

**Pengaruh Promosi, Pengetahuan Investasi Dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Investasi
(Studi Kasus Nasabah Atg 5.0)**

**Muhammad Arifullah
Ronny Malavia Mardani
Eris Dianawati**

Arif.hsb182@gmail.com

Universitas Islam Malang

Abstract

This research was conducted on ATG 5.0 customers in Batulicin Regency which is a customer community in Batulicin city who has purchased ATG 5.0 products which is an investment product engaged in forex and gold that uses software that can help and suggest the right time to invest. trading based on pre-programmed instructions. The purpose of this research is to find out whether promotion, investment knowledge and investment motivation have an effect on investment interest. The type of research used is quantitative research with questionnaire distribution method. The sample in this study was 52 respondents and data processing using SPSS computer program. The variable used in this study is Investment Interest (dependent variable), while the independent variables are Promotion, Investment Knowledge and Investment Motivation. This study has met the requirements of validity and reliability. Analysis of the data used in this study is the classical assumption test, multiple linear regression, hypothesis testing and analysis of the coefficient of determination. The results of this study conclude that the variables of Promotion, Investment Knowledge and Investment Motivation have an effect on Investment Interest. For ATG it is necessary to promote through social media platforms so that they can be known by the wider community and complete legality that has not been registered in order to increase investment interest made to customers.

Keywords : *Promotion, Investment Knowledge, Investment Motivation, Investment Interest .*

**Pendahuluan
Latar belakang**

Saat ini hampir seluruh negara dilanda pandemi Covid-19 yang memberikan dampak negatif terhadap berbagai aspek kehidupan. Pandemi Covid-19 juga menuntut kita untuk mengurangi interaksi secara langsung diluar dan melakukan semua kegiatan secara daring. Kegiatan daring ini meliputi Pendidikan, pekerjaan di kantor, transaksi bisnis sampai dengan investasi. Walaupun dampak buruk yang diakibatkan oleh pandemi ini mengakibatkan terhambatnya kegiatan justru meningkatkan jumlah investor pada pasar modal. Hal ini guna untuk mendapatkan keuntungan guna mencukupi kebutuhan sehari-hari tanpa keluar rumah oleh karena itu Promosi, Pengetahuan Investasi dan Motivasi Investasi bisa jadi akan berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk berinvestasi, karena dengan adanya promosi, Pengetahuan Investasi dan Motivasi Investasi akan menimbulkan minat masyarakat dalam berinvestasi

Menurut Khairani (2016) minat dapat diartikan sebagai kehendak, keinginan atau kesukaan. Penelitian ini memberikan bahwa minat sebagai suatu keinginan terhadap sebuah objek dan tentunya setelah timbul minat, maka seseorang akan melakukan aktivitas. Tindakan atau aktivitas yang dilakukan seseorang pada dasarnya untuk memenuhi keinginan terhadap objek yang dianggap menimbulkan minat tersebut.

Menurut Reshita (2015) promosi merupakan suatu bentuk upaya komunikasi antar pemasar dengan konsumen dalam rangka memberitahukan dan mempengaruhi tingkah laku mereka untuk membeli produk atau menggunakan jasa yang ditawarkan. Promosi bisa jadi akan berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk berinvestasi, karena dengan adanya promosi yang menarik akan menimbulkan minat masyarakat dalam berinvestasi

Pengetahuan dasar mengenai investasi merupakan hal sangat penting untuk diketahui oleh calon investor. Kita harus menghindari praktik scam. Hal ini juga bertujuan agar investor terhindar dari praktik judi, budaya ikut-ikutan, penipuan, dan resiko kerugian (Nandiyanto & Al Husaeni, 2021). Diperlukan pengetahuan yang cukup, pengalaman serta naluri bisnis untuk menganalisis efek-efek mana yang akan dibeli dalam melakukan investasi di pasar modal (Halim, 2015). Pengetahuan yang memadai akan cara berinvestasi yang benar amat diperlukan guna menghindari terjadinya kerugian saat berinvestasi di pasar modal syariah, seperti pada instrumen investasi saham.

Koesworo dan Triwijayati (2016) mengungkapkan dalam teori sikap yaitu Theory of Reasoned Action yang dikembangkannya, bahwa adanya keinginan untuk bertindak karena adanya keinginan yang spesifik untuk berperilaku. Ini menunjukkan bahwa niat berperilaku dapat menunjukkan perilaku yang akan dilakukan oleh seseorang. Hal tersebut menunjukkan bahwa seorang yang memiliki minat berinvestasi maka kemungkinan besar dia akan melakukan tindakan- tindakan yang dapat mencapai keinginan mereka untuk berinvestasi

Berdasarkan latar belakang di atas maka dilakukan penelitian dengan judul: **Pengaruh Promosi, Pengetahuan investasi dan Motivasi investasi terhadap Minat Investasi**

Rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana promosi berpengaruh secara parsial terhadap minat investasi ?
2. Bagaimana pengetahuan investasi berpengaruh secara parsial terhadap minat investasi ?
3. Bagaimana motivasi investasi berpengaruh secara parsial terhadap minat investasi ?

Tinjauan Teori Promosi

Menurut Indriyono (2017) bahwa, promosi adalah merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut.

Menurut Kotler dan Keller (2021) indikator-indikator promosi diantaranya adalah:

1. Pesan Promosi
2. Media Promosi
3. Waktu Promosi
4. Frekuensi Promosi

Pengetahuan Investasi

Pengetahuan investasi adalah pengetahuan dasar yang dimiliki untuk melakukan investasi. Ukuran variabel yang digunakan untuk pengetahuan investasi adalah pemahaman tentang kondisi berinvestasi, pengetahuan dasar penilaian saham, tingkat risiko dan tingkat pengembalian (return) investasi (Listyani dkk, 2019).

Adapun indikator Pengetahuan Investasi yaitu:

1. Mengetahui tujuan investasi
2. Mengetahui risiko investasi
3. Mengetahui tingkat keuntungan yang diharapkan
4. Mengetahui tentang pasar modal dan pengetahuan umum lainnya

Motivasi Investasi

Menurut Mastura dkk, (2020) Motivasi investasi adalah sikap dari individu yang memberikan dorongan dan keinginan yang akan dilakukan berkaitan dengan hal hal seputar investasi. Dapat diartikan motivasi investasi adalah dorongan yang dimiliki individu untuk melakukan tindakan yang berkaitan dengan investasi sehingga menimbulkan hasrat dan melakukan investasi dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan di masa yang akan datang.

Menurut Listyani dkk, (2019) terdapat beberapa indikator motivasi, yaitu :

1. Motivasi dimulai dari adanya perubahan energi atau tenaga dalam diri pribadi seseorang
2. Motivasi ditandai dengan timbulnya perasaan yang mengarah tingkah laku seseorang
3. Motivasi ditandai oleh reaksi untuk mencapai tujuan

Minat Investasi

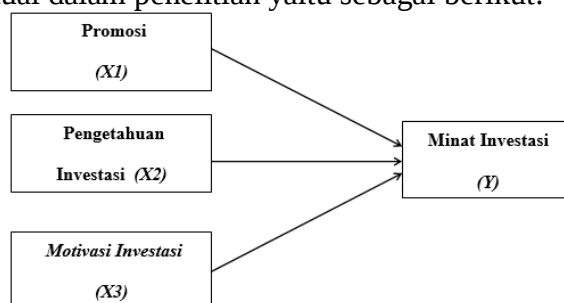
Menurut Khairani (2016) minat dapat diartikan sebagai kehendak, keinginan atau kesukaan. Penelitian ini memberikan bahwa minat sebagai suatu keinginan terhadap sebuah objek dan tentunya setelah timbul minat, maka seseorang akan melakukan aktivitas. Tindakan atau aktivitas yang dilakukan seseorang pada dasarnya untuk memenuhi keinginan terhadap objek yang dianggap menimbulkan minat tersebut.

Adapun indikator minat berinvestasi yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada indikator minat berinvestasi dikemukakan oleh (Kusmawati dkk, 2016), sebagai berikut:

1. Adanya keinginan mencari tahu tentang jenis suatu investasi
2. Mau meluangkan waktu untuk mempelajari lebih jauh tentang investasi
3. Mencoba berinvestasi

Kerangka Konseptual

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di jabarkan diatas, adapun kerangka konseptual dalam penelitian yaitu sebagai berikut:



Keterangan :  Pengaruh secara parsial

Hipotesis

- H1: Promosi berpengaruh secara positif signifikan terhadap minat investasi.
- H2: Pengetahuan Investasi berpengaruh secara positif signifikan terhadap minat investasi
- H3: Motivasi Investasi berpengaruh secara positif signifikan terhadap minat investasi

Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian yang dilakukan menggunakan metode kuantitatif dan menggunakan penelitian yang bersifat asosiatif.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Nasabah ATG 5.0 di Batulicin.

Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan mulai bulan Maret 2022 sampai dengan bulan Juni 2022.

Populasi dan Sampel

Populasi
Populasi dari penelitian ini adalah nasabah ATG 5.0 di Batulicin yang berjumlah 52 orang.

Sampel

Dalam penelitian ini sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah Nasabah ATG 5.0 yang berada di Batulicin Kalimantan Selatan

Definisi Operasional Variabel

1. promosi adalah merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut menjadi senang lalu membeli produk tersebut.
2. Pengetahuan investasi adalah pengetahuan dasar yang dimiliki untuk melakukan investasi. Ukuran variabel yang digunakan untuk pengetahuan investasi adalah pemahaman tentang kondisi berinvestasi, pengetahuan dasar penilaian saham, tingkat risiko dan tingkat pengembalian (return) investasi
3. Motivasi investasi adalah sikap dari individu yang memberikan dorongan dan keinginan yang akan dilakukan berkaitan dengan hal hal seputar investasi..
4. minat dapat diartikan sebagai kehendak, keinginan atau kesukaan. Penelitian ini memberikan bahwa minat sebagai suatu keinginan terhadap sebuah objek dan tentunya setelah timbul minat, maka seseorang akan melakukan aktivitas. Tindakan atau aktivitas yang dilakukan seseorang pada dasarnya untuk memenuhi keinginan terhadap objek yang dianggap menimbulkan minat tersebut.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan tingkat yang tidak signifikan, sehingga dapat

disimpulkan bahwasannya variabel mengenai Promosi (X1) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Minat Investasi (Y)

2. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan tingkat yang signifikan, sehingga dapat disimpulkan bahwasannya variabel mengenai Pengetahuan Investasi (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat investasi (Y)
3. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan tingkat yang tidak signifikan, sehingga dapat disimpulkan bahwasannya variabel mengenai Motivasi Investasi (X3) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Minat Investasi (Y)

Keterbatasan

Penelitian ini terdapat keterbatasan sebagai berikut :

1. Kurangnya pemahaman dari responden terhadap pernyataan dalam kuesioner serta kurangnya sikap kepedulian dan keseriusan responden dalam menjawab semua pernyataan yang ada.
2. Masalah subjektivitas dari responden dapat mengakibatkan hasil penelitian ini rentan terhadap biasnya jawaban responden.

Saran

Adapun saran yang disampaikan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagi peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi minat investasi, seperti literasi keuangan, modal minimal, faktor demografi, teknologi informasi dan lain sebagainya. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut dalam mengkaji variabel promosi, pengetahuan investasi dan motivasi investasi terhadap minat investasi untuk skala yang lebih besar dari sisi sampel maupun jenis perusahaannya.
2. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk memperluas objek penelitian guna untuk memperluas literasi penelitian tentang minat investasi.
3. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan bisa menyebarkan kuesioner secara luring agar bisa menjelaskan ketidakpahaman responden dalam pengisian kuesioner agar penelitian bisa mendapatkan hasil yang maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Halim, A. (2015). *Analisis investasi*.
- Indriyono, G. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Khairani, I. (2016). Pengaruh Earning Per Share (EPS) dan Dividen Per Share terhadap Harga Saham Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2011-2013. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*.
- Koesworo, Y., & Triwijayati, A. (2016). Penerapan Metode Problem based, Experience dan Experiential Learning untuk Meningkatkan Hasil Belajar Mata Kuliah Kewirausahaan. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*,
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid 2*. Kusmawati, S., Sukarmanto, E., & Sofianty, D. (2016). Pengaruh Kualitas Pengungkapan Informasi Laba dan Pelaporan Keuangan Di Internet (Internet Financial Reporting-Ifr) terhadap Respon Pasar Modal (Pada Perusahaan LQ- 45 di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2015). *Prosiding Akuntansi*,
- Listyani, T. T., Rois, M., & Prihati, S. (2019). Analisis pengaruh pengetahuan investasi, pelatihan pasar modal, modal investasi minimal dan persepsi risiko terhadap minat investasi mahasiswa di pasar modal (studi pada PT Phintraco Sekuritas

- Branch Office Semarang). *Jurnal Aktual Akuntansi Keuangan Bisnis Terapan (AKUNBISNIS)*.
- Mastura, A., Nuringwahyu, S., & Zunaida, D. (2020). Pengaruh Motivasi Investasi, Pengetahuan Investasi Dan Teknologi Informasi Terhadap Minat Berinvestasi Di Pasar Modal (Studi Pada Mahasiswa Fia Dan Feb Unisma Yang Sudah Menempuh Mata Kuliah Mengenai Investasi).
- Nandiyanto, A. B. D., & Al Husaeni, D. F. (2021). A bibliometric analysis of materials research in Indonesian journal using VOSviewer. *Journal of Engineering Research*.
- Reshita, R. M. (2015). *Pengaruh Promosi, Lokasi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank BNI di Sidoarjo*. STIE Perbanas Surabaya.