



The Influence Of Social Media And Education Level On Investment Motivation (Generation Z In Medan City)

Pengaruh Media Sosial Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Motivasi Investasi (Generasi Z Kota Medan)

Rendi Setiawan Purba ¹⁾; Yola Aprilia Sibagariang ²⁾; Tira Syahira ³⁾; Muhammad Ikhsan Harahap ⁴⁾

^{1,2)} Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email: ¹⁾ rendiiiiipurba@gmail.com ;¹⁾ yolaapriliasibagariang03@gmail.com ;²⁾ syahiratira5@gmail.com ;³⁾ m.ikhsan.harahap@uinsu.ac.id

ARTICLE HISTORY

Received [20 Juni 2023]

Revised [30 Juni 2023]

Accepted [15 Juli 2023]

KEYWORDS

Investment, Society, Economy

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Investasi merupakan sektor ekonomi yang sangat menguntungkan untuk membantu perekonomian. Namun, masyarakat Indonesia masih enggan berinvestasi karena kesadaran masyarakat akan pentingnya investasi masih lemah. Oleh karena itu, perlu diketahui faktor apa saja yang dianggap lebih mempengaruhi minat investasi, sehingga hasilnya dapat memperkuat posisi Indonesia dalam persaingan investasi. Dalam penelitian ini dirumuskan masalah apakah media sosial, tingkat Pendidikan berpengaruh secara parsial atau simultan terhadap motivasi investasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh media sosial dan tingkat Pendidikan terhadap motivasi investasi (Generasi z kota Medan). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang mana data diperoleh dari kuesioner yang diisi oleh sampel dari populasi mahasiswa Febi Uinsu . Ini digunakan untuk berteori dan membandingkan interpretasi informasi dari sumber buku, surat kabar, internet, dan literatur tertulis lainnya.

ABSTRACT

Investment is a very profitable economic sector to help the economy. However, Indonesian people are still reluctant to invest because public awareness of the importance of investment is still weak. Therefore, it is necessary to know what factors are considered to have more influence on investment interest, so that the results can strengthen Indonesia's position in investment competition. In this research, the problem is formulated whether social media, education level have a partial or simultaneous effect on investment motivation. The purpose of this study was to determine the effect of social media and education level on investment motivation (Generation z Medan city). This study used a quantitative method in which data were obtained from a questionnaire filled out by a sample of the student population of Febi Uinsu. It is used to theorize and compare interpretations of information from sources in books, newspapers, the internet, and other written literature.

PENDAHULUAN

Generasi Z yang juga dikenal sebagai “digital natives” adalah generasi yang tumbuh dan hidup dengan teknologi digital dan media sosial. Di era digital ini, media sosial telah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari bagi banyak orang, termasuk Gen Z. Media sosial menyediakan platform untuk berinteraksi dengan orang lain, mendapatkan informasi, dan memperluas pandangan tentang berbagai topik, termasuk berinvestasi.

Berinvestasi dapat mendatangkan keuntungan finansial dan merupakan cara untuk mempersiapkan masa depan yang lebih cerah. Namun, literasi investasi di kalangan Gen Z masih menjadi masalah. Banyak dari mereka yang belum memahami konsep berinvestasi dan betapa pentingnya berinvestasi untuk mempersiapkan masa depan finansial mereka.

Oleh karena itu, penelitian ini membahas dampak media sosial dan tingkat Pendidikan terhadap motivasi investasi Gen Z. Kajian teoritis ini membahas beberapa teori terkait untuk memahami dampak media sosial dan tingkat Pendidikan terhadap motivasi investasi Gen Z, bagaimana media sosial dan tingkat Pendidikan dapat meningkatkan motivasi investasi mereka . Kami berharap hasil penelitian ini dapat berkontribusi pada pemahaman yang lebih baik tentang peran media sosial dan tingkat Pendidikan dalam meningkatkan kesadaran motivasi investasi di kalangan Gen Z.

Pendidikan Nasional berfungsi mengembangkan kemampuan dan membentuk watak serta peradaban bangsa yang bermartabat dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa, bertujuan untuk berkembangnya potensi peserta didik agar menjadi manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri, dan menjadi warga negara yang demokrasi serta bertanggung jawab.

Pendidikan merupakan proses sistematis yang melibatkan baik faktor internal maupun eksternal. Faktor internal adalah faktor yang datang dari diri siswa, antara lain minat belajar, motivasi belajar, bakat, dan persepsi, baik persepsi siswa terhadap mata pelajaran maupun terhadap guru pengajar. Selain itu juga ada faktor eksternal, yaitu faktor yang datang dari luar diri siswa, seperti lingkungan belajar,

lingkungan keluarga, latar belakang sosial ekonomi keluarga, dan perhatian orang tua dalam membantu mengatasi kesulitan belajar yang dialami anak.

Tingkat pendidikan merujuk pada tahapan-tahapan dalam sistem pendidikan yang dirancang untuk mengembangkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan individu dalam suatu masyarakat. Pendidikan merupakan proses yang berkelanjutan, dimulai dari tingkat dasar hingga tingkat tinggi, dengan setiap tingkat pendidikan memiliki karakteristik dan tujuan yang berbeda.

Motivasi yaitu proses yang berbaur dengan tindakan psikologis secara sadar untuk memenuhi atau mencapai tujuan-tujuan tertentu. Motivasi juga dapat dinilai dari keinginan atau kemauan seseorang dalam melakukan tindakan guna pencapaian tujuan tertentu. Asal kata motivasi berasal dari bahasa latin yaitu *"movere"* artinya dorongan atau penggerak. Hasibuan (2009) mengatakan bahwa motivasi ialah dinilai sebagai penggerak maupun dorongan yang ditimbulkan dari semangat secara efektif, terintegrasi demi mencapai kepuasan.

LANDASAN TEORI

Teori Uses and Gratifications

Teori ini menjelaskan bahwa individu memilih dan menggunakan media sosial untuk memenuhi kebutuhan spesifiknya. Pengguna media sosial Gen Z dapat menggunakan platform media sosial untuk mendapatkan informasi dan opini dari sumber tepercaya dan untuk membangun hubungan sosial dengan orang-orang yang memiliki minat dan sudut pandang yang sama. Sehingga media sosial dapat berperan dalam meningkatkan kesadaran investasi di kalangan Gen Z, karena merupakan tempat di mana Anda dapat menemukan informasi investasi dan terhubung dengan investor lainnya.

Teori Social Learning

Teori ini menyatakan bahwa individu belajar dari pengalaman orang lain dan lingkungan sekitarnya. Dalam konteks media sosial, pengguna Gen Z dapat belajar tentang investasi melalui pengalaman dan informasi yang dibagikan oleh orang lain di platform media sosial. Mereka juga dapat mempelajari prinsip-prinsip investasi dari influencer dan ahli investasi yang diikuti di media sosial mereka.

Teori Diffusion of Innovations

Teori ini menjelaskan bagaimana inovasi atau gagasan baru menyebar ke seluruh masyarakat. Dalam konteks investasi, media sosial dapat menjadi alat yang ampuh untuk menyebarkan ide dan informasi investasi kepada Generasi Z. Pengguna media sosial dapat berbagi pengetahuan dan pengalaman investasi mereka, membantu mempercepat penyebaran ide dan praktik investasi yang positif dan efektif.

Teori Self-Determination

Teori ini menekankan pentingnya motivasi dan pengendalian diri dalam mempengaruhi perilaku individu. Dalam konteks investasi, media sosial dapat meningkatkan kesadaran dan literasi investasi Gen Z dengan menyediakan akses ke informasi dan sumber daya yang dibutuhkan untuk membuat keputusan investasi yang tepat. Pengguna media sosial merasa lebih berdaya untuk mengambil keputusan investasi karena memiliki akses informasi yang semakin beragam.

Dari keempat teori di atas, dapat disimpulkan bahwa media sosial dapat berperan sebagai sumber informasi dan pembelajaran yang efektif untuk meningkatkan kesadaran dan keterampilan investasi Gen Z. Namun, perlu diingat bahwa kebenaran dan keakuratan informasi yang diperoleh dari media sosial harus dievaluasi, dipertimbangkan dengan hati-hati sebelum menggunakannya sebagai dasar keputusan investasi.

Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan seringkali disamakan dengan jenjang pendidikan karena kedua kata ini memiliki makna yang sama. Jenjang pendidikan adalah tahap pendidikan yang ditetapkan berkelanjutan, yang ditetapkan berdasarkan tingkat perkembangan peserta didik, tingkat kerumitan bahan pengajaran, dan cara penyajian bahan pengajaran Ihsan (2005 : 22). Tingkat pendidikan adalah tahapan pendidikan yang ditetapkan berdasarkan tingkat perkembangan peserta didik, tujuan yang akan dicapai dan kemauan yang dikembangkan. Tingkat pendidikan berpengaruh terhadap perubahan sikap. Tingkat pendidikan yang lebih tinggi akan memudahkan seseorang atau masyarakat untuk menyerap informasi dan mengimplementasikannya dalam perilaku dan gaya hidup sehari-hari. Pendidikan formal membentuk nilai bagi seseorang terutama dalam menerima hal baru (Suhardjo, 2007). Menurut Sikula dalam Mangkunegara (2003:50) "Tingkat pendidikan adalah suatu proses jangka panjang yang menggunakan prosedur sistematis dan terorganisir, yang mana tenaga kerja manajerial mempelajari pengetahuan



konseptual dan teoritis untuk tujuan-tujuan umum”. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 8 tahun 2012.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yaitu pendekatan dalam penelitian yang menggunakan angka dan data numerik untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasikan informasi. Dan data yang diperoleh adalah data primer yang bersumber dari responden kuesioner yang di buat oleh peneliti kepada Generasi Z kota Medan, kemudian dianalisis menggunakan metode regresi linear berganda dan teknik analisis data lainnya, sehingga mendapatkan hasil yang tervalidasi dan konkrit.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas instrumen dalam penelitian ini dilakukan dengan membandingkan nilai Correlated Item-Total Correlation pada setiap butir pertanyaan dengan nilai r tabel Product Moment. Jika nilai Correlated Item-Total Correlation (r hitung) > nilai r tabel dan nilainya positif, maka butir pertanyaan pada setiap variabel penelitian dinyatakan valid. Nilai r tabel 0,3610. didapat dari jumlah responden 10, tingkat signifikansi 5%, maka didapatkan r tabel 0,632 . Setiap butir pernyataan dikatakan valid bila angka korelasi yang diperoleh dari perhitungan lebih besar atau sama dengan r tabel.

Variabel Media Sosial (X1)

No responden	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0,710	0,632	Valid
2	0,774	0,632	Valid
3	0,741	0,632	Valid
4	0,680	0,632	Valid
5	0,743	0,632	Valid
6	0,51	0,632	Valid
7	0,676	0,632	Valid
8	0,644	0,632	Valid
9	0,774	0,632	Valid
10	0,893	0,632	Valid

Variabel Tingkat Pendidikan (X2)

No responden	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0,774	0,632	Valid
2	0,893	0,632	Valid
3	0,986	0,632	Valid
4	0,63	0,632	Valid
5	0,743	0,632	Valid
6	0,744	0,632	Valid
7	0,712	0,632	Valid
8	0,710	0,632	Valid
9	0,774	0,632	Valid
10	0,644	0,632	Valid

Variabel Motivaasi Investasi (Y)

No responden	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0,774	0,632	Valid
2	0,893	0,632	Valid
3	0,986	0,632	Valid
4	0,63	0,632	Valid
5	0,743	0,632	Valid
6	0,744	0,632	Valid
7	0,712	0,632	Valid
8	0,710	0,632	Valid
9	0,774	0,632	Valid
10	0,644	0,632	Valid

Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini untuk menunjukkan tingkat reliabilitas konsistensi internal teknik yang digunakan adalah dengan mengukur koefisien Cronbach' Alpha dengan bantuan program SPSS. . Nilai alpha bervariasi dari 0 – 1, suatu pernyataan dapat dikategorikan reliable jika nilai alpha lebih besar dari 0,60.

Variabel	Alpha Cronbach's	Batas Reliabilitas	keterangan
Media Sosial	0,743	0,60	Reliabel
Tingkat Pendidikan	0,893	0,60	Reliabel
Motivasi Investasi	1	0,60	Reliabel

Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov

Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov adalah salah satu metode statistik yang digunakan untuk menguji apakah suatu sampel data berasal dari distribusi normal. Uji ini didasarkan pada perbandingan antara distribusi empiris (distribusi data yang diamati) dengan distribusi teoritis yang diharapkan, yaitu distribusi normal. Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov mengukur sejauh mana data yang diamati berbeda secara signifikan dari distribusi normal yang diharapkan. Secara umum, uji ini menghasilkan nilai p-Value, yang merupakan probabilitas untuk mendapatkan hasil yang setidaknya seekstrim data yang diamati jika asumsi distribusi normal benar.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		10
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.14439555
Most Extreme Differences	Absolute	.176
	Positive	.176
	Negative	-.121
Test Statistic		.176
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Dasar Pengambilan Keputusan

- Jika nilai **Signifikansi > 0,05**, maka nilai residual berdistribusi normal



- Jika nilai **Signifikansi < 0,05**, maka nilai residual tidak berdistribusi normal

Dari hasil uji normalitas Kolmogorov Smirnov didapat nilai signifikansinya **0,200 > 0,05** artinya data yang diperoleh berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas ini bertujuan untuk menguji apakah didalam model regresi terdapat korelasi antar variabel independennya. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan korelasi antar variabel-variabel bebas yang akan digunakan dalam persamaan regresi. Untuk menguji adanya multikolinieritas ini dapat dilihat pada tolerance value atau Variance Inflation Factors (VIF). Jika nilai tolerance value dibawah 0,10 atau nilai Variance Inflation Factors (VIF) diatas 10 maka terjadi multikolinieritas (Ghozali, 2013).

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardize	t	Sig.	Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	d			Toleranc	e	VIF
				Beta					
1	(Constant)	-2.374	15.553		-.153	.883			
	Media Sosial	.220	.223	.222	.985	.358	.500	2.001	
	Tingkat Pendidikan	.925	.284	.736	3.262	.014	.500	2.001	

a. Dependent Variable: Motivasi Investasi

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa masing-masing variabel mempunyai nilai tolerance lebih besar dari 0,1 dan nilai Variance Inflation Factors(VIF) disekitar angka lebih kecil dari 10. Media Sosial mempunyai nilai tolerance 0,500 dan nilai VIF sebesar 2,001 , Tingkat Pendidikan mempunyai nilai tolerance 0,500 dan nilai VIF sebesar 2,001 . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel independent dalam model regresi

Uji Heterokedastisitas

Dasar Pengambilan Keputusan

- Jika signifikansi > 0,05 maka tidak terjadi heterokedastisitas
- Jika signifikansi < 0,05 maka terjadi heterokedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.447	4.604		.314	.762
	Media Sosial	.222	.066	1.111	3.363	.012
	Tingkat Pendidikan	-.192	.084	-.755	-2.286	.056

a. Dependent Variable: RES2

Berdasarkan tabel diatas hasil tampilan output SPSS dengan jelas menunjukkan bahwa hasil signifikansi Media sosial 0,012 < 0,05 maka dapat disimpulkan Media Sosial terjadi Heterokedastisitas Sedangkan Tingkat Pendidikan hasil signifikansinya 0,056.> 0,05 Jadi dapat disimpulkan bahwa Tingkat Pendidikan tidak mengandung adanya gejala heteroskedastisitas

Uji t

1. Jika nilai sig < 0,05 atau t hitung > t tabel maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y
2. Jika nilai sig > 0,05 atau t hitung < t tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y

t tabel = t (α/2 ; n-k-1) = t (0,025 ; 7) = 2,364

Uji F

1. Jika nilai sig < 0,05, atau F hitung > F tabel maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y
2. Jika nilai sig > 0,05 atau F hitung < F tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y

F tabel = F (k ; n-k) = F (2 ; 8) = 4,46

pengujian hipotesis h1 dan h2 dengan uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.374	15.553		-.153	.883
	Media Sosial	.220	.223	.222	→ .985	→ .358
	Tingkat Pendidikan	.925	.284	.736	→ 3.262	→ .014

a. Dependent Variable: Motivasi Investasi

Pengujian Hipotesis Pertama (H1)

Diketahui nilai Sig untuk pengaruh X1 terhadap Y adalah sebesar **0,358 > 0,05** dan nilai **t hitung 0,985 < t tabel 2,364**, sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh X1 terhadap Y.

Pengujian Hipotesis Kedua (H2)

Diketahui nilai Sig untuk pengaruh X2 terhadap Y adalah sebesar **0,014 < 0,05** dan **t hitung 3,262 > 2,364**, sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yang berarti terdapat pengaruh X2 terhadap Y.

Pengujian Hipotesis H3 Dengan Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	411.015	2	205.507	16.166	.002 ^b
	Residual	88.985	7	12.712		
	Total	500.000	9			

a. Dependent Variable: Motivasi Investasi

b. Predictors: (Constant), Tingkat Pendidikan, Media Sosial

Pengujian Hipotesis Ketiga (H3)

Berdasarkan output diatas diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y adalah sebesar **0,002 < 0,05** dan **nilai F hitung 16,166 > 4,46**, sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima berarti terdapat pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y.



Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (bahasa Inggris: coefficient of determination) adalah suatu ukuran statistik yang digunakan untuk mengukur sejauh mana variabilitas atau variasi dalam satu variabel dapat dijelaskan atau diprediksi oleh variabel lain dalam sebuah model regresi. Koefisien determinasi sering disimbolkan dengan R^2

Koefisien determinasi memiliki rentang nilai antara 0 hingga 1. Nilai 0 menunjukkan bahwa variabel yang dijelaskan tidak dapat diprediksi sama sekali oleh variabel penjelas, sedangkan nilai 1 menunjukkan bahwa variabel yang dijelaskan sepenuhnya dapat diprediksi oleh variabel penjelas. Dalam praktiknya, nilai R^2 yang tinggi menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan cukup baik dalam menjelaskan variasi dalam data.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.907 ^a	→ .822	.771	3.565

a. Predictors: (Constant), Tingkat Pendidikan, Media Sosial

Berdasarkan output diatas diketahui nilai R Square sebesar **0,822**, hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel X1 dan X2 secara simultan terhadap variabel Y adalah sebesar **82,2%**.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Pada penelitian ini media sosial tidak berpengaruh terhadap motivasi investasi pada generasi z.
2. Pada penelitian ini Tingkat pendidikan berpengaruh terhadap motivasi investasi pada generasi z.
3. Pada penelitian ini media sosial dan tingkat pendidikan secara simultan/bersamaan berpengaruh terhadap motivasi investasi pada generasi z.

DAFTAR PUSTAKA

- Anastasya Fauzianti, R. (2022). Pengaruh Modal Awal Investasi, Pengetahuan Investasi, Sosial Media Influencer Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Akuntansi Universitas Tidar: The Effect of Initial Investment Capital, Investment Knowledge, Social Media Influencers on Investment Interest o. *Jurnal Sinar Manajemen*, 26-35.
- Bintoro, E. (2022). Pengaruh Overconfidence Dan Heding Bias Terhadap Keputusan Investasi Saham Pada Masa Pandemi Covid-19 Yang Dimoderasi Oleh Media Sosial. *Media Akuntansi dan Perpajakan Indonesia (MAPI)*, 1-24.
- Chusna, F. (2022, Febuary 27). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Seseorang untuk Melakukan Investasi*. Retrieved from investbro.id: <https://investbro.id/faktor-yang-mempengaruhi-keputusan-investasi/>
- Willms, J. D., & Somers, M. A. (2018). *Educational performance in Canada: Results from the 2009 OECD Programme for International Student Assessment (PISA)*. Council of Ministers of Education, Canada
- Irawan, D. J. (2019, Juni 20). <https://unpar.ac.id/literasi-investasi-era-digital/>. Retrieved from unpar.ac.id: <https://unpar.ac.id/literasi-investasi-era-digital/>
- Muhammad Ikhsan Harahap, D. M. (2021). *Pasar Uang Dan Pasar Modal Syariah*. Medan: Febi Press Uinsu.
- Boyd, D., & Ellison, N. (2007). *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Putu Yolani Mahendrayani, L. S. (2021). Pengaruh Pemahaman Investasi, Penggunaan Teknologi Media. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 294-305.
- shafrani, Y. S. (2017). Pengaruh Motivasi dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Berinvestasi di Pasar Modal. *el-Jizya: Jurnal Ekonomi Islam*, Vol 5 No 1.

- Pratiwi, N. K. (2017). Pengaruh tingkat pendidikan, perhatian orang tua, dan minat belajar siswa terhadap prestasi belajar bahasa indonesia siswa smk kesehatan di kota tangerang. *Pujangga: Jurnal Bahasa dan Sastra*, 1(2), 31.
- Abdul, B., Bambang, S., & Joes, D. (2020). Pengaruh tingkat pendidikan dan pengalaman kerja terhadap kinerja karyawan. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 5(1), 12-20.