

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, penelitian ini telah mampu menjawab empat rumusan masalah yang berkaitan dengan pengaruh *social influence*, *financial behaviour*, dan persepsi risiko terhadap minat berinvestasi di pasar saham pada mahasiswa UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon. Kesimpulan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Variabel *social influence* memiliki pengaruh *positif* dan signifikan terhadap minat berinvestasi saham pada mahasiswa UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon, yang ditunjukkan oleh nilai t hitung sebesar 8,504 dengan signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Dengan demikian, hipotesis pertama (H_1) diterima. Nilai koefisien regresi sebesar 0,753 serta beta standar tertinggi ($\beta = 0,660$) dibandingkan variabel lainnya mengindikasikan bahwa *social influence* merupakan faktor dominan dalam membentuk minat investasi mahasiswa.
2. Variabel *financial behaviour* juga terbukti memiliki pengaruh *positif* dan signifikan terhadap minat berinvestasi di pasar saham pada mahasiswa UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon, yang ditunjukkan oleh nilai t hitung sebesar 2,346 dengan tingkat signifikansi 0,021 ($< 0,05$). Dengan demikian, hipotesis kedua (H_2) dinyatakan diterima. Nilai koefisien regresi sebesar 0,212 menunjukkan bahwa peningkatan kualitas perilaku keuangan mahasiswa akan diikuti oleh peningkatan minat berinvestasi secara signifikan.
3. Variabel persepsi risiko tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap minat berinvestasi di pasar saham pada mahasiswa UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t sebesar -0,009 dengan tingkat signifikansi 0,993 yang lebih besar dari 0,05, sehingga hipotesis ketiga (H_3) dinyatakan ditolak. Meskipun sebanyak 71%

responden mengungkapkan kekhawatiran terhadap fluktuasi harga saham, kesadaran terhadap risiko tersebut tidak cukup kuat untuk menghambat minat mereka dalam berinvestasi.

4. Secara simultan variabel *social influence*, *financial behaviour*, dan persepsi risiko memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berinvestasi di pasar saham pada mahasiswa UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon ($F = 49,605$; $\text{Sig.} = 0,000 < 0,05$), sehingga hipotesis keempat (H_4) diterima. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,596 menunjukkan bahwa ketiga variabel independen secara bersama-sama mampu menjelaskan 59,6% variasi minat berinvestasi mahasiswa, yang termasuk dalam kategori pengaruh sedang.

B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan sebelumnya, penelitian ini menghasilkan beberapa implikasi yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Temuan ini mengkonfirmasi bahwa norma sosial yang berkembang di lingkungan kampus meliputi pengaruh teman sebaya, komunitas investasi, keluarga, dan konten influencer di media sosial secara nyata mendorong mahasiswa untuk berminat berinvestasi di pasar saham. Temuan ini sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991) yang menempatkan norma subjektif sebagai determinan utama pembentukan minat berperilaku seseorang.
2. Mahasiswa yang memiliki kebiasaan membuat anggaran, menabung secara konsisten, mengambil keputusan keuangan secara rasional, dan mendisiplinkan pengeluaran terbukti memiliki kesiapan psikologis dan finansial yang lebih tinggi untuk terlibat dalam aktivitas investasi. Temuan ini memperkuat *Behavioral Finance Theory* yang menyatakan bahwa perilaku keuangan yang baik merupakan fondasi praktis bagi pengambilan keputusan investasi yang rasional.
3. Dominasi pengaruh sosial yang kuat dan perilaku keuangan yang *positif* mampu menetralisasi dampak kekhawatiran risiko. Selain itu, aksesibilitas platform investasi digital yang semakin mudah dan terjangkau, serta meningkatnya literasi investasi di kalangan mahasiswa kampus berbasis

digital, turut berperan dalam mereduksi hambatan psikologis akibat persepsi risiko. Temuan ini menunjukkan pola *risk tolerance* yang relatif tinggi pada kelompok mahasiswa muda yang memiliki *investment horizon* jangka panjang.

4. Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan dukungan empiris terhadap relevansi *Theory of Planned Behavior* dan *Behavioral Finance Theory* digunakan untuk menjelaskan perilaku investasi mahasiswa Muslim di lingkungan kampus berbasis digital, di mana faktor sosial, perilaku keuangan, dan persepsi terhadap risiko bekerja secara sinergis membentuk minat berinvestasi. Sisa 40,4% variasi yang belum terjawab mengindikasikan adanya variabel lain seperti literasi keuangan, pengetahuan investasi, motivasi finansial, ekspektasi imbal hasil, dan akses teknologi yang perlu diintegrasikan dalam penelitian lanjutan.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, berikut saran yang relevan dan aplikatif bagi berbagai pihak:

1. Saran bagi Pihak Universitas (UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon)

Mengingat social influence merupakan faktor paling dominan dalam membentuk minat berinvestasi, pihak universitas disarankan untuk:

- a. Membentuk dan mengaktifkan komunitas investor mahasiswa secara formal di tingkat fakultas maupun universitas, termasuk optimalisasi peran Galeri Investasi Kampus sebagai pusat edukasi dan praktik investasi berbasis syariah.
- b. Merancang program mentoring investasi antarmahasiswa (*peer-to-peer investment mentoring*) yang memanfaatkan kekuatan pengaruh sosial teman sebaya untuk mempercepat adopsi perilaku investasi di kalangan mahasiswa.
- c. Mengintegrasikan mata kuliah manajemen keuangan pribadi dan literasi investasi secara lintas program studi, guna memperkuat *financial behaviour* mahasiswa sebagai prasyarat kesiapan berinvestasi.

- d. Memanfaatkan kanal media sosial kampus dan platform digital UIN Siber secara strategis untuk menyebarkan konten literasi keuangan dan edukasi investasi yang relevan, menarik, dan bernilai syariah.
 - e. Menyelenggarakan program edukasi yang menyeimbangkan pemahaman tentang risiko dan potensi imbal hasil investasi saham, agar mahasiswa dapat membentuk persepsi risiko yang realistis dan tidak berlebihan.
2. Saran bagi Otoritas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan

Temuan penelitian ini memiliki implikasi strategis bagi Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Bursa Efek Indonesia (BEI), serta lembaga keuangan syariah dalam menyusun kebijakan dan program yang mendukung peningkatan minat berinvestasi:

- a. Merancang program sosialisasi pasar modal yang berbasis pendekatan komunitas (*community-based approach*) di lingkungan kampus Islam, mengingat kuatnya pengaruh norma sosial terhadap keputusan investasi mahasiswa Muslim.
- b. Mengembangkan kampanye edukasi investasi berbasis media sosial yang memanfaatkan figur influencer mahasiswa (*micro-influencer*) dari kalangan kampus Islam, karena terbukti efektif dalam meningkatkan minat investasi.
- c. Menyederhanakan prosedur pembukaan rekening investasi dan memperluas akses platform investasi digital yang ramah pengguna, terjangkau, dan memiliki fitur produk syariah untuk menjangkau segmen mahasiswa kampus Islam.
- d. Memperkuat program edukasi yang berfokus pada peningkatan financial behaviour mahasiswa seperti kemampuan *budgeting* dan *saving*, dengan mempertimbangkan bahwa kedua variabel ini menunjukkan pengaruh positif yang signifikan terhadap minat berinvestasi.

3. Saran bagi Mahasiswa

- a. Aktif bergabung dalam komunitas investor atau kelompok diskusi investasi di lingkungan kampus maupun media sosial yang informatif dan terpercaya, guna membangun norma sosial *positif* yang mendorong perilaku investasi.
- b. Meningkatkan disiplin pengelolaan keuangan pribadi melalui pembuatan anggaran bulanan, kebiasaan menabung secara konsisten, dan pengambilan keputusan keuangan yang rasional sebagai fondasi kesiapan berinvestasi.
- c. Membangun pemahaman yang realistis terhadap risiko investasi dengan belajar dari sumber-sumber terpercaya, sehingga persepsi risiko tidak menjadi penghalang yang tidak semestinya, namun justru menjadi panduan dalam investasi yang bijak.
- d. Memanfaatkan fasilitas Galeri Investasi Kampus dan program edukasi keuangan yang disediakan universitas sebagai sarana praktik investasi yang aman dan terarah.

4. Saran bagi Penelitian Selanjutnya

- a. Memasukkan literasi keuangan sebagai variabel mediasi dalam model penelitian atau pengetahuan investasi untuk mengungkap mekanisme hubungan antara *social influence*, financial behaviour, dan minat berinvestasi secara lebih mendalam.
- b. Memasukkan variabel moderasi seperti tingkat religiusitas, literasi digital, atau ekspektasi imbal hasil (*expected return*) Untuk mengidentifikasi kondisi batas yang dapat memperkuat maupun memperlemah pengaruh variabel independen terhadap minat berinvestasi di lingkungan kampus Islam.
- c. Memperluas cakupan sampel secara komparatif ke beberapa universitas Islam di berbagai wilayah Indonesia agar temuan memiliki generalisasi yang lebih luas dan representatif.
- d. Menggunakan desain penelitian longitudinal untuk memantau perubahan perilaku investasi mahasiswa dari waktu ke waktu, sehingga

dapat diketahui faktor apa yang konsisten memengaruhi minat investasi pada berbagai tahap studi mahasiswa.

- e. Mengadopsi metode SEM-PLS (*Structural Equation Modeling - Partial Least Squares*) sebagai alternatif metodologi yang mampu menguji model yang lebih kompleks, mencakup efek mediasi dan moderasi secara simultan, sehingga menghasilkan temuan yang lebih mendalam dan komprehensif.
- f. Mengintegrasikan variabel-variabel lain yang diprediksi berkontribusi terhadap sisa 40,4% variasi yang belum dijelaskan dalam model ini, seperti motivasi finansial, akses teknologi platform investasi digital, pengalaman investasi sebelumnya, dan pengaruh kurikulum kampus terhadap minat berinvestasi mahasiswa.
- g. Mengombinasikan pendekatan kuantitatif dengan kualitatif (*mixed methods*) untuk mendapatkan pemahaman yang lebih holistik tentang faktor-faktor yang membentuk minat investasi mahasiswa Muslim, khususnya yang berkaitan dengan dimensi nilai-nilai syariah dan pertimbangan halal-haram dalam pengambilan keputusan investasi.