengambilan keputusan investasi. Analisis fundamental adalah metode evaluasi aset keuangan yang menilai nilai intrinsik suatu perusahaan berdasarkan faktor-faktor ekonomi dan keuangan. Ini melibatkan analisis data keuangan, seperti laporan keuangan, untuk memahami kinerja perusahaan, prospek pertumbuhannya, serta kondisi ekonominya secara keseluruhan. Tujuan dari analisis fundamental adalah untuk menentukan nilai wajar suatu saham atau aset guna membantu investor membuat keputusan investasi yang informasional dan bijak.

Tidak dapat dipungkiri bahwa informasi dan pengetahuan memegang peranan krusial dalam membentuk pemikiran individu. Dalam konteks penelitian ini, informasi yang diperoleh melalui media sosial, edukasi pasar modal, dan penggunaan analisis fundamental menjadi faktor penting yang memengaruhi keputusan investasi mahasiswa di Surabaya. Pemahaman yang mendalam tentang instrumen investasi dan pasar modal memungkinkan mahasiswa untuk membuat keputusan yang lebih bijaksana, mengurangi risiko dan meningkatkan potensi keuntungan. Penelitian ini menunjukkan bagaimana akses terhadap informasi yang akurat dan pengetahuan yang memadai dapat menjadi fondasi penting dalam pengambilan keputusan investasi.

TINJAUAN LITERATUR

Theory of Planned Behaviour

Theory of Planned Behaviour (TPB), yang sering disebut sebagai teori perilaku terencana dikemukakan oleh Icek Ajzen dan Martin Fishbein pada tahun 1991. TPB menjelaskan bahwa niat individu untuk melakukan suatu tindakan dipengaruhi oleh tiga faktor utama yang membentuk perilaku tersebut: sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol diri. Sikap mencerminkan sejauh mana individu memiliki pandangan positif atau negatif terhadap perilaku yang akan dilakukan. Norma subjektif merujuk pada persepsi seseorang mengenai dukungan atau penolakan dari orang-orang di sekitarnya terkait perilaku tersebut. Kontrol perilaku mencerminkan keyakinan seseorang terhadap kemampuannya untuk melaksanakan suatu perilaku. Secara keseluruhan, teori ini mengindikasikan bahwa semakin positif sikap dan norma subjektif terhadap suatu perilaku, serta didukung oleh tingginya persepsi kontrol perilaku, maka semakin kuat minat individu untuk melaksanakan perilaku tersebut. Oleh karena itu, TPB sangat relevan dalam memprediksi dan memahami berbagai jenis perilaku manusia, termasuk dalam konteks pengambilan keputusan investasi.

Technology Acceptance Model

Technology Acceptance Model (TAM), dikemukakan oleh Davis pada tahun 1989. TAM memberikan penjelasan mengenai penerimaan teknologi informasi yang memengaruhi tindakan dan perilaku individu. Menurut TAM, minat atau keinginan untuk menggunakan teknologi dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan kegunaan teknologi tersebut (*perceived usefulness*). *Perceived usefulness* merujuk pada sejauh mana teknologi dianggap bermanfaat dan mampu meningkatkan kinerja individu, sementara *perceived ease of use* mengacu pada sejauh mana seseorang percaya bahwa teknologi tersebut mudah digunakan tanpa memerlukan usaha tambahan. Semakin mudah suatu teknologi digunakan, semakin besar kemungkinan individu akan melihatnya sebagai sesuatu yang bermanfaat, karena hanya memerlukan sedikit usaha dalam proses pengambilan keputusan, sehingga membuat proses tersebut lebih efektif dan efisien.

Media Sosial

Media sosial adalah platform digital yang memungkinkan individu dan kelompok untuk berbagi, berinteraksi, dan mengonsumsi informasi secara cepat dan luas. Media sosial menyediakan saluran bagi pengguna untuk menyampaikan dan menerima berita, ide, pengetahuan, dan data dari berbagai sumber secara real-time, sehingga mempengaruhi persepsi dan keputusan individu serta kelompok. Dalam konteks Keputusan investasi, media sosial dianggap mampu mempengaruhi dan menjadi bahan pertimbangan investor untuk membuat keputusan investasinya (Kumala & Venusita, 2023). Semakin sering seseorang mengikuti media sosial, semakin besar kemungkinan mereka tertarik melakukan investasi pada instrumen pasar saham (Fiala et al., 2015). Hasil penelitian oleh Mahendrayani & Musmini, (2021) media sosial berdampak signifikan terhadap keputusan investasi.

H_1: Media Sosial berpengaruh terhadap Keputusan Investasi

Edukasi Pasar Modal

Edukasi pasar modal adalah proses memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada individu atau kelompok mengenai berbagai aspek investasi di pasar modal. Ini mencakup informasi

tentang instrumen keuangan seperti saham, obligasi, dan reksadana, mekanisme perdagangan, analisis fundamental dan teknikal, serta risiko dan peluang investasi. Edukasi pasar modal bertujuan untuk meningkatkan literasi keuangan, membantu investor membuat keputusan yang lebih informasional dan bijak, serta mengurangi risiko kerugian akibat kurangnya pengetahuan tentang pasar modal. Keputusan investasi yang baik dapat diukur dengan mempertimbangkan tingkat pengembalian investasi yang memadai, evaluasi risiko investasi yang tepat, serta keselarasan antara tingkat risiko dan pengembalian. Oleh karena itu, investor memerlukan edukasi pasar modal agar dapat membuat keputusan investasi yang bijak. (Tandelilin, 2017). Hasil penelitian oleh Yusmini et al., (2023) edukasi pasar modal berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi.

H_2: Edukasi Pasar Modal berpengaruh terhadap Keputusan Investasi

Analisis Fundamental

Analisis fundamental adalah metode evaluasi nilai intrinsik suatu aset, khususnya saham, dengan menganalisis data-data dan informasi yang berkaitan dengan kinerja keuangan perusahaan. Metode ini melibatkan pemeriksaan laporan keuangan perusahaan seperti neraca, laporan laba rugi, dan laporan arus kas, serta mempertimbangkan berbagai rasio keuangan seperti Return on Assets (ROA), Return on Equity (ROE), Earnings Per Share (EPS), Debt to Equity Ratio (DER), dan Price to Book Value (PBV). Tujuan analisis fundamental adalah untuk menentukan apakah suatu saham dihargai lebih tinggi atau lebih rendah dari nilai sebenarnya, sehingga dapat membantu investor membuat keputusan investasi yang lebih tepat. Dalam melakukan keputusan investasi, Investor memerlukan berbagai dasar, salah satunya adalah informasi mengenai perusahaan. Salah satu bentuk informasi tersebut adalah informasi keuangan perusahaan atau analisis fundamental perusahaan. Analisis fundamental merupakan faktor penting dalam pengambilan Keputusan investasi (Farooq & Sajid, 2015).

H_3: Analisis Fundamental berpengaruh terhadap Keputusan Investasi

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner yang diisi oleh responden yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah purposive sampling, dengan kriteria responden: 1) Mahasiswa yang aktif berinvestasi di pasar saham, 2) Mahasiswa yang memiliki akun media sosial, dan 3) Mahasiswa aktif di perguruan tinggi di Surabaya. Populasi penelitian mencakup seluruh mahasiswa yang berinvestasi di saham di kota Surabaya. Untuk menentukan ukuran sampel, digunakan rumus slovin, yang menghasilkan sampel berjumlah 400 responden. Pengambilan sampel dilakukan agar peneliti dapat melakukan analisis tanpa harus meneliti seluruh elemen populasi, yang sering kali tidak praktis atau tidak memungkinkan (Pujiono et al., 2023)

Data dikumpulkan melalui distribusi kuesioner elektronik yang disebarkan menggunakan Google Form. Kuesioner ini disebarkan melalui berbagai platform media sosial seperti WhatsApp, X (Twitter), Instagram, dan Telegram. Untuk mengukur jawaban responden terhadap variabel penelitian, digunakan skala Likert dengan lima tingkat pilihan jawaban. Analisis data dilakukan

menggunakan perangkat lunak SmartPLS 3 yang dilakukan dengan menganalisis hubungan antar variabel dalam penelitian dan untuk menguji model teoritis yang telah dikembangkan. Dengan metode ini, penelitian dapat menentukan kekuatan dan arah hubungan antara variabel eksogen dan endogen, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan investasi mahasiswa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan 400 responden sebagai subjek penelitian. Setelah proses pengumpulan data, diperoleh 402 responden, namun setelah penyortiran berdasarkan kriteria penelitian, jumlah sampel yang valid menjadi 379 responden. Dari jumlah tersebut, 43% atau 164 responden adalah laki-laki, dan 57% atau 215 responden adalah perempuan. Berdasarkan usia, terdapat 9,5% responden berusia di bawah 19 tahun, 23,5% berusia 20 tahun, 31,1% berusia 21 tahun, 24,5% berusia 22 tahun, 8,4% berusia 23 tahun, dan 2,9% berusia lebih dari 24 tahun. Sebanyak 43% responden memiliki pengalaman investasi kurang dari 1 tahun, sementara 57% lainnya lebih dari 1 tahun. Dalam hal frekuensi investasi, 49,8% responden berinvestasi kurang dari 3 kali dalam setahun, sedangkan 50,2% berinvestasi lebih dari 3 kali dalam setahun.

Tabel 1. Nilai Outer Loadings dan AVE

	MS	EPM	AF	KI	AVE
MS1	0.665				
MS2	0.796				
MS3	0.863				
MS4	0.819				
MS5	0.844				
MS6	0.832				0.649
EPM1		0.805			
EPM2		0.787			
EPM3		0.705			
EPM4		0.841			
EPM5		0.767			
EPM6		0.856			0.632
PAF1			0.845		
PAF2			0.862		
PAF3			0.851		
PAF4			0.872		
PAF5			0.895		0.749
KI1				0.844	
KI2				0.836	
KI3				0.854	
KI4				0.838	

KI5	0.866	
KI6	0.867	0.724

Sumber: Data diolah, 2024

Tabel 1 menunjukkan bahwa masing- masing indikator memiliki nilai *Outer Loadings* di atas 0,5 dan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) pada masing-masing indikator memenuhi kriteria di atas 0,5. Oleh karena itu, dapat dikatakan *Convergent Validity* dinyatakan valid karena syarat telah terpenuhi.

Tabel 2. Nilai Cross Loading

	X1 MS	X2 EPM	X3 AF	Y KI
MS1	**0.665**	0.542	0.525	0.559
MS2	**0.796**	0.697	0.664	0.695
MS3	**0.863**	0.788	0.756	0.796
MS4	**0.819**	0.754	0.729	0.749
MS5	**0.844**	0.766	0.747	0.783
MS6	**0.832**	0.751	0.735	0.761
EPM1	0.727	**0.805**	0.715	0.749
EPM2	0.682	**0.787**	0.717	0.689
EPM3	0.589	**0.705**	0.615	0.596
EPM4	0.753	**0.841**	0.737	0.767
EPM5	0.728	**0.767**	0.702	0.718
EPM6	0.773	**0.856**	0.787	0.835
PAF1	0.708	0.742	**0.845**	0.743
PAF2	0.753	0.764	**0.862**	0.769
PAF3	0.748	0.77	**0.851**	0.779
PAF4	0.756	0.783	**0.872**	0.755
PAF5	0.779	0.824	**0.895**	0.81
KI1	0.761	0.771	0.723	**0.844**
KI2	0.72	0.761	0.751	**0.836**
KI3	0.797	0.797	0.768	**0.854**
KI4	0.751	0.763	0.752	**0.838**
KI5	0.794	0.809	0.778	**0.866**
KI6	0.79	0.785	0.778	**0.867**

Sumber: Data diolah, 2024

Dalam tabel 2 yang dicetak tebal, nilai *cross loading*-nya menyatakan korelasi setiap konstruk lebih besar dibandingkan konstruk lainnya. Oleh karena itu, *discriminant validity* dikatakan valid setelah memenuhi persyaratan *cross loading*.

Tabel 3. Nilai Uji Composite Reliability

	Cronbach Alpha	Rho_A	Composite Reliability	AVE
X1 MS	0.891	0.899	0.917	0.649
X2 EPS	0.883	0.89	0.911	0.632
X3 AF	0.916	0.917	0.937	0.749
Y1 KI	0.924	0.924	0.94	0.724

Sumber: Data diolah, 2024

Tabel diatas menunjukkan bahwa setiap variabel mempunyai *Cronbach Alpha* di atas 0,7, nilai Rho_A pada setiap variabel di atas 0,7, nilai *Composite Reliability* juga di atas 0,6, dan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) setiap variabelnya lebih di atas 0,5. Dengan demikian, disimpulkan bahwa semua syarat uji reliabilitas pada setiap variabel telah memenuhi syarat.

Tabel 4. Nilai R-Square

	R Square	R Square Adjusted
Y1 KI	0.887	0.886

Sumber: Data diolah, 2024

Variabel keputusan investasi memiliki nilai uji *R-Square Adjusted* sebesar 0.886 artinya kekuatan variabel Media Sosial, Edukasi Pasar Modal dan Penggunaan Analisis Fundamental dalam memprediksi variabel keputusan investasi sejumlah 88.6%. Sementara konstruk lain di luar penelitian menyumbang 11.4%.

Tabel 5. Nilai Outer Loadings dan AVE

	Original Sample (O)	T Statistics (|O/STDEV|)	P Values
X1 MS	0.341	4.935	0.000
X2 EPM	0.401	7.620	0.000
Y1 KI	0.236	3.432	0.001

Sumber: Data diolah, 2024

Berikut penjelasan akhir penelitian berdasarkan data yang dilaporkan pada tabel 5. Hasil analisis data dan uji hipotesis telah dilakukan untuk menjadi acuan menjelaskan pembahasan secara terperinci pengaruh dari Media Sosial, Edukasi Pasar Modal dan Penggunaan Analisis Fundamental terhadap Keputusan Investasi sebagai berikut:

Media Sosial berpengaruh terhadap Keputusan Investasi

Hasil pengujian hipotesis mengenai pengaruh variabel media sosial terhadap keputusan investasi mengindikasikan bahwa koefisien jalur yang ditunjukkan oleh original sample adalah positif sebesar 0,341. Selain itu, nilai t-statistik sebesar 4,935 menunjukkan bahwa angka tersebut lebih tinggi dari nilai kritis 1,96, yang menandakan adanya pengaruh signifikan. Nilai p-value yang diperoleh sebesar 0,000, jauh di bawah tingkat signifikansi 0,05, semakin menguatkan bukti adanya pengaruh yang signifikan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa media sosial secara signifikan mempengaruhi keputusan investasi mahasiswa investor saham di Surabaya. Oleh karena itu, hipotesis H1 diterima. Hasil ini selaras dengan riset yang dilakukan oleh Khatik et al., (2021) dan Kumala & Venusita, (2023), yang menyimpulkan bahwa ketersediaan informasi tentang berbagai peluang investasi di media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan berinvestasi. Khatik et al., (2021) menekankan bahwa akses informasi yang mudah mengenai investasi di internet mampu mempengaruhi keputusan individu dalam memilih investasi.

Edukasi Pasar Modal berpengaruh terhadap Keputusan Investasi.

Hasil pengujian hipotesis terkait pengaruh variabel edukasi pasar modal terhadap keputusan investasi menunjukkan bahwa koefisien jalur pada original sample bernilai positif sebesar 0,401. Selain itu, nilai t-statistik sebesar 7,620 yang lebih tinggi dari nilai kritis 1,96, menunjukkan bahwa hasil tersebut signifikan secara statistik. Nilai p-value sebesar 0,000, yang jauh di bawah tingkat signifikansi 0,05, semakin menegaskan adanya pengaruh signifikan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa edukasi pasar modal memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan investasi mahasiswa investor saham di Surabaya. Hipotesis H2 dengan demikian diterima. Temuan ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Yusmini et al. (2023) dan Dewi, (2020), yang mengindikasikan bahwa kemampuan untuk membuat keputusan investasi yang lebih baik cenderung meningkat seiring dengan semakin banyaknya edukasi pasar modal yang diterima. Peningkatan pengetahuan dan pemahaman tentang pasar modal dari edukasi tersebut memungkinkan investor untuk melakukan analisis yang lebih mendalam dan membuat keputusan yang lebih tepat.

Penggunaan Analisis Fundamental berpengaruh terhadap Keputusan Investasi.

Hasil pengujian hipotesis terkait pengaruh penggunaan analisis fundamental terhadap keputusan investasi menunjukkan bahwa koefisien jalur pada original sample bernilai positif sebesar 0,236. Nilai t-statistik sebesar 3,432, yang lebih besar dari nilai kritis 1,96, menunjukkan adanya signifikansi statistik. Selain itu, nilai p-value sebesar 0,001, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05, memperkuat kesimpulan bahwa pengaruh tersebut signifikan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa penggunaan analisis fundamental memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan investasi pada mahasiswa investor saham di Surabaya, dan hipotesis H3 dapat diterima. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Jannah & Ady (2017), yang juga menunjukkan bahwa analisis fundamental memengaruhi keputusan investasi. Analisis fundamental memberikan kerangka kerja untuk menilai nilai intrinsik saham melalui berbagai indikator keuangan, sehingga membantu investor membuat keputusan investasi yang lebih informatif dan rasional.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa Media Sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa investor saham di Surabaya. Semakin besar pengaruh informasi dan konten yang disajikan di media sosial, semakin tinggi pula intensi individu untuk membuat keputusan investasi di pasar modal. Edukasi Pasar Modal juga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa investor saham di Surabaya; semakin banyak pengetahuan yang diperoleh melalui edukasi, semakin meningkat kualitas keputusan investasi. Selain itu, penggunaan Analisis Fundamental berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa investor saham di Surabaya, di mana investor melakukan analisis fundamental dengan menghitung nilai-nilai seperti ROA, ROE, DER, PBV dan EPS dalam mengambil keputusan investasi.

Berdasarkan riset yang telah dilakukan, terdapat saran yang dapat dipertimbangkan yaitu pada penelitian selanjutnya dapat menambahkan pendekatan kualitatif untuk mendapatkan wawasan yang lebih mendalam mengenai alasan di balik keputusan investasi mahasiswa. Dengan menggunakan wawancara, responden memiliki kesempatan untuk memberikan penjelasan yang lebih rinci, sehingga data yang dihasilkan dapat lebih mewakili kondisi yang sebenarnya. Bagi peneliti selanjutnya juga diharapkan dapat memperluas populasi penelitian ke luar Surabaya, seperti ke seluruh wilayah Jawa Timur atau bahkan seluruh Indonesia, sehingga hasil penelitian yang didapatkan bertambah baik dan juga untuk melihat apakah hasil penelitian konsisten di berbagai wilayah.

DAFTAR PUSTAKA

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, *50*(2), 179–211. https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T

Dewi, P. (2020). Pengaruh Edukasi Pasar Modal Terhadap Persepsi Risiko Dan Minat Berinvestasi Masyarakat. *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, *12*(1), 75–83. https://doi.org/10.22225/kr.12.1.1848.75-83

Farooq, A., & Sajid, M. (2015). Factors Affecting Investment Decision Making : Evidence from Equity Fund Managers and Individual Investors in Pakistan. *Research Journal of Finance and Accounting*, *6*(9), 135–142.

Febriyana, N., & Hwihanus. (2020). Pengaruh edukasi pasar modal, ekspektasi return, persepsi risiko, motivasi pada minat investasi mahasiswa. *SSRN Electronic Journal*, *3*(5), 213–230.

Fiala, V., Kapounek, S., & Veselý, O. (2015). IMPACT OF SOCIAL MEDIA ON THE STOCK MARKET. *European Journal of Business Science and Technology*, *1*(1), 24–35. https://doi.org/10.11118/ejobsat.v1i1.35

Jannah, W., & Ady, S. (2017). Analisis Fundamental, Suku Bunga, Dan Overconfidence Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi Pada Investor Di Surabaya. *Ekspektra : Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, *1*(2), 138–155. https://doi.org/10.25139/ekt.v0i0.338

Khatik, S. K., Joshi, R., & Adwani, V. K. (2021). Inferring The Role Of Social Media On Gen Z'S Investments Decisions. *Journal of Content, Community and Communication*, *14*(7), 309–317. https://doi.org/10.31620/JCCC.12.21/24

KSEI. (2023). *Antusiasme Investor Muda Berinvestasi Terus Meningkat*.

Kumala, K. N., & Venusita, L. (2023). Persepsi Risiko dan Lingkungan Sosial terhadap Minat

Investasi di Pasar Modal Dimoderasi dengan Media Sosial. *Jurnal Akuntansi Unesa*, *11*(3), 297. http://journal.unesa.ac.id/index.php/akunesa

Mahendrayani, P. Y., & Musmini, L. S. (2021). Pengaruh Pemahaman Investasi, Penggunaan Teknologi Media Sosial Dan Hubungan Pertemanan Terhadap Minat Investasi Generasi Milenial Di Pasar Modal. *Jurnal Akuntansi Profesi*, *12*(2), 294. https://doi.org/10.23887/jap.v12i2.35618

PRADIKASARI, E., & ISBANAH, Y. (2018). Pengaruh Financial Literacy, Illusion of Control, Overconfidence, Risk Tolerance, dan Risk Perception Terhadap Keputusan Investasi Pada Mahasiswa di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, *6*(4), 424–434.

Pujiono, Wildan, M. A., Kusumaningtias, R., & Putra, R. (2023). *KONSEP POPULASI DAN SAMPEL DENGAN PENDEKATAN STATISTIKA*.

Rizkiana, A. (2021). Can Investor Sentiment in Social Media Be Used To Make Investment Decision in Stock Market? *Academy of Accounting and Financial Studies Journal*, *25*(1), 1–6.

Tandelilin, E. (2017). *Pasar Modal "Manajemen Portofolio dan Investasi."* PT Kanisius.

Tandio, T. (2016). Pengaruh Pelatihan Pasar Modal, Return, Persepsi Risiko, Gender, Dan Kemajuan Teknologipada Minat Investasi Mahasiswa. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, *16.3*, 2316–2341. https://ojs.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/article/download/21199/15415

Wibisono, G., & Ang, S. Y. (2019). Intention to Use Voluntary Disclosure Information on Social Media for Investment Decisions: Analysis Using Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness. *Indonesian Journal of Sustainability Accounting and Management*, *3*(2), 137. https://doi.org/10.28992/ijsam.v3i2.90

Yusmini, N. M., Putu, N., Dewi, Y. T., Gusti, N., Rahmadewi, A. P., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2023). ANALISIS PENGARUH EDUKASI PASAR MODAL DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI PADA GENERASI MILLENIAL DI PROVINSI BALI (STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MAHENDRADATTA). In *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akutansi* (Vol. 11, Issue 1).

Yustati, H., & Harpepen, A. (2023). ANALISIS MINAT INVESTASI GEN-Z TERHADAP INVESTASI DI PASAR MODAL SYARIAH. *Al-Intaj Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, *9*(1).