

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Investasi

Menurut Halim dalam Fahmi (2015:2) investasi pada hakikatnya merupakan penempatan sejumlah dana pada saat ini dengan harapan memperoleh keuntungan dimasa mendatang.

Menurut Paul A. Samuelson dan William D Nordhaus dalam Dadang (2008) investasi adalah pengeluaran yang dilakukan oleh para penanam modal yang menyangkut penggunaan sumber – sumber seperti peralatan, gedung, peralatan produk dan mesin – mesin baru lainnya atau persediaan yang diharapkan akan memberikan keuntungan dari investasi tersebut.

Menurut Firmansyah (2010:108) kegiatan investasi secara sederhana diartikan sebagai kesediaan untuk menunda konsumsi. Dana yang ada diinvestasikan dan hasil investasinya direinvestasi lagi, begitu seterusnya sehingga dana tersebut terakumulasi sampai jumlah tertentu. Besar kecilnya dana yang terakumulasi tergantung berapa lama jangka waktu investasi, apakah jangka pendek, jangka menengah ataukah jangka panjang. Semakin lama jangka waktu investasi diatas kertas mestinya membuahkan hasil investasi yang semakin besar.

2.1.1 Pasar Modal

Fahmi (2015) Pasar modal (*capital market*) adalah tempat bagi berbagai pihak (khususnya perusahaan) untuk menjual saham (*stock*) dan obligasi (*bond*). Hasil dari penjualan tersebut nantinya akan digunakan sebagai tambahan dana atau untuk memperkuat modal perusahaan.

Tandelilin (2010) mengemukakan bahwa pasar modal (*capital market*) adalah pertemuan antara pihak yang memiliki kelebihan dana dengan pihak yang membutuhkan dana dengan cara

memperjual-belikan sekuritas. Dengan demikian, pasar modal juga dapat diartikan sebagai pasar untuk memperjualbelikan sekuritas yang umumnya memiliki umur lebih dari satu tahun, seperti saham, obligasi, dan reksadana sedangkan tempat dimana terjadinya jual beli sekuritas disebut dengan Bursa Efek.

Undang – undang pasar modal no 8 tahun 1995 mendefinisikan pasar modal sebagai kegiatan yang bersangkutan dengan penawaran umum dan perdagangan efek serta lembaga dan profesi yang berkaitan dengan efek.

1) Manfaat Pasar Modal

Menurut Tjipto dan Hendy dalam Pajar (2017:21) manfaat pasar modal adalah:

- a) Menyediakan sumber pembiayaan (jangka panjang) bagi dunia usaha sekaligus memungkinkan alokasi sumber dana usaha sekaligus alokasi sumber dana secara optimal.
- b) Memberikan wahana investasi bagi investor sekaligus memungkinkan upaya diverifikasi.
- c) Menyediakan leading indikator bagi trend ekonomi negara.
- d) Penyebaran kepemilikan keterbukaan dan profesionalisme menciptakan iklim perusahaan yang sehat.
- e) Menciptakan lapangan kerja profesi yang menarik
- f) Memberikan kesempatan memiliki perusahaan yang sehat dan mempunyai prospek
- g) Alternatif investasi yang memberikan potensi keuntungan dengan risiko yang bisa diperhitungkan melalui keterbukaan, likuiditas, dan diverifikasi investasi.

- h) Membina iklim keterbukaan bagi dunia usaha memberikan akses kontrol sosial.
- i) Pengelolaan perusahaan dengan iklim keterbukaan mendorong pemanfaatan manajemen profesional
- j) Sumber pembiayaan dana jangka panjang bagi emiten.

2) Instrumen pasar modal

Menurut Hadi, 2013:30 dalam Pajar (2017:22) Bentuk instrumen di pasar modal disebut efek yaitu surat-surat berharga yang berupa:

- a) Saham
- b) Obligasi
- c) Bukti *right*
- d) Bukti waran
- e) Produk turunan yang bisa disebut *derivative*
- f) Reksadana
- g) Hak memesan efek terlebih dahulu
- h) Waran

2.1.2 Persepsi Risiko

2.1.2.1 Persepsi

Sarlito dalam Trisnatio (2017:28) mengatakan persepsi adalah kemampuan seseorang dalam mengorganisir suatu pengamatan yang meliputi kemampuan untuk membedakan kemampuan untuk mengelompokkan dan kemampuan untuk memfokuskan. Oleh karena itu seseorang bisa saja memiliki persepsi yang berbeda walaupun objeknya sama. hal ini dimungkinkan karena adanya perbedaan dalam hal sistem nilai dan ciri kepribadian individu yang bersangkutan.

Menurut Sobur (2003:447) Proses persepsi, terdapat tiga komponen utama yang membentuk persepsi yaitu:

1. Seleksi adalah proses penyaringan oleh indera terhadap rangsangan dari luar, intensitas dan jenisnya dapat banyak atau sedikit.
2. Interpretasi, yaitu proses mengorganisasikan informasi sehingga mempunyai arti bagi seseorang. Interpretasi dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti pengalaman masalalu, sistem nilai dianut, motivasi kepribadian, dan kecerdasan. Interpretasi juga bergantung pada kemampuan seseorang untuk mengadakan pengategorian informasi yang diterimanya, yaitu proses mereduksi informasi yang kompleks menjadi sederhana.
3. Seleksi dan interpretasi kemudian diterjemahkan dalam bentuk tingkah laku sebagai reaksi. Jadi proses persepsi adalah melakukan seleksi, interpretasi, dan pembulatan terhadap informasi yang sampai.

2.1.2.2 Risiko Investasi

Raharjo dalam Fahmi (2016:274) risiko adalah tingkat potensi kerugian yang timbul karena perolehan hasil investasi yang diharapkan tidak sesuai dengan harapan. Setiap keputusan investasi memiliki keterkaitan kuat dengan terjadinya risiko, karena perangkat keputusan investasi tidak selamanya lengkap dan bisa dianggap sempurna, namun disana terdapat berbagai kelemahan yang tidak teranalisis secara baik dan sempurna. Karena itu risiko selalu dijadikan barometer utama untuk dianalisis jika keputusan investasi dilakukan.

Utomo dalam Dewi, dkk (2017:181) mengatakan bahwa risiko merupakan kemungkinan perbedaan antara return aktual yang diterima dengan return yang diharapkan, yang terdiri dari dua jenis yaitu risiko umum (*general risk*) yang merupakan risiko yang berkaitan dengan perubahan yang terjadi di pasar secara keseluruhan dan risiko spesifik (risiko perusahaan) adalah risiko yang tidak berkaitan dengan perubahan pasar secara keseluruhan.

Fahmi (2016:288) mengatakan bahwa investor dalam mengambil setiap keputusan investasi selalu berusaha untuk meminimalisir berbagai risiko yang timbul, baik risiko yang bersifat jangka pendek maupun risiko yang bersifat jangka panjang. Setiap perubahan berbagai kondisi mikro dan makro ekonomi akan turut mendorong terbentuknya berbagai kondisi yang mengharuskan seorang investor memutuskan apa yang harus dilakukan dan strategi apa yang diterapkan agar ia tetap memperoleh return yang diharapkan. Dengan begitu risiko investasi dapat kita artikan sebagai kemungkinan terjadinya perbedaan antara *actual return and expected return* (E(R)).

2.1.2.3 Pengertian Persepsi Risiko

Menurut Oglethorpe dalam Trisnatio (2017:31) persepsi risiko didefinisikan sebagai persepsi konsumen mengenai ketidakpastian dan konsekuensi – konsekuensi negatif yang memungkinkan diterima atas pembelian suatu produk atau jasa. Persepsi risiko investasi pasar modal lebih menekankan kepada anggapan atau gambaran negatif masyarakat mengenai investasi saham di pasar modal.

Minimnya pengetahuan masyarakat pasar modal membuat masyarakat beranggapan bahwa investasi di pasar

modal memiliki risiko yang sangat tinggi, yang berimbas pada semakin berkurangnya kepercayaan masyarakat untuk berinvestasi di pasar modal.

2.1.3 Motivasi Investasi

Widyastuti, dkk dalam Pajar (2018:49) menyatakan bahwa motivasi seringkali diartikan sebagai dorongan. Dorongan atau tenaga yang merupakan gerak jiwa dan jasmani untuk berbuat, sehingga motivasi merupakan suatu tenaga yang menggerakkan manusia untuk bertingkah laku dalam perbuatannya yang mempunyai tujuan tertentu. Dari definisi di atas dapat dilihat bahwa:

- a. Motivasi dimulai dari adanya perubahan energi atas tenaga dalam diri pribadi seseorang.
- b. Motivasi ditandai dengan timbulnya perasaan yang mengarah tingkah laku seseorang,
- c. Motivasi ditandai oleh reaksi – reaksi untuk mencapai tujuan.

Jadi dapat disimpulkan bahwa motivasi investasi adalah dorongan pada diri seseorang untuk melakukan suatu tindakan yang berikatan dengan investasi.

Robbin dalam Oktarina (2018:10) mengembangkan teori motivasi Abraham Maslow mengatakan bahwa dalam diri seseorang terdiri dari lima jenjang kebutuhan untuk memotivasi seseorang yaitu:

1. Psikologis
2. Kebutuhan Keamanan
3. Kebutuhan Sosial
4. Kebutuhan penghargaan
5. Kebutuhan aktualisasi Diri.

Ketika seseorang sudah memenuhi kebutuhan subtensialnya, maka kebutuhan berikutnya akan menjadi motivasi bagi seseorang untuk melakukan tindakan selanjutnya.

Riyadi (2016:90) mengatakan bahwa motivasi berinvestasi memiliki pengaruh terhadap investasi mahasiswa di pasar modal. Calon investor akan tertarik melakukan investasi apabila rekan, saudara dan lingkungan mereka telah melakukan investasi di pasar modal.

2.1.4 Pendapatan pribadi

a. Pengertian Pendapatan

Suroto dalam Munifa (2013:6) mengatakan bahwa pendapatan adalah seluruh penerimaan baik berupa uang maupun berupa barang yang berasal dari pihak lain maupun hasil industri yang dinilai atas dasar sejumlah uang dan harta yang berlaku saat itu. pendapatan merupakan sumber penghasilan seseorang untuk memenuhi kebutuhan sehari – hari dan sangat penting artinya bagi kelangsungan hidup seseorang secara langsung maupun tidak langsung.

Menurut Samuelson dan Nordhaus (2003) Pendapatan juga dapat didefinisikan sebagai jumlah seluruh uang yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu (biasanya satu tahun). Pendapatan terdiri dari upah atau penerimaan tenaga kerja, pendapatan dari kekayaan seperti sewa, bunga, dan dividen, serta pembayaran transfer atau penerimaan dari pemerintah seperti tunjangan sosial atau asuransi pengangguran.

Asba dalam Malik (2017:72) menyebutkan faktor yang mempengaruhi konsumen (investor) adalah faktor kepribadian yaitu keadaan ekonomi investor (level pendapatan). Investasi

pada pokoknya didasarkan atas teori produktivitas batas (*marginal productive*) dari faktor produksi modal (*capital*).

b. Jenis Pendapatan

Menurut Surono dalam Azizah (2016:15) jika ditinjau dari periode waktu penerimaan dan jumlahnya, pendapatan di golong menjadi dua, yaitu:

1. Pendapatan (penghasilan) Tetap

Pendapatan yang bisa diukur periode penerimaannya (rutin) dan jumlah yang diterimanya. Dalam hal ini termasuk penerimaan uang saku dari orang tua setiap bulannya

2. Pendapatan (penghasilan) Tidak Tetap

Pendapatan tidak tetap adalah arus kas masuk tidak tetap dalam setiap periodenya (tidak rutin) maupun jumlahnya. Dalam hal ini misalnya melakukan kegiatan lain untuk memperoleh penghasilan tambahan, kerja paruh waktu, beasiswa atau pendapatan hasil dari pekerjaan sampingan yang dimiliki.

2.1.5 Minat Investasi

Minat merupakan keinginan atau hasrat yang ada dalam benak seseorang untuk membeli suatu produk yang ditawarkan. Munculnya minat beli karena dipicu oleh rangsangan atau dorongan yang berasal dari dalam diri konsumen sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian suatu produk atau jasa. Menurut Schiffman dan Kanuk (2007:201) mengemukakan bahwa minat membeli merupakan pikiran yang timbul karena adanya perasaan tertarik dan ingin memiliki suatu barang atau jasa yang diharapkan.

Menurut Djaali (2007) minat merupakan bentuk sikap seseorang berupa rasa lebih suka dan rasa keterkaitan terhadap suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh.

Menurut Walgito dalam Hayu (2015:38) menjelaskan minat adalah suatu keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap suatu hal dengan disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikan lebih lanjut. Minat tersebut menimbulkan karakteristik seperti:

1. Menimbulkan sikap positif terhadap sesuatu objek.
2. Adanya sesuatu yang menyenangkan yang timbul dari suatu objek itu.
3. Mengandung suatu pengharapan yang menimbulkan keinginan atau gairah untuk mendapatkan sesuatu yang menjadi minatnya.

Menurut Raditya, dkk (2014:381) menjelaskan beberapa faktor yang berpengaruh terhadap minat berinvestasi adalah antara lain:

1. *Neutral information* adalah informasi yang berasal dari luar, memberikan informasi tambahan agar informasi yang dimiliki oleh calon investor menjadi lebih komprehensif.
2. *Personal financial needs*, adalah informasi pribadi yang diperoleh selama investro tersebut berkecimpung dalam dunia investasi yang dapat menjadi semacam pedoman bagi investro tersebut dalam investasi berikutnya.
3. *Self image/firm image coincidence*, adalah informasi yang berhubungan dengan penilaian terhadap citra perusahaan.
4. *Social relevance*, adalah informasi yang menyangkut posisi saham perusahaan di bursa, tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sekitar area operasional perusahaan, nasional atau internasional.
5. *Classic*, merupakan kemampuan investor untuk menentukan kriteria ekonomis perilaku
6. *Professional recommendation*, merupakan pendapat, saran atau rekomendasi dari pihak-pihak, profesional atau para ahli di bidang investasi.

2.1.5 Model Prilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan aktivitas langsung atau terlibat dalam memperoleh dan menggunakan barang-barang ataupun jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut. Kotler Armstrong (2012:128) mengayatakan bahwa “consumer buyer behavior refers to the buying behavior of final consumer individuals and haouse houlds who buy good and service for personal cunsumtion”

Berdasarkan definisi tersebut dapat dikatakan bahwa perilaku konsumen adalah melihat perilaku dari tiap individu, rumah tangga maupun organisasi tentang bagaimana mereka berproses sebelum memutuskan pembelian serta tindakannya memperoleh dan mengkonsumsi prosuk dan jasa.

2.1.6 Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.

Terdapat empat faktor yang mempengaruhi kosumen dalam pembelian suatu produk. Faktor-faktor ini memberi pengaruh yang cukup signifikan terhadap konsuemn dalam memilih produk yang akan dibelinya, menurut kotler dan keller (2012:214) yan gadialih bahasakan oleh Bejamin Molan (2012:214) faktor-faktor ini terdiri dari:

1. Cultural Factor (Faktor Budaya)
 - a. Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling dasar
 - b. Sub budaya terdiri dari kebangsaan, agama, kelompok, ras dan daerah geografis. Banyak sub-budaya yang membentuk segmen pemasar yang sesuai dngan kebutuhan mereka.
 - c. Kelas sosial, merupakan pembahian masyarakat yang relatif homogen dan permanen, yang tersusun secara hirarkis dan anggotanya menganut nilai-nilai minat dan perilaku yang sama.

2. Sosial Factor (faktor sosial)

- a. Kelompok referensi (referensi group) merupakan kelompok yang mempunyai pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku orang tersebut.
- b. Keluarga merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat dan anggota keluarga mempresentasikan kelompok referensi utama yang paling berpengaruh. Ada dua keluarga dalam kehidupan pembeli, yaitu keluarga orientasi (family of orientation) terdiri dari orang tua dan saudara kandung, keluarga prokreasi (family of procreation) yaitu pasangan dan anak-anak
- c. Peran sosial dan status merupakan partisipasi dalam banyak kelompok, yaitu keluarga, klub dan organisasi. kelompok sering menjadi sumber informasi penting dalam membantu mendefinisikan norma perilaku. Kita dapat mendefinisikan posisi seseorang dalam tiap kelompok dimana ia menjadi anggota berdasarkan peran dan status

3. Personal Factor (Faktro Pribadi)

Faktor pribadi yang dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Faktor pribadi meliputi usia dan tahap dalam siklus hidup pembeli, pekerja dan keadaan ekonomi, kepribadian dan konsep diri, serta gaya hidup dan nilai.

2.2 Penelitian Terdahulu

Riyadi (2016) melakukan penelitian berjudul Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Untuk Berinvestasi di Pasar Modal pada mahasiswa FEBI UIN dengan menggunakan 84 orang sebagai sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan menggunakan 5 (lima) variabel yaitu manfaat investasi, modal investasi minimal, motivasi, return, dan edukasi. Penelitian tersebut menghasilkan bahwa hanya 3 (tiga) variabel

yang berpengaruh pada minat mahasiswa untuk berinvestasi, ke-3 variabel tersebut adalah manfaat investasi, modal investasi minimal serta motivasi.

Namun pada penelitian Riyadi (2016) variabel edukasi tidak berpengaruh pada minat mahasiswa untuk berinvestasi dikarenakan calon investor di wilayahnya merasa edukasi maupun sosialisasi tentang investasi di pasar modal kurang menarik. Sedangkan pada variabel manfaat investasi berpengaruh dengan hasil uji t (parsial) nilai beta sebesar 0,283 atau 28,3% dan memiliki nilai signifikansi sebesar $0.012 < 0.05$, dimana mahasiswa FEBI UIN Sunan Kalijaga mengetahui akan pentingnya melakukan investasi untuk kehidupan dimasa yang akan datang. Dapat disimpulkan bahwa seorang mahasiswa berminat berinvestasi apabila telah mengerti manfaat investasi itu sendiri serta mempertimbangkan modal yang akan mereka keluarkan saat berinvestasi namun didukung juga dengan motivasi yang didapat dari orang-orang sekitar.

Penelitian Pajar (2017) pengaruh motivasi investasi dan pengetahuan investasi terhadap minat investasi di pasar modal, menjelaskan bahwa motivasi investasi berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam berinvestasi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$) menunjukkan bahwa pengujian signifikansi. Secara umum, orang – orang akan melakukan suatu tindakan apabila ada sesuatu hal yang membuat ia tertarik sehingga secara alamiah orang tersebut akan termotivasi untuk memperolehnya. Dalam penelitian pajar (2017) juga menjelaskan bahwa mahasiswa dapat mulai berinvestasi di beberapa sektor salah satunya di pasar modal demi memiliki kondisi finansial yang lebih baik di masa depan. Dana menjadi kendala utama dalam melakukan investasi, terutama bagi mahasiswa yang mayoritas penghasilannya didapat dari kiriman orang tua.

Moena Azizah (2016) meneliti tentang pengaruh pendapatan dan pendidikan nasabah terhadap minat nasabah berinvestasi emas di BSM KC Warung Buncit, dengan menggunakan variabel pendapatan dan pendidikan pada minat nasabah berinvestasi emas sebesar 15% dengan tingkat signifikansi sebesar 0,008 menghasilkan bahwa tingkat pendapatan

berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah berinvestasi emas. Pada penelitian ini menunjukkan bahwa pendapatan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi seseorang cenderung menabung ataupun menyisihkan uangnya untuk digunakan dikemudian hari.

Penelitian Oktarina (2018) meneliti tentang Pengaruh Pasar Modal (SPM) terhadap minat mahasiswa berinvestasi di Pasar Modal menggunakan 3 (tiga) variabel yaitu manfaat investasi, motivasi, dan edukasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang berinvestasi di pasar modal setelah mengikuti sekolah pasar modal sebanyak 90 mahasiswa. Penelitian ini menunjukkan semakin tinggi pengetahuan mahasiswa mengenai manfaat investasi, motivasi dan edukasi di pasar modal, maka semakin tinggi minat mahasiswa dalam melakukan kegiatan investasi di pasar modal. Pada penelitian ini menunjukkan bahwa manfaat investasi berpengaruh secara positif apabila semakin tinggi pengetahuan mengenai investasi semakin tinggi minat mahasiswa untuk berinvestasi di pasar modal.

Penelitian Malik (2017) analisa faktor – faktor yang mempengaruhi minat masyarakat berinvestasi di pasar modal syariah melalui bursa galeri investasi UISI dengan menggunakan 6 (enam) variabel yaitu risiko, pendapatan, motivasi, pengetahuan, persepsi, dan belajar dengan pertimbangan investasi saham syariah di BGIU sebagai variabel Y pada 133 responden peserta pelatihan dasar pasar modal tanggal 20 juni 2016. Penelitian ini menjelaskan bahwa terdapat hasil positif untuk variabel risiko sebesar 0,380. Namun pada penelitian ini risiko yang dimaksud merupakan risiko ketertarikan pada suatu objek yang apabila risiko tersebut semakin tinggi maka minat investasi semakin meningkat. Serta variabel pendapatan dan motivasi terhadap minat masyarakat berinvestasi di pasar modal berbanding positif terhadap pertimbangan investasi saham syariah sebesar 0,380 untuk pendaptan dan 0,290 untuk variabel motivasi. Pada penelitian Malik, variabel pengetahuan (manfaat investasi), persepsi dan belajar

berbanding negatif terhadap minat masyarakat berinvestasi di pasar modal sebesar 0,016 untuk pengetahuan, 0,045 untuk persepsi dan 0,005 untuk belajar.

Dewi, dkk (2017) melakukan penelitian berjudul Modal Investasi Awal dan Persepsi Risiko Dalam Keputusan Berinvestasi mengatakan bahwa persepsi atas risiko berpengaruh positif terhadap minat berinvestasi penelitian tersebut berhasil membuktikan dukungan dari hipotesis 1 dimana Persepsi atas risiko berpengaruh secara signifikan sebesar 0,000 sedangkan modal investasi minimal berpengaruh negatif terhadap minat dengan nilai signifikan sebesar 0,012. Penelitian tersebut menyebutkan bahwa risiko investasi dan pendapatan pribadi juga berpengaruh terhadap minat berinvestasi dimana mahasiswa yang sudah dibekali pengetahuan mengenai pasar modal juga memiliki persepsi atas risiko yang berbeda – beda. Sebagian mahasiswa berani mengambil risiko dan sebagian mahasiswa tidak berani mengambil risiko. Pendapatan pribadi juga menjadi salah satu pertimbangan yang menjadi penghalang mahasiswa untuk berinvestasi. Mahasiswa merupakan calon investor yang masih kurang mapan dalam hal finansial, karena sebagian besar mahasiswa belum bisa menghasilkan uang sendiri.

Hermanto (2017) melakukan penelitian yang berjudul Perilaku Mahasiswa Ekonomi di Universitas Esa Unggul Dalam Melakukan Investasi Di Pasar Modal. Penelitian ini dilakukan dengan 5 variabel yaitu manfaat investasi, edukasi, modal investasi minimum, *retrun*, dan motivasi investasi penelitian ini menunjukkan hanya 2 variabel yang berpengaruh secara positif yaitu manfaat investasi sebesar 0,006 serta *retrun* sebesar 0,000. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa temuan penelitian dengan variabel motivasi tidak berpengaruh terhadap minat investasi mahasiswa dengan perolehan signifikan sebesar 0,281 atau di atas 0,05 dimana motivasi investasi secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat investasi. Temuan ini membuktikan bahwa motivasi yang diberikan belum mampu mendorong minat mahasiswa dalam melakukan kegiatan investasi dimana lingkungan

mahasiswa dan teman – teman belum melakukan kegiatan investasi. Penelitian Hermanto mendukung penelitian yang akan dilakukan dikarenakan arah variabel motivasi yang akan dilakukan adalah keinginan berinvestasi apabila ada rekan saudara yang melakukan investasi.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Penelitian	Keterangan
1.	Adha Riyadi (2016)	<p>Judul Penelitian: Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Untuk Berinvestasi di Pasar Modal pada mahasiswa FEBI UIN</p> <p>Tujuan Penelitian: Untuk mengetahui manfaat investasi (X1), modal investasi minimal (X2), motivasi (X3), <i>return</i> (X4), dan edukasi (X5) tentang pasar modal terhadap minat mahasiswa untuk melakukan investasi di pasar modal (Y)</p> <p>Hasil Penelitian: Terdapat tiga variabel yang menunjukkan yang berpengaruh pada minat mahasiswa untuk berinvestasi yaitu manfaat investasi sebesar 0,283 atau 28,3% dengan nilai signifikansi sebesar $0,012 < 0,05$ modal investasi minimum sebesar 0,275 atau 27,5% dengan nilai signifikansi sebesar $0,01 < 0,05$ serta motivasi sebesar 0,239 atau 23,9% dengan nilai signifikansi sebesar $0,027 < 0,05$.</p> <p>Persamaan: Meneliti pengaruh minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal dengan menggunakan variabel motivasi untuk mendukung penelitian yang akan dibuat mengacu pada motivasi berinvestasi yang memiliki pengaruh terhadap investasi mahasiswa di pasar modal. Dimana calon</p>

		<p>investor akan tertarik melakukan investasi apabila rekan, saudara dan lingkungan mereka telah melakukan investasi di pasar modal.</p>
		<p>Perbedaan:</p> <p>Motivasi yang dimaksud merupakan motivasi yang timbul akibat lingkungan yang mendukung merupakan suatu sebab terbentuknya minat seseorang untuk berinvestasi, dimana motivasi yang akan di teliti adalah termotivasi untuk berinvestasi apabila ada yang membantu mengarahkan dimana jika tidak ada hal tersebut maka akan menjadi penghambat mahasiswa untuk berinvestasi</p>
2.	Ahmad Dahlan Malik (2017)	<p>Judul Penelitian:</p> <p>analisa faktor – faktor yang mempengaruhi minat masyarakat berinvestasi di pasar modal syariah melalui bursa galeri investasi UISI</p>
		<p>Tujuan Penelitian:</p> <p>Untuk mengetahui apakah risiko (X1), tingkat pendapatan (X2), motivasi (X3), pengetahuan (X4), persepsi (X5) dan belajar (X6) terhadap minat masyarakat berinvestasi di pasar modal syariah(Y)</p>
		<p>Hasil Penelitian:</p> <p>Terdapat 3 variabel yang berbanding positif terhadap minat masyarakat untuk berinvestasi di pasar modal syariah yaitu risiko dengan nilai beta sebesar 0,386. Pendapatan sebesar 0,380 dan motivasi sebesar 0,290</p>
		<p>Persamaan:</p> <p>Menggunakan tiga variabel yang berpengaruh positif mempengaruhi minat seseorang untuk berinvestasi</p>
		<p>Perbedaan:</p> <p>Pada variabel risiko penelitian ini berfokus pada semakin</p>

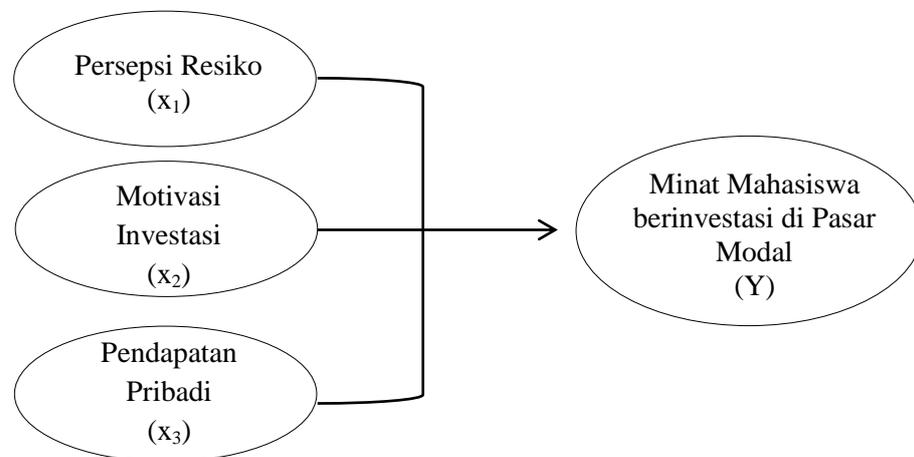
		tinggi risiko semakin banyak atau meningkat peminat investasi. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan menekan pada anggapan atau gambaran negatif mahasiswa mengenai investasi saham di pasar modal.
3.	Rizki Chaerul Pajar (2017)	<p>Judul Penelitian: pengaruh motivasi investsi dan pengetahuan investasi terhadap minat investasi di pasar modal pada mahasiswa FE UNY</p> <p>Tujuan Penelitian: Untuk mengetahui apakah motivasi investasi (X1) dan pengetahuan investasi (X2) berpengaruh terhadap minat investasi di pasar modal (Y)</p> <p>Hasil Penelitian: Pada penelitian ini kedua variabel berpengaruh secara signifikansi pada minat investasi di pasar modal sebesar $0,000 < 0,05$</p> <p>Persamaan: Menggunakan variabel motivasi untuk mengukur pengaruh minat seseorang berinvestasi dimana motivasi merupakan suatu tindakan apabila ada sesuatu yang membuat ia tertari sehingga secara alamiah orang tersebut akan termotivasi untuk memperolehnya. Dimana pada variabel motivasi seseorang akan mempertimbangkan keuntungan yang akan diperoleh dan berasumsi faktor penghambat timbulnya minat berinvestasi adalah resiko yang akan dihadapi.</p> <p>Perbedaan: Pada penelitian variabel motivasi menggunakan angket pertanyaan mengenai return dan juga resiko berinvestasi sebagai pertimbangannya. Pada penelitian yang akan dilakukan variabel motivasi menggunakan pertanyaan</p>

		berupa seseorang akan termotivasi untuk berinvestasi apabila ada yang membantu mengarahkan dan lingkungan yang mendukung untuk menjadi tolak ukur investasi di pasar modal yang membentuk motivasi untuk melakukan hal yang sama
4.	Ni Nyoman Sri Rahayu Trisna Dewi, dkk (2017)	<p>Judul Penelitian: Modal investsi awal dan persepsi risiko dalam keputusan berinvestasi</p> <p>Tujuan Penelitian: Mengetahui pengaruh persepsi atas risiko (X2) dan modal investasi minimal (X3) terhadap minat berinvestasi di pasar modal (Y)</p> <p>Hasil Penelitian: Persepsi risiko berpengaruh positif terhadap minat dengan koefisien regresi sebesar 0,747 dengan signifikansi sebesar 0,000</p> <p>Persamaan: Menggunakan variabel persepsi atas risiko sebagai faktor yang mempengaruhi minat investasi dimana untuk memperoleh hasil yang tinggi harus disertai dengan risiko yang tinggi pula.</p> <p>Perbedaan: Pada penelitian ini risiko yang dimaksud merupakan risiko positif dimana semakin tinggi risiko yang diterima minat berinvestasi semakin besar dimana sampel pada penelitian ini sudah memiliki pengetahuan yang cukup mengenai pasar modal.</p>
5.	Hermanto (2017)	<p>Judul Penelitian: Perilaku Mahasiswa Ekonomi di Universitas Esa Unggul Dalam Melakukan Investasi Di Pasar Modal</p> <p>Tujuan Penelitian:</p>

		<p>Untuk melihat pengaruh manfaat investasi, edukasi, modal investasi minimum, return, dan motivasi apakah berpengaruh terhadap minat mahasiswa untuk berinvestasi</p>
		<p>Hasil Penelitian: Pada penelitian ini manfaat investasi sebesar 0,006 serta return sebesar 0,000 berpengaruh secara positif terhadap minat investasi dan berpengaruh secara negatif terhadap edukasi sebesar 0,681, modal investasi minimum sebesar 0,364 serta motivasi sebesar 0,381</p>
		<p>Persamaan: Pada penelitian ini variabel motivasi diduga akan mempengaruhi minat investasi apabila mendapatkan dukungan dari lingkungan sekitar.</p>
		<p>Perbedaan: Pada penelitian yang akan dilakukan menekan pada jika tidak ada hal tersebut maka akan menjadi penghambat mahasiswa untuk berinvestasi</p>
6.	Moena Azizah (2016)	<p>Judul Penelitian: Pengaruh pendapatan dan pendidikan nasabah terhadap minat nasabah berinvestasi emas di BSM KC Warung Buncit.</p>
		<p>Hasil Penelitian: Pada penelitian ini pengaruh pendapatan terhadap minat investasi emas secara parsial sebesar 0,150 atau 15%</p>
		<p>Persamaan: Pada penelitian ini, variabel pendapatan merupakan salah satu faktor pendorong seseorang melakukan investasi apabila pendapatan tersebut telah mampu memenuhi kebutuhan sehari-hari serta mampu mengelolah keuangan sehingga timbul cenderung menyisihkan uang setiap</p>

		bulannya
		Perbedaan: Penelitian dilakukan untuk melihat seberapa besar pengaruh persepsi resiko dan pendidikan terhadap investasi emas
7.	Sri Oktarina (2018)	Judul Penelitian: Pengaruh pasar modal (SPM) terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal,
		Tujuan Penelitian: Untuk melihat apakah manfaat investasi, motivasi dan edukasi berpengaruh terhadap minat investasi mahasiswa universitas muhammadiyah Palembang
		Hasil penelitian Ketiga variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi di pasar modal
		Persamaan: Menggunakan variabel motivasi sebagai pengukur pengaruh minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal
		Perbedaan: Penelitian ini berfokus pada sampel yang telah mengikuti sekolah pasar modal (SPM) baik yang telah menjadi investor maupun yang belum menjadi investor.

2.3 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Adapun hipotesis dari penghambat minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal dengan didukung hasil malik (2017), Pajar (2017) dan Dewi, dkk (2017) maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

- H₁ Adanya Persepsi Risiko berpengaruh secara Parsial menghambat minat mahasiswa untuk berinvestasi di pasar modal
- H₂ Adanya Motivasi Investasi berpengaruh secara Parsial menghambat minat mahasiswa untuk berinvestasi di pasar modal
- H₃ Adanya Pendapatan Pribadi berpengaruh secara Parsial menghambat minat mahasiswa untuk berinvestasi di pasar modal
- H₄ Adanya Risiko Investasi, Motivasi Investasi, Pendapatan Pribadi berpengaruh secara simultan menghambat minat mahasiswa untuk berinvestasi di pasar modal.

2.5 Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini menggunakan dua kelompok variabel, yaitu variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen). Variabel bebas (independen) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Sugiono, 2009).

Penelitian ini terdapat 3 variabel bebas, yaitu Persepsi Risiko (X_1), Motivasi Investasi (X_2), Pendapatan Pribadi (X_3). Sedangkan, variabel terikat (dependen) adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas (independen) dimana variabel terikat (dependen) dalam penelitian ini adalah minat mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya Jurusan Administrasi Bisnis yang telah mengikuti seminar pasar modal di tahun 2018 (mahasiswa baru).

Tabel 2.2 Definisi Oprasional Variabel

Variabel	Konsep variabel	Dimensi	Indikator	Sumber
Persepsi Risiko (X_1)	Persepsi risiko investasi pasar modal lebih menekan kepada anggapan atau gambaran negatif mahasiswa mengenai investasi saham di pasar modal	<ul style="list-style-type: none"> - Rasa Takut - Tingkat risiko - Tidak berpengaruh secara langsung 	<ul style="list-style-type: none"> - Adanya risiko tertentu yang harus ditanggung - Mengukur tingkat risiko membantu meminimalisir terjadinya kerugian - Merasa tertantang pada tingkat risiko tinggi dengan return yang juga tinggi - Meskipun tidak berinvestasi, tidak mengganggu laju kehidupan 	Dewi, dkk (2017) Pajar (2017)
Motivasi Investasi (X_2)	Dorongan pada diri seseorang untuk melakukan suatu tindakan yang berikatan dengan investasi.	<ul style="list-style-type: none"> - Dorongan dalam diri - Tolak ukur - Mendapatkan nilai tambahan - Ditandai rekasi untuk mencapai 	<ul style="list-style-type: none"> - Mengerti bahwa berinvestasi merupakan pemilik perusahaan - Lingkungan yang mendorong terjadinya motivasi untuk melakukan hal yang sama - Mampu memberikan keuntungan berupa deviden dan capital gain 	Pajar (2017) Oktariana (2018)

		tujuan	<ul style="list-style-type: none"> - Ingin berinvestasi apabila ada yang membantu dan mengarahkan 	
Pendapatan Pribadi (X3)	faktor yang mempengaruhi konsumen (investor) adalah faktor kepribadian yaitu keadaan ekonomi investor (level pendapatan).	<ul style="list-style-type: none"> - Sumber pendapatan - Kecenderungan mengelolah keuangan - Kondisi ekonomi 	<ul style="list-style-type: none"> - Pendapatan dari orang tua - Memperoleh penghasilan tambahan selain dari orang tua - Cerdas mengelolah kebutuhan dan keinginan - Kondisi ekonomi mendukung untuk melakukan investasi 	Azizah (2016)
Minat Berinvestasi di Pasar Modal (Y)	Bentuk sikap seseorang yang berlangsung terus menerus yang memberikan pola pada perhatian seseorang sehingga membuat dirinya selektif terhadap objek minatnya	<ul style="list-style-type: none"> - Kepercayaan - Keinginan - Motivasi - Keinginan - Ketertarikan 	<ul style="list-style-type: none"> - Berinvestasi merupakan kebutuhan dimasa yang akan datang - Berinvestasi di pasar modal lebih menjanjikan - Pengetahuan tentang investasi dibutuhkan untuk memulai berinvestasi - Mencari informasi lebih lanjut mengenai investasi di pasar modal 	Afrianti (2018)