

PENGARUH PERSEPSI RISIKO, LITERASI KEUANGAN DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI PADA GENERASI MILENIAL

Lisa Eka Cahayati

Sekolah Pascasarjana Perbanas

Korespondensi: lisa.eka23@perbanas.id

Diterima: 21 06 2023

Disetujui: 28 07 2023

Diterbitkan: 25 01 2024

Abstract

Based on data from KSEI as of the end of July 2023, the number of investors in the Indonesian capital market has grown significantly to reach 11.4 million investors, growing 10.75% year-to-date (YTD). The increasing number of investors in the capital market is one of them influenced by digitalization where a lot of content is spread on social media, one of which is capital market content. The increase in the number of investors is currently dominated by the millennial generation because the millennial generation is a generation that is updated about something and has a high curiosity. This study aims to examine the effect of perceived risk, financial literacy and social media on millennial generation investment decisions in the DKI Jakarta area. This research is a quantitative study using multiple linear regression analysis with the help of the SmartPLS. The number of samples in this study were 100 respondents who came from the millennial generation in the DKI Jakarta area.

Keywords : *risk perception, financial literacy, social media, investment decisions*

1. PENDAHULUAN

Dunia investasi dan pasar modal selalu menjadi topik pembahasan menarik di era globalisasi seperti saat ini. Investasi dan pasar modal sudah menjadi bagian dari fundamental ekonomi tidak hanya di negara maju, bahkan juga negara berkembang. Indonesia pun saat ini sudah mulai muncul dengan kekuatan barunya di sektor investasi dan pasar modal.

Pada pertengahan tahun ini, jumlah investor pasar modal melanjutkan tren pertumbuhannya dan tembus 11,42 juta orang per Juli 2023. Berdasarkan data Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI), jumlah investor pasar modal konsisten menguat secara bulanan sejak Januari 2022. Jika dibandingkan dengan periode Desember 2022, jumlah investor per Juli 2023 meningkat 10,75% dari 10,31 juta investor. Sementara itu, jika dibandingkan dengan periode Juni 2023 jumlahnya meningkat 1,71% dari 11,22 juta investor.

Sementara itu, sepanjang lima tahun terakhir atau dibandingkan dengan periode 2018 sebanyak 1,62 juta orang, jumlah investor tanah air telah naik lebih dari 7 kali lipat atau 705,22%. Jumlah investor pasar modal tersebut mengacu pada jumlah Single Investor Identification (SID). Kenaikan jumlah investor pasar modal tersebut juga ditopang oleh gencarnya edukasi yang dilakukan Bursa Efek Indonesia dan pihak terkait serta kemudahan akses yang ditunjang oleh perkembangan teknologi.

Dominasi investor muda dengan usia kurang dari 30 tahun terus meningkat dengan proporsi mencapai 57,26% dengan nilai aset Rp34,03triliun. Diikuti oleh investor usia 31-40 tahun dengan proporsi 23,18%. Total aset di kelompok usia ini tercatat Rp91,33 triliun. Selanjutnya, investor di kelompok usia 41-50 tahun tercatat sebanyak 11,29% dengan jumlah aset Rp142,74triliun. Adapun, untuk investor usia 51-60 tahun tercatat sebanyak 5,41% dengan nilai aset Rp211,66 triliun. Lalu, investor pasar modal dengan usia lebih dari 60 tahun

tercatat sebesar 2,87% dengan total kepemilikan aset Rp836,56 triliun.

Meningkatnya jumlah investor dari tahun ke tahun menunjukkan mulai banyaknya warga Indonesia yang terjun ke dunia investasi atau mulai mempertimbangkan praktik investasi ke dalam kehidupannya. Dominasi peningkatan jumlah investor oleh investor milenial umumnya didukung dengan kepekaan generasi milenial terhadap kepekaan teknologi. Kemudahan akses dalam informasi di media sosial menghadirkan fenomena *influencer* yang masuk ke berbagai sektor, salah satunya investasi saham. Lebih dari itu, fenomena ini juga diwarnai pom-pom saham, yang mana saham dipompa agar tampak menarik perhatian. Padahal tidak semua *influencer* memiliki kompetensi untuk memberikan informasi seputar saham dengan baik.

Selain influensi dari media atau lingkungan sekitar, sebuah keputusan investasi yang baik dapat diukur dengan mempertimbangkan risiko dari bentuk atau instrumen investasi yang akan digunakan. Generasi milenial yang menggunakan sosial media sebagai acuan dalam pengambilan keputusan investasi dikhawatirkan tidak memahami risiko yang mungkin terjadi pada kegiatan investasi yang mereka lakukan. Faktor yang melihat risiko investasi tersebut umumnya dikenal dengan sebutan *risk perception*. *Risk perception* dalam penelitian (Alquraan, Alqisie, & Al Shorafa, 2016) mengarah kepada keputusan subjektif yang dilakukan oleh investor tentang karakteristik dan besarnya risiko yang akan dihadapi.

Faktor lain yang dinilai kurang diperhatikan oleh generasi milenial dalam pengambilan keputusan investasinya yaitu literasi keuangan. Hal ini dapat dilihat dari Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2022 yang menunjukkan presentase literasi keuangan yang masih tergolong menengah, yaitu sebesar 49,68%.

Berdasarkan beberapa pemaparan tersebut,

penelitian ini akan menguji variabel persepsi risiko, literasi keuangan dan media social terhadap keputusan investasi. Tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh dari ketiga faktor tersebut terhadap keputusan investasi generasi milenial di pasar modal. Untuk itu, peneliti melakukan penelitian ini dengan judul **“Pengaruh Persepsi Risiko, Literasi Keuangan Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Investasi Pada Generasi Milenial (Studi Pada Generasi Milenial Usia 18-30 Tahun Di DKI Jakarta)”**.

Tujuan

- 1) Untuk menguji dan menganalisis adakah pengaruh persepsi resiko terhadap pengambilan keputusan investasi generasi milenial di DKI Jakarta.
- 2) Untuk menguji dan menganalisis adakah pengaruh literasi keuangan terhadap pengambilan keputusan investasi generasi milenial di DKI Jakarta.
- 3) Untuk menguji dan menganalisis adakah pengaruh media sosial terhadap pengambilan keputusan investasi generasi milenial di DKI Jakarta.

2. KERANGKA TEORITIS

Penelitian ini dilakukan berdasarkan berbagai teori dan pendapat beberapa ahli yang berkaitan dengan variabel yang akan diteliti. Teori Tindakan berencana atau *Theory of Planned Behavior* adalah pengembangan dari teori sebelumnya yaitu teori tindakan beralasan yang dikemukakan oleh Ajzen dan Fishbein. Menurut Ajzen dan Fishbein dalam Pangestu (2020) pengembangan teori TRA (*Theory of Reasoned Action*) dilakukan karena adanya keterbatasan dari model awal dalam menangani perilaku dimana orang tidak memiliki kehendak kendali penuh (*volitional control*). Seperti dalam TRA (*Theory of Reasoned Action*), fokus utama pada TPB (*Theory of Planned Behavior*) yaitu niat (*intention*) individu untuk melakukan perilaku tertentu.

Ajzen dan Fishbein dalam Pangestu (2020) mendefinisikan bahwa *Theory of Planned Behavior* merupakan teori yang menekankan pada rasionalitas dari tingkah laku manusia dan keyakinan bahwa tingkah laku berada di bawah kontrol kesadaran individu. Perilaku tidak hanya bergantung pada intensi (niat) seseorang, melainkan juga bergantung pada faktor lain yang tidak ada di bawah kontrol dari individu sendiri. Rochmawati (2013) mendefinisikan *Theory of Planned Behavior* (TPB) merupakan perilaku aktual seseorang dalam melakukan suatu tindakan yang secara langsung dipengaruhi oleh niat perilakunya, yang secara bersama-sama ditentukan pula oleh sikap, norm subjektif, dan kontrol perilaku persepsian terhadap perilaku tersebut. *Theory of Planned Behavior* (TPB) digunakan untuk menjelaskan niat seseorang yang kemudian menjelaskan perilaku orang tersebut.

Dalam konteks penelitian ini, seseorang yang telah memiliki niat berinvestasi tentunya akan melakukan upaya agar investasi yang dilakukan dapat menghasilkan *return* yang menguntungkan di kemudian hari. Selain itu, adapun *Theory of Planned Behaviour* yang digunakan adalah *Perceived Behavioural Control* (Kontrol Perilaku), karena penelitian ini ingin melihat apakah terdapat pengaruh antara persepsi risiko, literasi keuangan dan media sosial terhadap keputusan investasi.

Keputusan Investasi

Menurut PSAK dalam Fahmi Irham (2015,3) Investasi didefinisikan sebagai bentuk pengelolaan dana guna memberikan keuntungan dengan cara menempatkan dana tersebut pada alokasi yang diperkirakan akan memberi tambahan keuntungan (*compounding*).

Menurut Halim dalam Fahmi Irham (2015,2) mengatakan investasi pada hakikatnya merupakan penempatan sejumlah dana pada saat ini dengan harapan untuk memperoleh keuntungan di masa yang akan datang.

Menurut KBBI, investasi adalah penanaman uang atau modal dalam suatu perusahaan atau proyek untuk tujuan memperoleh keuntungan. Dalam hal ini, keputusan melakukan investasi mengharuskan seseorang untuk menunda atau mengurangi konsumsi untuk melakukan pendanaan investasi. Investasi dilakukan dengan cara membeli aset produktif, yaitu aset yang memberikan imbal hasil yang lebih besar dibandingkan dengan biaya investasinya.

Angka 3 persen milenial yang berinvestasi merupakan angka yang relatif rendah. Milenial perlu menyadari pentingnya meningkatkan *welfare* di masa kini, terlebih lagi *welfare* masa depan. Generasi milenial memerlukan kesadaran untuk melindungi aset yang dimiliki saat ini dari penurunan nilai kekayaan yang disebabkan oleh inflasi. Selain faktor inflasi dan peningkatan nilai aset, generasi milenial dapat melakukan investasi untuk mempercepat tujuan keuangan. Generasi milenial perlu membuat tujuan keuangan pribadi yang jelas, misalnya kebebasan finansial saat pensiun. Pada masa pensiun, milenial tidak lagi mempunyai sumber penghasilan di masa depan, namun melalui investasi yang dilakukan semasa muda, kebutuhan hidup di masa pensiun dapat terpenuhi dengan baik dengan imbal hasil investasi yang dilakukannya selama ini (Mateus, 2021).

Persepsi Risiko

Risk perception adalah proses ketika seseorang menginterpretasikan informasi mengenai risiko yang diperoleh. Persepsi risiko dibentuk secara sosial, Williamson & Weyman (2005) mendefinisikan persepsi risiko sebagai hasil dari banyak faktor yang menjadi dasar dari perbedaan pengambilan keputusan terhadap kemungkinan kerugian. Chou, Huang, & Hsu (2010) berpendapat bahwa informasi mempunyai hubungan positif terhadap *risk perception*, sehingga semakin banyak informasi yang diterima, maka persepsi risiko investor akan semakin mempengaruhi tingkat *return* yang diharapkan. Chou et al. (2010)

menunjukkan bahwa investor yang memperoleh informasi dari laporan pasar optimis memiliki *risk perception* yang lebih rendah.

Wulandari dan Iramani (2014) mendefinisikan persepsi risiko sebagai sebuah proses ketika individu menginterpretasikan mengenai informasi tentang risiko yang didapatkan olehnya. Penilaian terhadap risiko-risiko dalam berinvestasi akan berbeda bagi masing-masing investor. Hal itu didasari oleh faktor psikologis dari setiap individu. Sindhu dan Kumar (2014) dalam penelitiannya menyatakan bahwa persepsi risiko adalah sebuah keyakinan yang dipegang oleh seseorang, sekelompok orang, ataupun masyarakat baik secara rasional maupun tidak rasional, mengenai adanya probabilitas terjadinya suatu risiko, tingkatan dan besarnya, serta waktu terjadinya merupakan faktor yang menentukan keberhasilan pengambilan keputusan investasi yang efektif dalam situasi yang sangat penuh risiko.

Literasi Keuangan

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) (2017), literasi keuangan mencakup pengetahuan, kemampuan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang untuk membuat keputusan yang lebih baik dan mengelola keuangan agar berhasil dalam tingkat kesejahteraan. Sikap dan perilaku ialah aspek penting dalam pengembangan program literasi keuangan yang dilakukan oleh OJK. Hal itu tidak bisa merubah perilaku seseorang dalam pengambilan keputusan yang bijak ketika hanya mengandalkan pengetahuan saja dan tanpa mengambil tindakan.

Organization of Economic Cooperation And Development (OECD) dalam (Soetiono dan Setiawan, 2018) mendefinisikan literasi keuangan sebagai kombinasi, kesadaran, pengetahuan, kemampuan, sikap, dan perilaku untuk membuat keputusan keuangan yang tepat untuk mencapai kesejahteraan financial Pada tanggal 19 November 2013 Pemerintah Indonesia dalam hal ini OJK meluncurkan

Strategi Nasional Literasi Keuangan (SNLK) yang bertujuan untuk memberikan edukasi literasi keuangan kepada masyarakat Indonesia yang bertujuan untuk mencapai kesejahteraan secara finansial. Selaras dengan OECD dimana definisi tentang literasi keuangan yang di sampaikan oleh OJK tidak jauh beda. Seiring dengan berjalannya waktu, OJK telah menyempurnakan definisi literasi keuangan, hal ini dilakukan dengan penambahan aspek keterampilan dan keyakinan. Seperti yang dikutip dari (POJK, 2016) dalam (Soetiono dan Setiawan, 2018) sehingga definisi literasi keuangan menjadi pengetahuan, keterampilan, keyakinan, yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan.

Dengan adanya penambahan aspek keterampilan dan keyakinan, diharapkan setiap masyarakat bukan hanya mampu memahami dan memiliki pengetahuan tentang produk dan juga jasa keuangan, namun juga memiliki sikap dan keterampilan yang nantinya akan mendorong masyarakat lebih bisa menentukan tujuan keuangan, merencanakan serta menentukan keputusan yang tepat sehingga dapat terciptanya kesejahteraan finansial yang lebih baik.

Otoritas Jasa Keuangan (2016) dalam (Suryanto dan Rasmini, 2018) telah mengklasifikasikan literasi keuangan ke dalam beberapa rank class, di antaranya:

- 1) *Well literate* : dimana seorang individu telah memahami dan juga keterampilan dalam pengelolaan keuangan secara baik. Dimana individu seperti ini telah familiar dengan produk dan jasa keuangan yang ada serta mengerti resiko-resiko yang akan di terima dengan penggunaan produk dan jasa tersebut. Sehingga bisa mengambil keputusan keuangan secara tepat.
- 2) *Sufficient literate* : dimana seseorang individu telah cukup mengerti tentang produk dan jasa keuangan dan juga pemanfaatannya.

- 3) *Less literate* : dimana seorang individu hanya memiliki pengetahuan tentang lembaga keuangan saja tanpa cukup mengetahui manfaat dan resiko-resiko yang di terima ketika penggunaan produk dan jasa keuangan tersebut.
- 4) *Not literate* : seorang individu sama sekali tidak memiliki pengetahuan dan pemahaman tentang produk dan jasa keuangan sehingga individu ini cenderung tidak memiliki skill dalam pengelolaan keuangan serta tidak bisa melakukan keputusan keuangan secara tepat.

Media Sosial

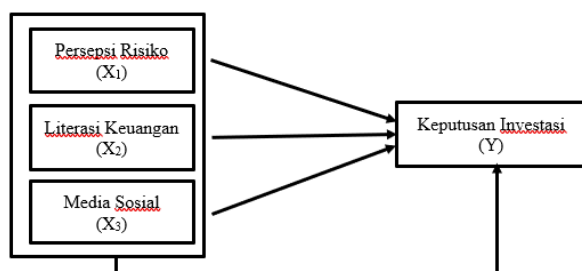
Media Sosial adalah alat bantu dalam menyampaikan informasi dari seseorang kepada seseorang atau kelompok orang, untuk mencapai tujuan individu maupun tujuan kelompok. Untuk lebih jelas sebagaimana di kemukakan Nasrulla dalam buku Media Sosial (2016 ; 8) bahwa “Media sosial dapat dilihat dari perkembangan bagaimana hubungan individu dengan perangkat media”.

Dan menurut Van Dijk (2013), yang dikutip oleh Nasrullah dalam buku Media Sosial (2016;11), bahwa “Media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi, Karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial”. Berbagai definisi, Dr.Rulli Nasrullah M.Si. dalam buku Media Sosial (2016,13), menyimpulkan bahwa Media Sosial merupakan medium di internet yang memungkinkan penggunanya mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, saling berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lainnya, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.

Kerangka Pemikiran

Pada penelitian ini, peneliti menguji variabel independen sosial media, *risk perception*, serta literasi keuangan pada

keputusan investasi. Tabel kerangka pemikiran adalah sebagai berikut :



Gambar 1. Kerangka Pemikiran
 Sumber: data diolah

3. METODELOGI PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Menurut V. Wiratna Sujarweni (2014:39), penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan prosedur serta perhitungan statistik dengan pengukuran atau kuantifikasi yang menghasilkan suatu penemuan. Untuk teknik pengambilan data, penelitian ini menggunakan survei dengan instrumen pengumpulan data yang digunakan yakni kuesioner.

Metode Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling*, dimana yang menjadi pertimbangan dalam pengambilan data penelitian adalah sebagai berikut :

- 1) Masyarakat DKI Jakarta,
- 2) Generasi milenial atau masyarakat dengan rentang usia 18-30 tahun,
- 3) Telah membuka rekening investasi dan aktif melakukan investasi setidaknya satu tahun,
- 4) Aktif menggunakan sosial media untuk mencari informasi tentang investasi setidaknya 1 jam sehari.

Metode Pengumpulan Data Penelitian

Pada penelitian ini untuk mendapatkan data diperlukan beberapa metode yang digunakan.

Metode pengambilan data yang digunakan pada penelitian akan menggunakan angket kuesioner. Angket kuesioner merupakan pengambilan data melalui pengajuan pernyataan secara sistematis untuk dijawab oleh responden sehingga akan diketahui tanggapan langsung oleh responden. Tanggapan atau respon responden secara langsung untuk menyatakan penilaian atas tanggapan setuju atau tidak setuju terhadap setiap pernyataan yang mereka persepsikan (Sugiyono, 2010).

Peneliti akan menyiapkan beberapa alternatif jawaban pertanyaan angket kuesioner yang mana akan dipilih alternatif-alternatif jawaban sesuai dengan kondisi yang dialami dan dirasakan oleh responden penelitian. Peneliti menyediakan alternatif-alternatif jawaban yang mendasarkan pada model yang dikembangkan oleh Likert atau lebih dikenal dengan nama skala likert menggunakan interval sebanyak 4 skala. Umumnya skala Likert menggunakan interval 5 skala, peneliti menggunakan skala interval 4 sebagai antisipasi jawaban yang bias oleh responden. Kategorisasi untuk setiap skala yang digunakan pada penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Kategorisasi Skor Tanggapan Responden

Skor	Kategorisasi
1	Sangat Tidak Setuju / Sangat Rendah / Sangat Buruk
2	Tidak Setuju / Rendah / Buruk
3	Setuju / Tinggi / Bagus
4	Sangat Setuju / Sangat Tinggi / Sangat Bagus

Teknik Analisis Data

1) Metode Pengolahan Data

Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan Software smartPLS SEM (*Partial Least Square - Structural Equation Modeling*). PLS berkemampuan menjelaskan hubungan antar variabel serta berkemampuan melakukan analisis-analisis dalam sekali pengujian. Tujuan PLS adalah membantu peneliti untuk

mengkonfirmasi teori dan untuk menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antara variabel laten. Menurut Imam Ghozali (2016 : 417) metode PLS mampu menggambarkan variabel laten (tak terukur langsung) dan diukur menggunakan indikator-indikator. Penulis menggunakan Partial Least Square karena penelitian ini merupakan variabel laten yang dapat diukur berdasarkan pada indikator-indikatornya sehingga penulis dapat menganalisis dengan perhitungan yang jelas dan terperinci.

2) Analisis Statistik Data

Dalam analisis statistik data menggunakan metode SEM PLS. Berikut teknik analisa metode PLS:

- (1) Analisa outer model Menurut Husein (2015 : 18) analisa outer model dilakukan untuk memastikan bahwa measurement yang digunakan layak untuk dijadikan pengukuran (valid dan reliabel). Ada beberapa perhitungan dalam analisa ini :
 - a) *Convergent validity* adalah nilai loading faktor pada variabel laten dengan indikator-indikatornya. Nilai yang diharapkan $> 0,7$.
 - b) *Discriminant validity* adalah nilai crossloading faktor yang berguna apakah konstruk memiliki diskriminan yang memadai. Caranya dengan membandingkan nilai konstruk yang dituju harus lebih besar dengan nilai konstruk yang lain.
 - c) *Composite reliability* adalah pengukuran apabila nilai reliabilitas $> 0,7$ maka nilai konstruk tersebut mempunyai nilai reliabilitas yang tinggi.
 - d) *Average Variance Extracted (AVE)* adalah rata-rata varian yang setidaknya sebesar 0,5.
 - e) *Cronbach alpha* adalah perhitungan untuk membuktikan hasil *composite reliability* dimana besaran minimalnya adalah 0,6.

- (2) Analisa inner model Pada analisa model ini adalah untuk menguji hubungan antara konstruksi laten. Ada beberapa perhitungan dalam analisa ini :

- a) R Square adalah koefisien determinasi pada konstruk endogen. Menurut Chin (1998) dalam Sarwono (2015 : 30) menjelaskan “kriteria batasan nilai R square ini dalam tiga klasifikasi, yaitu 0,67 sebagai substantial; 0,33 sebagai moderat dan 0,19 sebagai lemah”.
- b) *Effect size* (F square) untuk mengetahui kebaikan model. Menurut Chin (1998) dalam Ghozali (2015 : 80) interpretasi nilai f square yaitu 0,02 memiliki pengaruh kecil; 0,15 memiliki pengaruh moderat dan 0,35 memiliki pengaruh besar pada level struktural.
- c) *Prediction relevance* (Q square) atau dikenal dengan Stone-Geisser's. Uji ini dilakukan untuk mengetahui kapabilitas prediksi seberapa baik nilai yang dihasilkan. Apabila nilai yang didapatkan 0.02 (kecil), 0.15 (sedang) dan 0.35 (besar). Hanya dapat dilakukan untuk konstruk endogen dengan indikator reflektif.

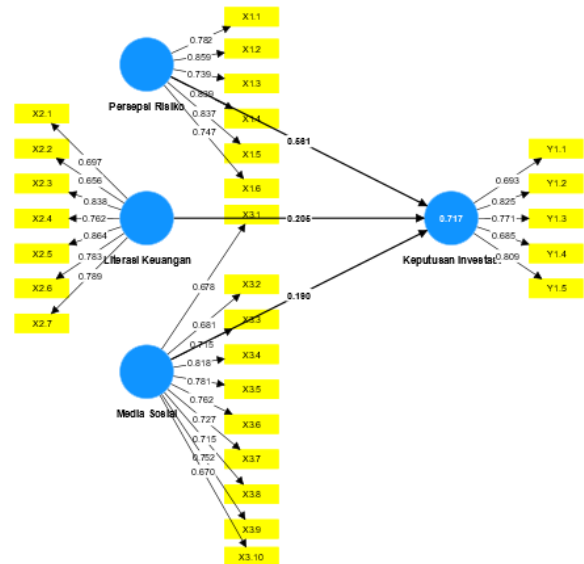
4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Model Pengukuran

Model penelitian ini akan dianalisis menggunakan metode Partial Least Square (PLS) dan dibantu dengan software SmartPLS 4.0. PLS merupakan salah satu metode alternatif Structural Equation Modeling (SEM) yang dapat dilakukan untuk mengatasi permasalahan pada hubungan diantara variabel yang sangat kompleks tetapi ukuran sampel data kecil (30-100 sampel) dan memiliki asumsi non parametrik, artinya bahwa data tidak mengacu pada salah satu distribusi tertentu (Yamin dan Kurniawan, 2009).

- 1) *Convergent Validity* dilakukan dengan melihat item *reliability* (indikator validitas) yang

ditunjukkan oleh nilai *loading factor*. *Loading factor* adalah angka yang menunjukkan korelasi antara skor suatu item pertanyaan dengan skor indikator konstruk indikator yang mengukur konstruk tersebut. Nilai *loading factor* lebih besar 0,7 dikatakan valid. Namun, menurut Hair et al. (1998) untuk pemeriksaan awal dari matriks *loading factor* adalah kurang lebih 0,3 dipertimbangkan telah memenuhi level minimal, dan untuk *loading factor* kurang lebih 0,4 dianggap lebih baik, dan untuk *loading factor* lebih besar 0,5 secara umum dianggap signifikan. Dalam penelitian ini batas *loading factor* yang digunakan sebesar 0,7. Setelah dilakukan pengolahan data dengan menggunakan SmartPLS 4.0 hasil *loading factor* dapat ditunjukkan seperti pada Tabel 2. dan Gambar 2.



Gambar 2. Hasil *Loading Factor*
 Sumber: Output SmartPLS PLS-SEM (2023)

Tabel 2. Hasil *Loading Factor*

	Keputusan Investasi	Literasi Keuangan	Media Sosial	Persepsi Risiko
X1.1				0.782
X1.2				0.859
X1.3				0.739
X1.4				0.839
X1.5				0.837
X1.6				0.747
X2.1		0.697		
X2.2		0.656		
X2.3		0.838		
X2.4		0.782		
X2.5		0.864		
X2.6		0.783		
X2.7		0.789		
X3.1			0.678	
X3.10			0.670	
X3.2			0.681	
X3.3			0.715	
X3.4			0.818	
X3.5			0.781	
X3.6			0.762	
X3.7			0.727	
X3.8			0.715	
X3.9			0.752	

Sumber: Output SmartPLS PLS-SEM algorithm (2023)

Dari hasil pengolahan data pertama dengan SmartPLS yang ditunjukkan pada Tabel 2, bahwa mayoritas indikator pada masing-masing variabel dalam penelitian ini memiliki nilai *loading factor* yang lebih besar dari 0,70 dan dikatakan valid. Selain itu terdapat 5 indikator yang memiliki nilai *loading factor* kurang dari 0,70 yaitu pada variabel Literasi Keuangan yaitu X2.1 menunjukkan 0,697 dan X2.2 menunjukkan 0,656, kedua pada variabel Media Sosial yaitu X3.1 menunjukkan 0,678, X3.2 menunjukkan 0,681 dan X3.10 menunjukkan 0,670.

2) *Discriminant Validity* dilakukan dengan cara melihat nilai *cross loading* pengukuran konstruk. Nilai *cross loading* menunjukkan besarnya korelasi antara setiap konstruk dengan indikatornya dan indikator dari konstruk blok lainnya. Suatu model pengukuran memiliki *discriminant validity* yang baik apabila korelasi antara konstruk dengan indikatornya lebih tinggi daripada korelasi dengan indikator dari konstruk blok lainnya. Setelah dilakukan pengolahan data dengan menggunakan SmartPLS 4.0 hasil *cross loading* dapat ditunjukkan pada Tabel 3 :

Tabel 3. Hasil *Fornell-Larcker Criterion Discriminant Validity*

	Keputusan Investasi	Literasi Keuangan	Media Sosial	Persepsi Risiko
Keputusan Investasi	0.758			
Literasi Keuangan	0.734	0.773		
Media Sosial	0.603	0.629	0.731	
Persepsi Risiko	0.807	0.731	0.507	0.802

Sumber: *Output SmartPLS Fornell-Larcker Criterion Discriminant Validity*, 2023

Tabel 4. Hasil *Cross Loading Discriminant Validity*

	Keputusan Investasi	Literasi Keuangan	Media Sosial	Persepsi Risiko
X1.1	0.634	0.586	0.498	0.782
X1.2	0.723	0.703	0.531	0.859
X1.3	0.630	0.627	0.395	0.739
X1.4	0.672	0.644	0.331	0.839
X1.5	0.600	0.486	0.287	0.837
X1.6	0.609	0.483	0.381	0.747
X2.1	0.595	0.697	0.411	0.568
X2.2	0.485	0.656	0.462	0.579
X2.3	0.619	0.838	0.488	0.656
X2.4	0.519	0.782	0.470	0.540
X2.5	0.608	0.884	0.535	0.628
X2.6	0.564	0.783	0.498	0.475
X2.7	0.594	0.789	0.539	0.510
X3.1	0.483	0.502	0.678	0.380
X3.10	0.232	0.235	0.670	0.125
X3.2	0.467	0.447	0.681	0.285
X3.3	0.640	0.643	0.715	0.632
X3.4	0.393	0.482	0.818	0.370
X3.5	0.363	0.438	0.781	0.331
X3.6	0.457	0.488	0.762	0.380
X3.7	0.473	0.474	0.727	0.408
X3.8	0.245	0.283	0.715	0.192
X3.9	0.300	0.286	0.752	0.238

Sumber: *Output SmartPLS Cross Loading Discriminant Validity*, 2023

Dari hasil *cross loading* pada Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai korelasi konstruk dengan indikatornya lebih besar daripada nilai korelasi dengan konstruk lainnya. Dengan demikian bahwa semua konstruk atau variabel laten sudah memiliki *discriminant validity* yang baik, dimana indikator pada blok indikator konstruk tersebut lebih baik daripada indikator di blok lainnya.

Discriminant validity juga dapat dilihat dari nilai AVE (*Average Variance Extracted*). Kriteria nilai AVE yang baik adalah diatas 0,5. Adapun nilai AVE dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 5 berikut:

Tabel 5. Hasil *Average Variance Extracted*

	Average variance extracted (AVE)
Keputusan Investasi	0.575
Literasi Keuangan	0.597
Media Sosial	0.535
Persepsi Risiko	0.643

Sumber: *Output SmartPLS Average Variance Extracted*, 2023

3) *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*

Analisa selanjutnya setelah uji validitas adalah uji reliabilitas. Uji reliabilitas instrumen dilakukan untuk mengetahui konsistensi terhadap keteraturan hasil pengukuran suatu instrumen walaupun dilakukan pada waktu, lokasi, dan populasi yang berbeda. Reliabilitas konstruk diukur dengan dua kriteria yang berbeda yaitu *composite reliability* dan *cronbach's Alpha (internal consistency reliability)*. Suatu konstruk dinyatakan reliabel apabila nilai dari *composite reliability* lebih dari 0,7 dan nilai *cronbach's Alpha* lebih dari 0,6. Hasil perhitungan uji reliabilitas pada *composite reliability* dan *cronbach's Alpha* ditunjukkan pada Tabel 6 berikut :

Tabel 6. Hasil *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)
Keputusan Investasi	0.815	0.830	0.871
Literasi Keuangan	0.888	0.891	0.912
Media Sosial	0.907	0.917	0.920
Persepsi Risiko	0.888	0.891	0.915

Sumber: *Output SmartPLS Composite Reliability dan Cronbach's Alpha*, 2023

Hasil pengukuran *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* pada Tabel 6 menunjukkan bahwa semua variabel untuk *Composite Reliability* memiliki nilai di atas 0,70 dan semua variabel untuk *Cronbach's Alpha* memiliki nilai di atas 0,60. Dengan demikian, hasil ini dapat dinyatakan valid dan memiliki reliabilitas yang cukup tinggi.

Model Struktural

1) R-square

Model struktural (*Inner Model*) mendefinisikan hubungan antar konstruk laten dengan melihat

hasil estimasi koefisien parameter dan tingkat signifikansinya (Ghozali, 2011). Nilai R-square yang didapat pada model penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 7 :

Tabel 7. Hasil R-Square

	R-square	R-square adjusted
Keputusan Investasi	0.717	0.709

Sumber: Output SmartPLS R-square, 2023

Dari hasil SmartPLS dapat dilihat bahwa nilai R-square sebesar 0,717 atau 72%. Nilai tersebut berarti kontribusi variabel persepsi risiko, literasi keuangan dan media sosial dalam mempengaruhi keputusan investasi adalah sebesar 72% sedangkan sisanya sebesar 28% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan di dalam penelitian.

2) Uji hipotesis dilakukan dengan teknik *bootstrapping*. Data yang digunakan untuk *bootstrapping* adalah data yang sudah dilakukan tahapan *Measurement*. Uji hipotesis termasuk ke dalam *Structural Model* dan menunjukkan hubungan yang telah dihipotesiskan dengan praktik simulasi. Uji *bootstrapping* ini juga bertujuan untuk mengetahui arah hubungan dan signifikansi hubungan setiap variabel latennya. Uji hipotesis dilakukan dengan melakukan perbandingan t-tatistic atau t-hitung yang sudah ditentukan. t-hitung yang dihasilkan dalam uji *bootstrapping* harus lebih besar dari t-tabel *one tail* yaitu 1.65 untuk standar eror sebanyak 5% atau *p value* di bawah 0.05 (Hair et al. 2017 : 320).

Tabel 8. Hasil Path Coefficients

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Literasi Keuangan -> Keputusan Investasi	0.205	0.197	0.089	2.077	0.038
Media Sosial -> Keputusan Investasi	0.190	0.189	0.078	2.421	0.019
Persepsi Risiko -> Keputusan Investasi	0.561	0.568	0.081	6.887	0.000

Sumber: Output SmartPLS Path Coefficients, 2023



Gambar 3. Hasil Botstrapping

Sumber: Output SmartPLS Botstrapping, 2023

Hipotesis pertama menguji apakah Persepsi Risiko secara positif berpengaruh terhadap Keputusan Investasi pada generasi milenial di DKI Jakarta. Hasil pengujian menunjukkan nilai koefisien beta Persepsi Risiko terhadap Keputusan Investasi sebesar 0,561 dan t-statistik yaitu sebesar 6,957. Dari hasil ini dinyatakan t-statistik signifikan. karena >1,96 dengan p-value < 0,05 sehingga hipotesis pertama diterima. Hal tersebut membuktikan bahwa Persepsi Risiko terbukti memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan Investasi pada generasi milenial di DKI Jakarta.

Hipotesis kedua menguji apakah Literasi Keuangan secara positif berpengaruh terhadap Keputusan Investasi pada generasi milenial di DKI Jakarta. Hasil pengujian menunjukkan nilai koefisien beta Literasi Keuangan terhadap Keputusan Investasi sebesar 0,205 dan t-statistik yaitu sebesar 2,077. Dari hasil ini dinyatakan t-statistik signifikan. karena >1,96 dengan p-value < 0,05 sehingga hipotesis kedua diterima. Hal tersebut membuktikan bahwa Literasi Keuangan terbukti memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan Investasi pada generasi milenial di DKI Jakarta.

Hipotesis ketiga menguji apakah Media Sosial secara positif berpengaruh terhadap Keputusan Investasi pada generasi milenial di DKI Jakarta. Hasil pengujian menunjukkan nilai koefisien beta Media Sosial terhadap Keputusan Investasi sebesar 0,190 dan t-statistik yaitu sebesar 2,421. Dari hasil ini dinyatakan t-statistik signifikan. karena >1,96 dengan p-value

< 0,05 sehingga hipotesis kedua diterima. Hal tersebut membuktikan bahwa Media Sosial terbukti memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan Investasi pada generasi milenial di DKI Jakarta.

Implikasi Penelitian

Berdasarkan dari hasil penelitian yang sudah dilakukan diketahui bahwa persepsi risiko, literasi keuangan dan media sosial memiliki pengaruh terhadap keputusan investasi para investor generasi milenial di daerah DKI Jakarta. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi implikasi kepada investor generasi milenial sehingga dapat dijadikan referensi dalam membuat keputusan investasi dan kepada regulator atau pemerintah sebagai referensi untuk membuat program-program atau kebijakan-kebijakan yang mendukung upaya peningkatan pasar modal di Indonesia.

5. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

- 1) Persepsi risiko memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi generasi milenial di DKI Jakarta. Hasil penelitian ini mendukung *Prospect Theory* yang membahas tentang pengambilan keputusan dalam kondisi ketidakpastian.
- 2) Literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi generasi milenial di DKI Jakarta. Hal ini menunjukkan bahwa generasi milenial di DKI Jakarta cukup memahami bahwa dengan literasi keuangan yang baik membuat generasi milenial memiliki masa depan yang terjamin. Hal ini sejalan dengan teori pendukung yaitu *Theory of Planned Behaviour* yang menjelaskan bahwa literasi keuangan memiliki peran dalam perilaku seseorang dalam mengambil keputusan.
- 3) Media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi generasi milenial di DKI Jakarta. Hal ini membuktikan bahwa investor milenial di DKI Jakarta menggunakan media sosial sebagai referensi dalam pengambilan keputusan investasi mereka. Meskipun demikian, investor generasi milenial tetap melakukan analisis dan mengandalkan pengetahuan literasi keuangan mereka dalam pengambilan keputusan

investasinya. Hal ini sejalan dengan teori pendukung yaitu *Theory of Planned Behaviour* yang menjelaskan bahwa media sosial memiliki peran dalam perilaku seseorang dalam mengambil keputusan.

Saran

- 1) Bagi Investor Generasi Milenial
Berdasarkan hasil penelitian ini, diketahui bahwa persepsi risiko, literasi keuangan dan media sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi. Melihat pengaruh yang signifikan, investor pasar modal diharapkan dapat terus meningkatkan pengetahuan literasi keuangan mereka melalui kegiatan yang diperoleh dari berbagai sumber, baik itu pembelajaran di perguruan tinggi, atau mengikuti kegiatan edukasi lain seperti seminar dan webinar.
- 2) Bagi Bursa Efek Indonesia
Pada kegiatan di BEI selanjutnya dapat melibatkan edukasi pasar modal di sosial media dapat mengajak *influencer* dengan kriteria tersebut sehingga dapat meningkatkan antusiasme investor milenial di DKI Jakarta, baik yang sudah berinvestasi ataupun yang belum.
- 3) Bagi Peneliti Selanjutnya
Pada penelitian ini hanya digunakan variabel independen yaitu persepsi risiko, literasi keuangan dan media sosial sehingga diharapkan penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel-variabel lainnya yang dapat mempengaruhi keputusan investasi seorang investor terutama generasi milenial di daerah DKI Jakarta sehingga dapat diketahui faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan investasi generasi milenial di daerah DKI Jakarta.

REFERENSI

- Algifari. 2000. Pengaruh Perilaku Heuristics dan Herding Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi Properti Hunian. *FINESTA*. Vol 3. No 2.
- Alquraan, T., Alqisie, A., & Shorafa, A. (2016, June). Do Behavioural Finance Factors Influence Stock Investment Decision of

- Individual. *American International Journal of Contemporary Research*, 6(3).
- Aren, S., & Zengin, A. N. 2016. Influence of Financial Literacy and Risk Perception on Choice of Investment. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 235(October), 656–663. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.11.047>
- Ariani et al. 2016. Locus of Control , Dan Etnis Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi. *Journal of Business and Banking*, 5 Number2, 257–270. <https://doi.org/10.14414/jbb.v5i2.550>
- Bakar, S., & Yi, A. N. C. 2016. *The Impact of Psychological Factors on Investors' Decision Making in Malaysian Stock Market: A Case of Klang Valley and Pahang*. *Procedia Economics and Finance*, 35(October 2015), 319–328. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(16\)00040-x](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(16)00040-x)
- Demircan, M. L. 2016. *Impact of Financial Literacy on the Behavioral Biases of Individual Stock Investors: Evidence from Borsa Istanbul*. 7(3), 1–19.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23. Semarang: BPFE Universitas Diponegoro.
- Hadi, Sutrisno. 2015. *Statistika*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Mutawally, F. W., & Asandimitra, N. 2019. Pengaruh financial literacy, risk perception, behavioral finance dan pengalaman investasi terhadap keputusan investasi mahasiswa surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(4), 942-953.
- Nasrullah, Rulli. 2014. *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta : Kencana Prenadamedia Group.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial; Persfektif Komunikasi, Budaya, dan Sositologi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- OECD INFE. 2012. *PISA 2012 Literacy assessment framework*. [Report Paper]
- Otoritas Jasa Keuangan. 2013. OJK Perkuat Upaya Inklusi dan Perluasan Akses Keuangan Melalui Literasi Keuangan. *Majalah OJK Edisi November*. (Retrified from: <http://sikapiuangmu.ojk.go.id/public/content/files/Majalah-OJK2.pdf>).
- Otoritas Jasa Keuangan. 2016.
- 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
- Rahman, M., & Gan, S. S. 2018. *Generation Y investment decision: an analysis using behavioural factors*. <https://doi.org/10.1108/MF-10-2018-0534>
- Wulandari, D. A., & Iramani, R. 2014. Studi *Experienced Regret, Risk Tolerance, Overconfidence Dan Risk Perception Pada Pengambilan Keputusan Investasi*. *Journal of business and banking*, 4(1), 55-66.
- V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), hal. 12.
- Yolanda, Y., Tasman, A., Ekonomi, J. P., Ekonomi, F., & Padang, U. N. (2020). Pengaruh 52 Financial Literacy dan Risk Perception terhadap Keputusan Investasi Generasi Millennial Kota Padang. 3(1), 144–154.