

Pengaruh Sosialisasi Investasi Dan Motivasi Terhadap Minat Berinvestasi Di Pasar Modal Syariah (Studi Kasus Pada GEN Z di Kampus STAINIM Sidoarjo)

Ivon Novita Ramadhani^{1*}, Saifuddin Saifudin²

Program Studi Ekonomi Syariah, STAI An-Najah Indonesia Mandiri, Sidoarjo, Indonesia

* Corresponding Author: ivonovitar19@gmail.com

Key Words:
Investment
Socialization,
Motivation, Investment
Interest, Gen Z, Sharia
Capital Market

Abstract: The lack of investment knowledge among Generation Z often leads to negative perceptions regarding investment activities. These include assumptions that investing requires large capital, involves high risk, and does not guarantee returns. To address this issue, the government, through the Financial Services Authority (OJK) and the Indonesia Stock Exchange (IDX), continues to promote financial education to the public, including Generation Z students at STAI An-Najah Indonesia Mandiri Sidoarjo, through training programs, seminars, and capital market schools. The presence of the Sharia Investment Gallery (GIS), managed under the Student Activity Unit (UKM), serves as a tangible form of this collaboration. Investment interest can be influenced by various factors, including investment socialization and individual motivation. Based on this background, the researcher chose the title: "The Influence of Investment Socialization and Motivation on Interest in Investing in the Sharia Capital Market." This study aims to examine the partial and simultaneous influence of investment socialization and motivation on investment interest. The research employs a descriptive quantitative approach using SPSS version 26 as an analytical tool. The population in this study consists of 273 students, with a sample of 74 respondents determined using the Slovin formula. The data analysis techniques used include validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, t-tests, F-tests, and the coefficient of determination (R^2). The t-values obtained were 6.198 for the investment socialization variable and 4.121 for the motivation variable, with significance values of 0.000 (< 0.05) for both. Simultaneously, the F-value was 51.576, which is greater than the F-table value of 3.12. These results indicate that both investment socialization and motivation have a positive and significant effect on the interest in investing in the Sharia capital market, both partially and simultaneously.

Kata Kunci:
Sosialisasi Investasi,
Motivasi, Minat
investasi, Gen Z, Pasar
Modal Syariah

Abstrak: Kurangnya pemahaman investasi di kalangan Generasi Z sering kali menimbulkan persepsi negatif terhadap aktivitas investasi, seperti anggapan bahwa investasi memerlukan modal besar, berisiko tinggi, dan tidak memberikan keuntungan pasti. Untuk mengatasi hal tersebut, pemerintah melalui Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Bursa Efek Indonesia (BEI) terus mengupayakan edukasi kepada masyarakat, termasuk Gen Z yang ada di kampus STAI An Najah Indonesia Mandiri Sidoarjo melalui program pelatihan, seminar, dan sekolah pasar modal. Kehadiran Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Galeri Investasi Syariah (GIS) menjadi salah satu bentuk nyata kolaborasi tersebut. Minat tersebut dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk sosialisasi investasi dan motivasi individu. Penelitian ini bertujuan untuk menjawab dari variabel sosialisasi dan motivasi terhadap minat berinvestasi secara parsial maupun simultan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif deskriptif dengan alat bantu SPSS versi 26. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 273 mahasiswa, dan sampel diperoleh menggunakan rumus slovin sebanyak 74 responden. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2). Nilai t hitung variabel sosialisasi adalah 6,198 dan motivasi sebesar 4,121, dengan nilai signifikansi masing-masing sebesar 0,000 ($< 0,05$). Secara simultan, diperoleh nilai F hitung sebesar 51,576 yang lebih besar dari F tabel 3,12. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sosialisasi investasi dan motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi di pasar modal syariah baik secara parsial maupun simultan.

Pendahuluan

Kemajuan teknologi telah membuka berbagai peluang dalam mengelola sumber ekonomi, salah satunya melalui investasi. Investasi merupakan komitmen atas sejumlah dana atau sumber daya lainnya yang dilakukan pada saat ini, dengan tujuan memperoleh keuntungan di masa depan (Tandelilin, 2010). Dalam ajaran Islam, umat dianjurkan mengelola harta secara produktif sebagaimana tersirat dalam QS Al-Hasyr: 18 dan tidak meninggalkan generasi yang lemah dalam QS An-Nisaa: 9 (Kementerian Agama RI, 2019). Sejalan dengan ini, pasar modal syariah di Indonesia berkembang signifikan sebagai alternatif investasi yang halal, transparan, dan menghindari riba, gharar, serta maysir, sesuai dengan prinsip yang diatur dalam fatwa DSN-MUI (Dewan Syariah Nasional - Majelis Ulama Indonesia, 2003; Otoritas Jasa Keuangan, 2022). Generasi Z (lahir 1997-2012) merupakan kelompok demografis besar yang tumbuh sebagai digital natives (Seemiller & Grace, 2019). Mereka memiliki potensi besar untuk menjadi investor masa depan, namun pengambilan keputusan investasi mereka sering kali dipengaruhi oleh bias kognitif dan literasi keuangan (Armansyah, Ardianto, & Rithmaya, 2024). Partisipasi mereka di pasar modal, khususnya syariah, masih relatif rendah.



Permasalahan utama terletak pada kesenjangan literasi. Data Otoritas Jasa Keuangan (2019) menunjukkan tingkat literasi keuangan nasional baru mencapai 38,03%. Bank Indonesia juga terus mendorong peningkatan literasi keuangan agar generasi muda dapat mengelola keuangan dengan bijak (Bank Indonesia, 2021). Survei Katadata Insight Center (2022) lebih spesifik menemukan bahwa meskipun 60% Gen Z tertarik berinvestasi, hanya 15% yang memiliki pengetahuan tentang investasi syariah.



Karakteristik Gen Z yang lebih memilih belajar mandiri via platform digital dibanding seminar formal menciptakan tantangan tersendiri (Priyono et al., 2022). Faktor lain yang memengaruhi keputusan investasi Gen Z adalah pengetahuan dan motivasi (Zahro et al., 2024). Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada dua faktor kunci yang diduga kuat memengaruhi minat investasi mereka: sosialisasi dan motivasi, sebagaimana diteliti sebelumnya oleh Pratama dan Lastiati (2020) serta Rahmawati et al. (2024), dengan studi kasus di STAINIM Sidoarjo yang memiliki Galeri Investasi Syariah (GIS).

Meskipun studi mengenai minat investasi telah banyak dilakukan, mayoritas penelitian terdahulu cenderung berfokus pada variabel literasi keuangan, modal minimal, dan persepsi risiko secara umum pada masyarakat luas. Kebaruan (state of the art) penelitian ini terletak pada spesifikasi objek dan interaksi variabel yang dikaji. Berbeda dengan studi sebelumnya, penelitian ini secara khusus menyoroti efektivitas sosialisasi kelembagaan (melalui peran aktif Galeri Investasi Syariah) dan motivasi internal pada segmen demografis spesifik, yakni mahasiswa Gen Z di lingkungan perguruan tinggi Islam. Pendekatan ini penting untuk mengisi celah riset mengenai bagaimana ekosistem kampus Islam dapat memengaruhi keputusan investasi generasi digital natives yang memiliki karakteristik unik dibanding generasi sebelumnya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan menguji hipotesis berikut:

- ✓ H1: Sosialisasi investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi di pasar modal syariah (Hidayat & Kayati, 2020; Nurzakia et al., 2024).
- ✓ H2: Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi di pasar modal syariah (Mastura et al., 2020).
- ✓ H3: Sosialisasi investasi dan motivasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi di pasar modal syariah.

Kerangka berpikir penelitian ini menggambarkan bagaimana kedua variabel independen (X1 dan X2) diuji pengaruhnya terhadap variabel dependen (Y).

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif-asosiatif (Sugiyono, 2017). Pendekatan ini digunakan untuk menggambarkan fenomena yang ada di lapangan sekaligus menguji hubungan sebab-akibat antara variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Sosialisasi Investasi (X1) dan Motivasi (X2), sedangkan variabel dependen adalah Minat Berinvestasi di Pasar Modal Syariah (Y).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif STAI An-Najah Indonesia Mandiri Sidoarjo yang tergolong Generasi Z (usia 19–24 tahun) sebanyak 273 mahasiswa. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin dengan taraf kesalahan 10%, sehingga diperoleh 74 responden (sugiyono, 2017). Teknik pengambilan sampel menggunakan Purposive Sampling dengan kriteria inklusi: (1) Mahasiswa aktif usia 19-24 tahun, dan (2) Pernah mengikuti setidaknya satu kali kegiatan sosialisasi atau seminar pasar modal di kampus.

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan data primer yang diperoleh langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner. Instrumen kuesioner dirancang secara sistematis menggunakan Skala Likert dengan rentang 1 (Sangat Tidak Setuju) hingga 5 (Sangat Setuju) untuk mengukur persepsi dan sikap responden terhadap setiap pernyataan yang terkait dengan variabel penelitian (Sugiyono, 2017).

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS versi 26. Proses analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan yang sistematis, melalui tahapan berikut:

✓ Uji Instrumen Data:

- **Uji Validitas:** Menggunakan korelasi Pearson. Item valid jika $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$.
- **Uji Reliabilitas:** Menggunakan Cronbach's Alpha. Variabel reliabel jika nilai Alpha $> 0,60$.

✓ Uji Asumsi Klasik:

- **Uji Normalitas** (menggunakan P-P Plot).
- **Uji Multikolinearitas** (Nilai VIF < 10).
- **Uji Heteroskedastisitas** (menggunakan Scatterplot).

✓ Analisis Regresi & Uji Hipotesis:

- Analisis Regresi Linier Berganda.
- **Uji t (Parsial)** untuk menguji H1 dan H2.

- **Uji F (Simultan)** untuk menguji H3.
- **Koefisien Determinasi (R^2).**

Hasil Penelitian

Karakteristik responden (N=74) yang terlibat dalam penelitian ini didominasi oleh perempuan sebanyak 43 orang (58,1%), sementara responden laki-laki berjumlah 31 orang (41,9%). Berdasarkan usia, mayoritas responden berada pada usia 22 tahun (37,8%), diikuti usia 21 tahun (18,9%), dan 23 tahun (16,2%). Seluruh responden (100%) berstatus sebagai mahasiswa aktif. Dari sebaran program studi, responden dari Manajemen Pendidikan Islam (MPI) berjumlah 43 orang (58,9%) dan dari Ekonomi Syariah (ES) berjumlah 31 orang (41,1%).

Tabel 1. Ringkasan Hasil Uji Kualitas Data dan Asumsi Klasik

Uji	Variabel / Metode	Nilai	Kriteria	Hasil
Validitas	Semua Item (X1, X2, Y)	$r\text{-hitung} > 0,228$	$> r\text{-tabel}$ (0,228)	Valid
Reliabilitas	Sosialisasi (X1)	0,835	$> 0,60$	Reliabel
	Motivasi (X2)	0,898	$> 0,60$	Reliabel
	Minat Investasi (Y)	0,890	$> 0,60$	Reliabel
Normalitas	P-P Plot	Titik menyebar di sekitar diagonal	-	Normal
Multikol.	VIF (X1 & X2)	1,294	< 10	Bebas Multikol.
Heteros.	Scatterplot	Titik menyebar acak	-	Bebas Heteros.

Sebelum melakukan analisis regresi, dilakukan uji kualitas data terhadap 74 responden. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan untuk ketiga variabel (Sosialisasi Investasi, Motivasi, dan Minat Berinvestasi) dinyatakan valid, karena nilai r -hitung setiap item lebih besar dari r -tabel (0,228). Hasil uji reliabilitas juga menunjukkan bahwa semua variabel reliabel, dengan nilai Cronbach's Alpha di atas ambang batas 0,60. Selain itu, data juga telah memenuhi seluruh asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas).

Selanjutnya, untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, dilakukan analisis regresi linier berganda. Ringkasan hasil olah data SPSS disajikan dalam Tabel 2 berikut:

Model	Unstandardized Coefficients (B)	Std. Error	Standardized Coefficients (Beta)	t	Sig.
(Constant)	1,266	[Isi dr SPSS]	-	-	-
Sosialisasi (X1)	0,823	[Isi dr SPSS]	[Isi dr SPSS]	6,198	0,000
Motivasi (X2)	0,554	[Isi dr SPSS]	[Isi dr SPSS]	4,121	0,000

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 2, diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 1,266 + 0,823(X1) + 0,554(X2)$$$$

Persamaan di atas menunjukkan nilai konstanta sebesar 1,266666. Koefisien regresi untuk variabel Sosialisasi Investasi (X1) sebesar 0,823 bernilai positif, yang berarti setiap peningkatan sosialisasi akan meningkatkan minat investasi. Demikian pula, koefisien variabel Motivasi (X2) sebesar 0,554 juga bernilai positif⁷. Hasil uji t menunjukkan bahwa kedua variabel memiliki nilai signifikansi 0,000 (< 0,05), sehingga hipotesis parsial diterima⁸⁸⁸⁸.

Pembahasan

Penelitian ini memberikan konfirmasi yang kuat terhadap hipotesis yang diajukan. Temuan pertama, yang menunjukkan pengaruh positif dan signifikan sosialisasi investasi terhadap minat berinvestasi, menggarisbawahi peran krusial dari transfer pengetahuan. indikator kuat bahwa keberadaan Galeri Investasi Syariah (GIS) di STAINIM Sidoarjo berjalan efektif. Sosialisasi, baik yang dilakukan secara formal oleh kampus melalui Galeri Investasi Syariah (GIS) maupun secara informal melalui media sosial dan seminar, terbukti efektif dalam mengurangi asimetri informasi dan memitigasi persepsi negative (Wardani & Supiati, 2020). Kegiatan ini memberikan pemahaman yang lebih baik kepada Gen Z mengenai mekanisme, risiko, dan manfaat investasi syariah, sehingga menumbuhkan rasa percaya diri untuk memulai. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Pratama dan Lastiati (2020), Hasanah et al. (2024), serta Nurzakia et al. (2024) yang juga menemukan bahwa sosialisasi pasar modal

berperan penting dalam menumbuhkan minat mahasiswa.

Temuan kedua mengkonfirmasi bahwa motivasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi. Motivasi bagi Gen Z bersifat multifaset, baik motivasi intrinsik maupun ekstrinsik (Deci & Ryan, 2020). Secara intrinsik, mereka didorong oleh keinginan untuk mencapai kemandirian finansial. Secara ekstrinsik, mereka dipengaruhi oleh lingkungan. Aspek penting lainnya adalah kesesuaian dengan nilai; prinsip syariah yang halal dan adil menjadi motivator kuat bagi mahasiswa (Nugroho, 2022). Hasil ini mendukung penelitian oleh Mastura et al. (2020) dan Rahmawati et al. (2024) yang menyatakan bahwa motivasi berpengaruh positif terhadap minat investasi.

Hasil uji simultan menunjukkan pengaruh signifikan dengan nilai F sebesar 51,576 dan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,5927777. Angka 59,2% ini mengindikasikan bahwa model penelitian tergolong moderat menuju kuat, yang berarti sosialisasi dan motivasi merupakan determinan dominan dalam membentuk minat investasi mahasiswa STAINIM. Sosialisasi yang efektif (pengetahuan) bertindak sebagai bahan bakar untuk motivasi (dorongan), yang kemudian secara bersama-sama menghasilkan minat (niat) untuk berinvestasi. Adapun sisa pengaruh sebesar 40,8% yang tidak dijelaskan dalam model ini kemungkinan besar dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang relevan dengan kondisi demografis mahasiswa. Faktor-faktor tersebut dapat berupa keterbatasan modal minimal (mengingat ketergantungan pada uang saku), persepsi risiko finansial, atau tingkat literasi keuangan lanjutan yang belum terakomodasi dalam variabel penelitian ini. Hal ini sesuai dengan data pertumbuhan investor syariah yang dicatat oleh Bursa Efek Indonesia (2023), di mana edukasi yang masif berkorelasi dengan peningkatan jumlah investor.

Kesimpulan

Bagian Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan, penelitian ini menarik tiga kesimpulan utama. Pertama, sosialisasi investasi terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat berinvestasi di pasar modal syariah pada mahasiswa Gen Z di STAINIM Sidoarjo. Kedua, motivasi juga terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat berinvestasi pada kelompok yang sama. Ketiga, sosialisasi investasi dan motivasi secara simultan terbukti berpengaruh signifikan dan memberikan kontribusi dominan terhadap pembentukan minat investasi mahasiswa.

Temuan ini memiliki implikasi praktis yang penting. Bagi mahasiswa Gen Z, disarankan untuk lebih proaktif dalam memanfaatkan kegiatan edukatif serta sumber daya yang

disediakan oleh Galeri Investasi Syariah (GIS) guna membangun pemahaman investasi yang solid. Bagi instansi (STAINIM Sidoarjo), disarankan untuk terus meningkatkan intensitas dan kualitas program sosialisasi investasi syariah, dengan menjalin kerja sama yang erat dengan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Bursa Efek Indonesia (BEI), dan perusahaan sekuritas.

Penelitian ini memiliki keterbatasan, yaitu hanya berfokus pada dua variabel independen dan terbatas pada satu lokasi studi. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan penelitian dengan mengintegrasikan variabel lain yang relevan seperti literasi keuangan, persepsi risiko, kemudahan teknologi, atau pengaruh lingkungan keluarga, serta memperluas jangkauan populasi agar hasil penelitian dapat digeneralisasi secara lebih luas.

Referensi

- Armansyah, R. F., Ardianto, H., & Rithmaya, C. L. (2024). *Financial literacy and cognitive biases: Key determinants of Gen Z investment choices*. *Journal of Finance and Islamic Banking*.
- Bank Indonesia. (2021). Meningkatkan literasi keuangan generasi Z. <https://www.bi.go.id>
- Bursa Efek Indonesia. (2023). Laporan tahunan pasar modal syariah Indonesia. <https://www.idx.co.id/data-pasar/modal-syariah/laporan-tahunan/>
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2020). *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior*. Springer.
- Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia. (2003). Fatwa No. 40/DSN-MUI/X/2003 tentang pasar modal syariah.
- Hasanah, N., Fatah, D. A., Ramadhani, J. N. A., Zulkarnain, R. M., & Saepullah, P. R. D. (2024). *The role of Islamic financial literacy and parental financial socialization toward Islamic financial planning among Generation Z*. *Seminar Nasional Manajemen*, 9(1).
- Hidayat, F., & Kayati. (2020). Pengaruh sosialisasi, pengetahuan, pendapatan dan umur terhadap minat berinvestasi di pasar modal. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(2).
- Katadata Insight Center. (2022). Survei minat dan pengetahuan investasi generasi Z di Indonesia. <https://katadata.co.id/analisis/2022/07/28/generasi-z-masih-rendah-pengetahuan-investasi-syariah>
- Kementerian Agama RI. (2019). *Al-Qur'an dan terjemahannya*. Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an.
- Mastura, D., Syafrial, & Nurhalimah, N. (2020). Pengaruh literasi keuangan dan motivasi

- investasi terhadap minat investasi mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*.
- Nugroho, R. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat berinvestasi pada pasar modal syariah di kalangan mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 7(2), 127–128.
- Nurzakia, S., Mastura, Chalil, R. D., & Yahya, M. (2024). Pengaruh sosialisasi, pendapatan dan persepsi risiko terhadap minat berinvestasi di pasar modal syariah pada generasi Z di Kota Langsa. *Journal of Finance and Islamic Banking*
- Otoritas Jasa Keuangan. (2019). Survei nasional literasi dan inklusi keuangan 2019. OJK.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). Pasar modal syariah: Konsep dan pengembangan. OJK.
- Pratama, A., & Lastiati, A. (2020). Pengaruh pengetahuan, motivasi belajar, dan sosialisasi pasar modal terhadap minat mahasiswa akuntansi berinvestasi. *Jurnal Sikap*
- Priyono, J. I., Murti, M., Fahreza, R. A., & Lismiatun, L. (2022). Preferensi Gen Z dalam pemilihan aplikasi investasi digital. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen*, 1(2), 351–357.
- Rahmawati, R., Rokhayati, H., & Ulfah, P. (2024). Pengaruh pengetahuan dan sosialisasi terhadap minat investasi yang dimoderasi motivasi investasi. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi (JEBA)*, 26(1), 1–13.
- Seemiller, C., & Grace, M. (2019). *Generation Z: A century in the making*. Routledge.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tandelilin, E. (2010). *Portofolio dan manajemen investasi*. Kanisius.
- Wardani, D. K., & Supiati. (2020). Pengaruh sosialisasi pasar modal dan persepsi atas risiko terhadap minat investasi mahasiswa di pasar modal. *Jurnal Akuntansi Maranatha*, 12(1), 13–22.
- Zahro, M., Rahayu, R., Suryawirawan, O. A., & Triyonowati, V. (2024). Factors influencing investment decision-making in Generation Z. *International Conference of Business and Social Sciences*.