

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR

A. Kajian Teori

1. Minat Investasi

a. Pengertian Minat Investasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) minat diartikan sebagai kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, atau keinginan. Minat merupakan psikologis yang mendorong seseorang untuk memberikan perhatian, menunjukkan ketertarikan, serta terlibat dalam suatu aktivitas tertentu. Minat juga dapat menjadi dorongan yang mengarahkan individu untuk berusaha mencapai sesuatu yang menarik bagi dirinya.¹ Dengan demikian, minat berarti keinginan atau kecenderungan untuk memutuskan sesuatu tanpa dipaksa oleh siapa pun.²

¹ Muhammad Furqon, *Minat Belajar*, 1st edn (Solok: PT MAFY MEDIA LITERASI INDONESIA, 2024), h.5

² Azka Agita Dewi and others, 'Pengaruh Pendidikan Dan Pengetahuan Terhadap Minat Investasi Pada Pasar Modal', *Jurnal Multilingual*, 3.1 (2023), 53-59 (h. 55).

Sedangkan pengertian investasi merupakan tindakan menanamkan sejumlah dana pada saat ini dengan tujuan memperoleh manfaat atau keuntungan di masa depan.³ Sederhananya, investasi yakni mengalokasikan uang sekarang agar nilainya bertambah di masa mendatang. Dalam Islam, investasi dianggap sebagai bentuk upaya untuk memperoleh harta yang dimiliki dan harus dilakukan sesuai dengan prinsip Islam. Islam juga menyarankan dalam aktivitas berinvestasi menuntut seorang investor adanya kesiapan mental serta kematangan dalam mengantisipasi dan mengelola potensi risiko yang muncul.

Sebagaimana dalam Q.S Al-Hasyr ayat 18, Allah berfirman: “Hai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap orang memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat), dan bertakwalah kepada Allah. Sungguh, Allah Maha teliti terhadap apa yang kamu kerjakan.” Ayat ini dapat dijadikan pedoman dalam melakukan investasi untuk mencapai kebahagiaan di dunia dan akhirat, dengan niat yang baik agar bernilai ibadah.⁴

Menurut Sulistyowati yang dikutip dalam penelitian Maulida Ilma A., minat investasi merupakan

³ Sudarmadji, *Buku Ajar Analisis Investasi*, 1st edn (Jakarta Selatan: Tanri Abeng University Press, 2022), h. 1

⁴ Dewi. h. 19

kecenderungan individu untuk tertarik dan terdorong melakukan penanaman modal dengan mengalokasikan dana atau aset yang dimiliki saat ini guna memperoleh keuntungan pada masa yang akan datang.⁵ Sementara itu, *Theory of Reasoned Action* menjelaskan bahwa perilaku individu dalam mengambil suatu keputusan dipengaruhi oleh penilaiannya terhadap tindakan tersebut, baik sebagai sesuatu yang positif maupun negatif, serta adanya pengaruh sosial berupa dukungan atau tekanan dari lingkungan sekitarnya.⁶ Teori ini juga menunjukkan bahwa perilaku dipengaruhi oleh niat individu terhadap tindakan tertentu. Dengan demikian, niat menjadi faktor utama yang memengaruhi munculnya suatu perilaku. Selain didukung oleh *Theory of Reasoned Action*, variabel minat investasi juga dapat dijelaskan melalui *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikemukakan oleh Icek Ajzen sebagai pengembangan dari teori sebelumnya. Teori ini menjelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh faktor-faktor motivasional yang meliputi sikap terhadap perilaku (*attitude toward the behavior*), norma subjektif (*subjective norm*), dan persepsi mengenai kontrol

⁵Maulida Ilma Azzahra, 'Analisis Tingkat Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Dan Minat Investasi Mahasiswa' (Skripsi, Universitas Lambung Mangkurat, 2022), h. 30

⁶Rina Apriliani, *Literasi Keuangan Berbasis Teknologi Digital*, 1st edn (Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi, 2024), h. 43

perilaku (*perceived behavioral control*).⁷ Ketiga faktor tersebut membentuk niat seseorang untuk bertindak, yang selanjutnya menentukan munculnya perilaku, termasuk dalam mengambil keputusan untuk berinvestasi.⁸

Faktor utama dalam *Theory Of Planned Behavior* untuk melakukan suatu perilaku adalah niat individu. Setiap tindakan yang dilakukan individu didorong oleh maksud dan tujuan tertentu yang ingin dicapai. Didalam teori ini dijelaskan bahwa manusia bertindak laku sesuai dengan pertimbangan akal sehat yang mempertimbangkan dampak dari tingkah laku tersebut.⁹ Dalam penelitian ini, *Theory of Planned Behavior* digunakan sebagai landasan untuk menjelaskan terbentuknya minat mahasiswa dalam melakukan investasi saham syariah.

Variabel konten edukasi memiliki keterkaitan dengan komponen sikap (*attitude toward the behavior*) dalam *Theory of Planned Behavior*. Konten edukasi mengenai investasi saham syariah dapat memberikan

⁷ Rina Apriliani, *Literasi Keuangan Berbasis Teknologi Digital*, 1st edn (Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi, 2024), h. 41

⁸ Herman Sjahrudin and others, 'Theory Of Planed Behavior Terhadap Niat Investasi Dengan Literasi Keuangan Sebagai Moderasi', *Edunomika*, 07.02 (2023), h. 3.

⁹ Nadia Asandimitra Siti Mauidhoh S, 'Implementasi Theory of Planned Behavior Dan Risk Tolerance Terhadap Intensi Investasi Peer to Peer Lending', *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8.3 (2020), h. 867.

informasi dan pemahaman kepada mahasiswa mengenai manfaat, risiko, mekanisme, serta kesesuaian investasi dengan prinsip syariah. Informasi yang diperoleh melalui konten edukasi dapat membentuk keyakinan mahasiswa mengenai investasi saham syariah, yang selanjutnya dapat memengaruhi penilaian positif atau negatif terhadap perilaku investasi.

Variabel influencer memiliki keterkaitan dengan komponen norma subjektif (subjective norm) dalam Theory of Planned Behavior. Norma subjektif berkaitan dengan persepsi individu mengenai adanya dukungan atau pengaruh sosial dari pihak yang dianggap penting terhadap suatu perilaku. Dalam konteks penelitian ini, influencer dapat menjadi salah satu sumber pengaruh sosial melalui informasi, pengalaman, pandangan, atau rekomendasi yang disampaikan mengenai investasi saham syariah. Ketika mahasiswa menganggap influencer sebagai sumber yang kredibel dan relevan, informasi yang disampaikan dapat membentuk persepsi mengenai pandangan sosial terhadap investasi saham syariah.

Variabel religiusitas juga memiliki keterkaitan dengan Theory of Planned Behavior, khususnya dalam pembentukan sikap dan norma subjektif. Religiusitas mencerminkan tingkat penghayatan dan penerapan nilai-

nilai agama dalam kehidupan seseorang. Dalam konteks investasi saham syariah, nilai religius yang dimiliki mahasiswa dapat memengaruhi keyakinan dan penilaiannya terhadap investasi, terutama berkaitan dengan kesesuaian aktivitas investasi dengan prinsip-prinsip syariah. Ketika mahasiswa memiliki keyakinan bahwa investasi saham syariah sesuai dengan nilai agama yang dianut, hal tersebut dapat membentuk sikap yang lebih positif terhadap perilaku investasi.

Dengan demikian, konten edukasi, influencer, dan religiusitas tidak diposisikan sebagai komponen langsung dalam Theory of Planned Behavior, melainkan sebagai faktor yang dapat memengaruhi pembentukan keyakinan, sikap, maupun norma yang pada akhirnya berkaitan dengan terbentuknya niat atau minat investasi. Dalam penelitian ini, minat investasi saham syariah dipandang sebagai bentuk behavioral intention, yaitu kecenderungan atau niat mahasiswa untuk melakukan investasi saham syariah. Niat berperilaku dianggap sebagai indikator utama yang dapat memprediksikan tindakan yang akan dilakukan individu.¹⁰ Kesimpulannya, minat investasi merupakan keinginan untuk menginvestasikan uang pada suatu aset dan

¹⁰ Fauziah Noval Jayengsari Reksa, 'Pengaruh Pengetahuan Investasi Dan Motivasi Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal Syariah', *El-Ecosy Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, Vol.01, 02.02 (2021), 165–82.

mempelajari beragam instrumen investasi guna memperoleh profit di masa mendatang.¹¹ Alasan utama berinvestasi yakni untuk menghasilkan uang sehingga investor dapat meningkatkan kesejahteraan kehidupan mereka.

b. Indikator Minat Investasi

Indikator minat investasi merupakan tanda atau ukuran seberapa besar minat dan motivasi seseorang untuk berinvestasi. Indikator ini menunjukkan seberapa besar kemungkinan seseorang untuk berpartisipasi dalam aktivitas investasi, seperti mencari informasi, mengikuti kelas, atau benar-benar berinvestasi. Menurut Nurul Azizah dalam penelitian Rubianti, indikator variabel minat investasi sebagai berikut:

- 1) Keinginan untuk mengetahui berbagai jenis investasi;
- 2) Kesiediaan meluangkan waktu untuk mempelajari investasi;
- 3) Keinginan untuk mencoba melakukan investasi.¹²

¹¹ Puja Lestari, Hendry Saladin, and Oktariansyah, 'Analisis Pengetahuan Investasi , Risiko Investasi Dan Modal Minimal Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal', *Wacana Ekonomi: Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi*, 23.2 (2024), 131–45.

¹² Rubianti Novita Irmawati, 'Pengaruh Modal Investasi Minimum Dan Motivasi Terhadap Minat Investasi Saham Syariah Di Galeri Investasi Saham Syariah IAIN Metro' (Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, 2024). h. 25

c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Investasi

Minat berinvestasi saham syariah dipengaruhi oleh faktor internal (pengetahuan, persepsi risiko, *return* dan religiusitas) dan eksternal (edukasi/sosialisasi, pengaruh media dan teknologi, *influencer*/lingkungan social, dan kondisi ekonomi). Berikut adalah rincian faktor-faktor tersebut:

1) Faktor Internal (dari dalam diri investor)

a) Pengetahuan Investasi

Pengetahuan investasi dapat dipahami sebagai pemahaman dasar yang dimiliki individu dalam menjalankan kegiatan investasi. Pemahaman tersebut berperan sebagai landasan yang memudahkan seseorang dalam membangun kemampuan sehingga dapat mencapai atau melakukan hal yang dinginkannya.¹³

Pemahaman yang memadai mengenai investasi di pasar modal sangat penting untuk mencegah terjadinya kerugian yang signifikan.¹⁴

¹³ Angel Merlyn Pattimahu, 'Pengaruh Pengetahuan Investasi Dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Saham Di Pasar Modal', *Jurnal Administrasi Terapan*, 2.1 (2023), 145.

¹⁴ Anastasya Fauzianti and Retnosari, 'Pengaruh Modal Awal Investasi , Pengetahuan Investasi , Sosial Media Influencer Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Akuntansi Universitas Tidar', *Jurnal Sinar Manajemen*, 9.1 (2022), 27.

b) Persepsi Risiko

Persepsi risiko dapat diartikan sebagai bentuk ketidakpastian yang dihadapi investor ketika mereka tidak mampu memprediksi hasil dari keputusan pembelian atau investasi yang dilakukan. Risiko tersebut merupakan konsekuensi yang mungkin diterima oleh investor sebagai akibat dari aktivitas investasi, yang umumnya berpotensi menimbulkan kerugian.¹⁵ Persepsi terhadap risiko merupakan hasil interaksi sosial dalam memperhitungkan risiko kerugian sebelum mengambil keputusan. Kondisi ini sejalan dengan prinsip dasar investasi, dimana tingkat risiko yang kian tinggi berbanding lurus dengan peluang perolehan keuntungan yang kian besar.¹⁶

c) Return

Dalam aktivitas investasi, keputusan yang diambil investor umumnya didasarkan pada pertimbangan mengenai tingkat keuntungan yang berpotensi diperoleh. Keuntungan (return)

¹⁵ Rudi Prasetyo, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Investor Muslim Untuk Berinvestasi Pada Pasar Modal Syariah : Studi Pada Galeri Investasi' (Skripsi, Universitas Tidar, 2022).

¹⁶ Fitra Cahya Hernanda and Titik Mildawati, 'Pengaruh Pengetahuan Investasi Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Berinvestasi Dalam Pasar Modal Bagi Generasi Milenial Di Kabupaten Bojonegoro', *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 12.12 (2023), 4.

memiliki hubungan yang erat dengan risiko sehingga keduanya merupakan komponen yang tidak dapat dipisahkan dalam setiap bentuk investasi. Secara umum, return dibedakan menjadi dua kategori, yaitu return realisasi (realized return) dan return ekspektasi (expected return). Return realisasi merupakan tingkat keuntungan yang benar-benar telah diperoleh dan dihitung berdasarkan data historis sehingga mencerminkan kinerja investasi pada periode sebelumnya. Sebaliknya, return ekspektasi adalah tingkat keuntungan yang diproyeksikan atau diharapkan akan diterima investor pada masa mendatang. Oleh karena itu, return ekspektasi masih bersifat prediktif karena belum terealisasi, sedangkan return realisasi menunjukkan hasil investasi yang telah terjadi.¹⁷

d) Religiusitas

Religiusitas memiliki peran penting dalam aktivitas investasi karena mendorong investor untuk tidak hanya berorientasi pada keuntungan duniawi, tetapi juga mempertimbangkan nilai-

¹⁷ Rati Lestari, Putri Apria Ningsih, and Kurniyati, 'Pengaruh Literasi Keuangan Dan Return Terhadap Minat Berinvestasi Di Galeri Investasi Syariah FEBI UIN STS Jambi', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2.1 (2024), 471.

nilai spiritual serta tanggung jawab terhadap kehidupan akhirat. Tingkat religiusitas seseorang turut memengaruhi perilakunya, termasuk dalam mengambil keputusan ketika memilih atau menggunakan suatu produk. Dalam konteks investasi, semakin tinggi tingkat religiusitas seorang investor, semakin besar kecenderungannya untuk menjadikan prinsip-prinsip dan etika Islam sebagai landasan dalam proses pengambilan keputusan investasi sehingga aktivitas investasi yang dilakukan tetap sesuai dengan ketentuan syariah.¹⁸

2) Faktor Eksternal (dari luar/lingkungan)

a) Edukasi dan Sosialisasi

Sosialisasi dan edukasi dilakukan oleh dunia pendidikan, baik di tingkat nasional maupun internasional, serta melibatkan lembaga dan individu masyarakat. Di lingkungan kampus, kegiatan sosialisasi edukasi dapat berlangsung secara langsung maupun tidak langsung. Secara langsung, kegiatan tersebut meliputi seminar, lokakarya, pelatihan, simulasi, serta konvensi ditingkat regional,

¹⁸ Riri Putri Dika, Shinta Bella, and Nike Apriyanti, 'Pengaruh Teori TAM , Religiusitas Dan Sikap Terhadap Niat Investor Berinvestasi Pada Saham Syariah Di Indonesia', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9.03 (2023), 3595.

nasional, hingga internasional. Sementara itu, secara tidak langsung, sosialisasi dan edukasi dilakukan melalui media elektronik, cetak, dan *platform online*.¹⁹ Salah satu contohnya konten-koneten edukasi di media sosial (Instagram, Youtube, Tiktok) sebagai media sosialisasi secara tidak langsung.

Edukasi dan sosialisasi tentang pasar modal menjadi faktor penting yang mempengaruhi minat investasi mahasiswa. Melalui edukasi dan sosialisasi tersebut, dapat meningkatkan pemahaman mahasiswa mengenai beragam jenis instrumen investasi di pasar modal, sekaligus mengenalkan berbagai risiko yang mengintai beserta peluang profitabilitas yang mungkin diperoleh.²⁰

b) Pengaruh Media dan Teknologi

Pesatnya transformasi teknologi ikut menjadi faktor pendorong meningkatnya kecenderungan mahasiswa dalam berinvestasi. Kemajuan teknologi digital secara signifikan berkontribusi

¹⁹ Chossy Wiratama and Isra Hayati, 'Pengaruh Sosialisasi Dan Edukasi Terhadap Minat Mahasiswa Melakukan Investasi Di Pasar Modal Syariah', *EKONOM: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 3.2 (2023), h. 114.

²⁰ Mareta Selvia Riswhyuning, Linawati, and Badrus Zaman, 'Pengaruh Edukasi Pasar Modal , Pengetahuan Investasi , Dan Kemampuan Finansial Terhadap Minat Berinvestasi Mahasiswa', *Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi Kewirausahaan*, 5.1 (2025), h. 54.

dalam meningkatkan minat investasi dengan mempermudah aksesibilitas, efisiensi, serta penyebaran informasi yang lebih luas. Pesatnya inovasi teknologi memberikan kemudahan bagi kalangan mahasiswa untuk menjangkau berbagai sumber informasi serta berbagai layanan investasi. Platform investasi digital juga memudahkan individu untuk melakukan investasi sesuai prinsip syariah tanpa perlu mendatangi kantor fisik secara langsung.²¹

c) *Influencer* dan Lingkungan Sosial

Influencer merupakan fenomena yang mampu mendorong individu, khususnya para pengikut di media sosial, untuk tertarik mengenal hingga membeli produk tertentu. *Influencer* dapat berasal dari berbagai kalangan, seperti selebriti, atlet, maupun profesional di bidang tertentu. Selain itu, faktor lingkungan investor juga perlu diperhatikan karena berpengaruh terhadap tingkat kesadaran dalam berinvestasi. Faktor lingkungan ini mencakup kondisi politik, sosial, dan ekonomi suatu negara, serta pengaruh dari lingkungan

²¹ Handry Valentio Saiang and others, 'Pengaruh Influencer Saham Terhadap Minat Investasi Generasi Milenial Pada Pasar Modal', *Jimek : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 05.01 (2022).

terdekat, seperti rekomendasi teman, rekan kerja, dan keluarga.²²

d) Kondisi Ekonomi

Kondisi ekonomi, terutama tingkat inflasi, pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas makroekonomi, menjadi faktor eksternal yang berpengaruh terhadap minat investasi saham syariah. Stabilitas ekonomi mampu meningkatkan kepercayaan investor, sedangkan ketidakpastian, seperti saat pandemi, cenderung menurunkan minat investasi karena adanya kekhawatiran terhadap risiko serta menurunnya daya beli.²³

2. Konten Edukasi

a. Pengertian Konten Edukasi

Konten atau dalam bahasa Inggris disebut “*content*”, menurut KBBI merupakan suatu informasi yang tersedia pada media atau produk elektronik. Konten mencakup berbagai jenis isi dan muatan seperti teks, citra grafis, suara, audio visual, dan dokumen, laporan atau yang lainnya.²⁴ Istilah ini menjadi populer di era

²² Saiang and others.

²³ Resa Komaria and others, ‘Analisis Faktor Internal Dan Eksternal Yang Mempengaruhi Minat Berinvestasi Di Pasar Modal Syariah’, *ULIL ALBAB : Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1.4 (2022), h. 635.

²⁴ Allysa Fadillah Tenkha, ‘Analisis Konten Edukasi Komunitas Pahlawan Sampah Kepada Masyarakat Dalam Menjaga Lingkungan Di Kota Bengkulu’ (Universitas Islam Indonesia, 2024). h. 10

internet yang merujuk pada isi situs web, media sosial, atau *platform digital* lain yang bertujuan sebagai sarana edukasi, hiburan maupun promosi. Secara fungsional, konten digunakan untuk menyampaikan pesan, informasi, atau pengalaman kepada audiens yang dituju. Dalam ranah pemasaran digital, konten berperan sebagai sarana untuk membangun *brand awareness*, meningkatkan interaksi, serta mendorong terjadinya konversi.²⁵

Konten yang beredar di media sosial memiliki beragam bentuk dan jenis, dimana setiap individu biasanya menciptakan dan membagikan kontennya sendiri. Beberapa jenis konten yang umum dijumpai antara lain video, tulisan, gambar, dan berbagai format lainnya.²⁶ Konten edukasi merupakan konten yang bertujuan untuk dapat menambah pengetahuan audiensnya. Konten edukasi memberikan informasi yang bermanfaat yang dapat menambah nilai konten.²⁷

Konten edukasi merupakan bentuk materi atau informasi yang disampaikan melalui berbagai media digital, seperti video, artikel, podcast, atau kursus daring,

²⁵ Zihan Berliana R, 'Apa Itu Konten? Ini Jenis-Jenis Dan Contohnya', *Belajarlagi*, 2025.

²⁶ Izza, 'Pengertian Konten & Jenisnya Untuk Media Sosial Bisnis Anda', *Bigevo*, 2022.

²⁷ Muhammad Iqbal, 'Konten Adalah: Pemahaman Menurut Para Ahli, Jenis, Dan Etika Membuat Konten', *Lindungi Hutan*, July 2022 <<https://lindungihutan.com/blog/pengertian-konten-adalah/>>.

dengan tujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman masyarakat mengenai keuangan, termasuk investasi. Dalam konteks ini, Teori Belajar Sosial (*Social Learning Theory*) yang diperkenalkan oleh Albert Bandura bukunya berjudul *Social Learning Theory* (1977) yang dikutip oleh Keanu et al. menyatakan bahwa individu belajar melalui proses observasi, peniruan, dan penguatan dari lingkungan sosialnya.²⁸ Dalam konteks media digital, konten edukatif di *platform* seperti YouTube, Instagram, atau TikTok dapat menjadi sarana pembelajaran tidak langsung, di mana mahasiswa mengamati perilaku investasi yang positif dan menirunya. Misalnya, konten berupa webinar tentang investasi saham syariah, video penjelasan mengenai analisis risiko reksa dana, atau infografis tentang literasi keuangan dapat membantu mahasiswa memahami konsep investasi dengan lebih baik, mengurangi rasa takut terhadap risiko, serta menumbuhkan minat untuk berinvestasi secara bijak sesuai prinsip syariah.

b. Jenis-Jenis Media Konten Edukasi

Berbagai media dimanfaatkan untuk menyampaikan konten edukasi, seperti blog, video tutorial, webinar, hingga infografis yang menarik dan

²⁸ Keanu Pramudiantoro, Hanifah Maharani, and Bintang Asmaracha Nindiatma, 'Upaya Guru Dalam Mengimplementasi Teori Belajar Sosial Albert Bandura Di Kelas', *Jurnal At-Tarbiyyah: Jurnal Pendidikan Islam*, 11.1 (2025), h. 8.

mudah dipahami. Selain itu, pendekatan storytelling menjadi salah satu teknik yang efektif dalam pemasaran berbasis literasi, karena mampu menyajikan informasi edukatif dalam bentuk narasi yang menarik serta mudah diingat.²⁹ Hal yang terpenting dalam konten edukasi bukanlah panjang atau pendeknya, melainkan tingkat kebermanfaatan, kemudahan dipahami, dan kesesuaiannya dengan audiens. Berikut penjelasan beberapa media penyampaian konten edukasi yang sedang tren antara lain:

- 1) Blog. Blog merupakan jurnal atau catatan online yang terdapat pada sebuah *website* yang memungkinkan individu menyampaikan informasi seperti teks, gambar, maupun video ataupun pengalaman secara digital.³⁰
- 2) Video Tutorial. Video tutorial merupakan salah satu bentuk konten edukasi yang populer karena menyajikan perpaduan visual, audio, dan langkah-langkah praktis, sehingga memudahkan penonton memahami serta mengikuti proses, seperti dalam

²⁹ Devid Saputra and MUbasi, 'Konten Edukasi Sebagai Media Pemasaran Dalam Meningkatkan Literasi Konsumen Di Era Digital', *Inovasi : Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 4.2 (2025), 248.

³⁰ Ahmad Khoirul and others, 'Writing a Blog Script to Promote Instant Cuko as Culi- Nary Innovation from Palembang', *Vivid: Journal of Language and Literature*, 13.1 (2024), 71–77.

pembelajaran memasak, seni, maupun pemrograman.³¹

- 3) Webinar. Webinar merupakan seminar atau presentasi yang diselenggarakan secara daring, sehingga peserta dapat mengikutinya dari mana saja tetap berinteraksi, bertanya, dan berdiskusi dengan pembicara.³² Webinar umumnya dimanfaatkan untuk berbagai keperluan, seperti pelatihan, presentasi produk, konferensi, maupun diskusi panel.³³
- 4) Infografis. Infografis merupakan media visual yang memadukan teks dan elemen grafis untuk menyampaikan informasi secara ringkas dan mudah dipahami. Dengan bantuan grafik, diagram, ikon, gambar, dan warna, data yang kompleks dapat disajikan secara lebih sederhana dan mudah dicerna.³⁴

³¹ Dragin Digital Agency, 'Contoh Konten Edukasi : Membangun Pengetahuan', *Dragin* (Surabaya) <<https://gradin.co.id/contoh-konten-edukasi-menginspirasi-pembelajaran-dan-membangun-pengetahuan/>>.

³² Rich Kevin, 'Webinar : Pengertian, Manfaat, Berbagai Jenis Dan Penting', *Hervent*, 2024 <<https://hervent.co.id/webinar-pengertian-manfaat-berbagai-jenis-dan-penting/>>.

³³ Dealls, 'Apa Itu Webinar? Ketahui Manfaat Dan Perbedaannya Dengan Seminar', *Dealls*, 2024 <<https://dealls.com/pengembangan-karir/webinar-adalah#apa-itu-webinar?>>>.

³⁴ Putu Wahyu Sudewi and others, 'Implementasi Infografis Sebagai Media Dan Pendukung Pembelajaran Bahasa Inggris', *Jurnal ABDINUS : Jurnal Pengabdian Nusantara*, 9.1 (2025), 261 <<https://doi.org/https://doi.org/10.29407/ja.v9i1.23691>>.

- 5) Podcast. Podcast menjadi media yang semakin populer untuk menyebarkan konten edukasi, karena memungkinkan pendengar mengakses percakapan, wawancara, atau ceramah tentang berbagai topik, seperti ilmu pengetahuan, sejarah, bisnis, hingga pengembangan diri.³⁵

c. Indikator Konten Edukasi

Berdasarkan penelitian Shakilla dan Leonard ada beberapa indikator konten edukasi, yakni diukur melalui indikator sebagai berikut:

- 1) Frekuensi, yakni tingkat seberapa sering audiens mengakses informasi melalui media, baik dengan menonton, membaca, maupun mendengar.
- 2) Atensi, yakni tingkat perhatian audiens terhadap konten media, semakin tinggi perhatian maka semakin besar peluang terserap.
- 3) Durasi, yakni lamanya waktu yang dihabiskan audiens untuk mengakses konten di media.³⁶

3. *Influencer*

a. Pengertian *Influencer*

Influencer adalah pengguna media sosial yang mempunyai pengaruh signifikan di media sosial untuk

³⁵ Agency.

³⁶ Shakilla Ghina Savitri and Leonard Dharmawan, 'Pengaruh Konten Edukasi Karier Pada TikTok @ Vmuliana Terhadap Kepercayaan Diri Fresh Graduate Dalam Menghadapi Proses Rekrutmen', *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4.5 (2025), 717–27.

mempromosikan produk atau layanan dari berbagai brand. *Influencer* tidak sekadar didukung oleh basis pengikut yang besar, melainkan juga bisa memengaruhi dan menginspirasi orang lain. ketika mereka merekomendasikan produk di media sosial, pengikut biasanya tertarik untuk membeli dan menggunakan produk tersebut. kolaborasi dengan perusahaan bisa membantu *influencer* memperkuat brand pribadinya, sekaligus meningkatkan penjualan bisnis tersebut.³⁷

Menurut Hariyanti dan Wirapraja, *influencer* didefinisikan sebagai figur publik di jejaring media sosial yang memiliki jangkauan audiens atau basis pengikut dalam jumlah yang cukup besar. Apa yang mereka sampaikan bisa memengaruhi tindakan para pengikutnya. Dalam konteks ini, *influencer* bukan hanya orang yang menyampaikan informasi, tetapi juga bisa menjadi contoh bagi audiensnya, sehingga mampu membentuk cara berpikir dan kebiasaan mereka.³⁸ Maka dari itu, *influencer* dikategorikan sebagai figur publik yang memegang peranan krusial di platform digital,

³⁷ CIMB NIAGA, 'Kenali Apa Itu Influencer, Tugas, Jenis, Dan Tips Memulainya', *Cimbniaga.Co.Id* <[>.](https://www.cimbniaga.co.id/id/inspirasi/gayahidup/influencer-adalah#:~:text=Apa%20Itu%20Influencer?,meningkatkan%20penjualan%20untuk%20bisnis%20tersebut.>)

³⁸ Adhimurti Citra Amalia, 'Influencer : Definisi, Peran & Dampak Positif Dan Negatifnya', *Binus University* (Malang, 2019) <<https://binus.ac.id/malang/2019/01/influencer-definisi-peran-dampak-positif-dan-negatifnya/>>.

seperti YouTuber, TikToker, atau kreator konten lainnya, yang mampu membentuk opini publik melalui promosi produk, ide, maupun gaya hidup termasuk dalam hal investasi.

Beberapa influencer di Indonesia turut berperan dalam memperkenalkan investasi kepada generasi muda melalui media sosial. Salah satu contohnya adalah Felicia Putri Tjiasaka, yang secara aktif membagikan konten edukasi mengenai investasi, saham, reksa dana, dan pengelolaan keuangan melalui berbagai platform digital. Selain itu, terdapat Raditya Dika yang juga dikenal membagikan informasi dan pengalaman mengenai pengelolaan keuangan serta investasi kepada masyarakat, khususnya generasi muda. Kehadiran influencer tersebut dapat menjadi salah satu sumber informasi bagi anak muda dalam mengenal dan memahami investasi, sehingga berpotensi memengaruhi ketertarikan mereka untuk mulai berinvestasi.

Dalam konteks perilaku investasi mahasiswa, pengaruh *influencer* dapat dijelaskan melalui beberapa teori. *Source Credibility Theory* atau Teori Kredibilitas Sumber menjelaskan bahwa tingkat penerimaan dan efektivitas suatu pesan dapat dipengaruhi oleh kredibilitas pihak yang menyampaikan pesan tersebut. Hovland dan Weiss (1951) menjelaskan bahwa sumber

yang memiliki kredibilitas tinggi cenderung lebih mampu memengaruhi penerima pesan karena informasi yang disampaikan lebih mudah dipercaya dan diterima³⁹ Dengan demikian, Ketika *influencer* memiliki pengetahuan dan kemampuan mengenai investasi, dianggap dapat dipercaya dalam menyampaikan informasi, serta mampu menarik perhatian audiens, maka informasi yang disampaikan cenderung lebih mudah diterima oleh mahasiswa. Penerimaan terhadap informasi tersebut selanjutnya dapat mendorong munculnya ketertarikan dan minat mahasiswa untuk melakukan investasi saham syariah. Selain itu, *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikemukakan oleh Ajzen, sebagaimana dijelaskan dalam penelitian Erna dan Yulist, menyatakan bahwa *influencer* memiliki peran dalam membentuk norma subjektif serta sikap sosial yang dapat memengaruhi niat seseorang untuk berinvestasi.⁴⁰ Dalam perspektif teori ini, individu cenderung membentuk niat berperilaku berdasarkan pengaruh dari lingkungan sosial yang dianggap penting. Sebagai contoh, ketika seorang *influencer*

³⁹ Jiseon Han and George Balabanis, 'Meta Analysis of Social Media Influencer Impact: Key Antecedent and Theoretical Foundations', *Wiley Periodicals*, 2023, 1–33 <<https://doi.org/10.1002/mar.21927>>.

⁴⁰ Erna Retna Rahadjeng and Yulist Rima Fiandari, 'The Effect of Attitude, Subjective Norms and Control of Behavior Towards Intention in Share Investment', *Manajemen Bisnis*, 10.2 (2020), h. 18 <<https://doi.org/10.22219/jmb.v10i2.13616>>.

merekomendasikan investasi melalui platform seperti Ajaib, Bibit, atau platform sekuritas lainnya, mahasiswa yang memiliki tingkat kepercayaan tinggi terhadap influencer tersebut akan lebih terdorong untuk mengikuti rekomendasi tersebut. Hal ini terjadi karena adanya pengaruh sosial yang membentuk persepsi dan keyakinan individu terhadap keputusan investasi yang akan diambil.

Bagi mahasiswa, *influencer* sering kali menjadi sumber informasi yang mudah diakses dan dianggap relevan dengan gaya hidup digital mereka. Namun, teori-teori ini juga menyoroti sisi negatifnya, yaitu potensi penyebaran informasi yang tidak akurat atau promosi berlebihan tanpa dasar yang kuat. Hal ini dapat menyebabkan mahasiswa mengambil keputusan investasi yang tidak rasional, sehingga penting bagi mereka untuk tetap kritis dan membedakan antara promosi komersial dan edukasi keuangan yang valid.

b. Indikator *Influencer*

Menurut Terrence A. Shimp, sebagaimana dikutip dalam penelitian Serly Marsha dan Rosmita, efektivitas pemasaran yang memanfaatkan *influencer* dapat diukur menggunakan model TEARS. Model ini terdiri atas lima indikator utama yang digunakan untuk menilai kemampuan seorang *influencer* dalam memengaruhi

audiens. Adapun kelima indikator tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Kepercayaan (*Trustworthiness*), yaitu tingkat kepercayaan terhadap *influencer*;
- 2) Keahlian (*Expertise*), yaitu kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki;
- 3) Daya Tarik Fisik (*Physical Attractiveness*), yaitu penampilan yang menarik;
- 4) Rasa Hormat (*Respect*), yaitu tingkat penghargaan terhadap kualitas dan prestasi individu;
- 5) Kesamaan (*Similarity*), yaitu kesesuaian karakteristik *influencer* dengan audiens.⁴¹

4. Religiusitas

a. Pengertian Religiusitas

Religiusitas merujuk pada keyakinan serta ketaatan terhadap prinsip-prinsip keagamaan yang diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, yang kemudian membentuk sikap dan tindakan individu, termasuk dalam membuat keputusan terkait keuangan dan investasi. Menurut Stark dan Glock, sebagaimana dikutip dalam suatu penelitian, religiusitas merupakan suatu konstruksi yang bersifat multidimensional, yang mencakup aspek pengetahuan, keyakinan, penghayatan, serta perilaku

⁴¹ Serly Marsha Putri and Rosmita, 'Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Sneakerspku9', *Jurnal Administrasi Bisnis Dan Ilmu Sosial*, 2.1 (2024), 86–97.

seseorang dalam menjalankan ajaran agamanya.⁴² Menurut Denny dalam penelitiannya, religiusitas adalah tingkat keimanan seseorang yang tampak melalui keyakinan, pengalaman, dan perilakunya, serta menggambarkan kualitas individu beragama dalam menjalani kehidupan sehari-hari secara baik.⁴³ Individu dengan tingkat religiusitas tinggi cenderung menginvestasikan dananya ke dalam aset keuangan yang memenuhi ketentuan prinsip dan nilai agama yang mereka yakini. Dengan demikian, religiusitas tidak hanya tercermin dari pemahaman terhadap nilai-nilai keagamaan, tetapi juga dari sikap dan tindakan yang mencerminkan pengamalan ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari.

Dalam konteks keuangan syariah, religiusitas mencerminkan sejauh mana individu mematuhi prinsip-prinsip Islam dalam menjalankan aktivitas keuangan dan investasinya. Nilai-nilai tersebut menuntut agar setiap transaksi dilakukan secara halal serta menjauhi praktik yang dilarang, seperti riba (bunga), gharar (ketidakpastian), dan maisir (spekulasi). Dalam konteks investasi saham syariah, religiusitas menjadi dasar moral

⁴² Septiana Nur Annisa Lestari, 'Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Religiusitas Terhadap Minat Investasi Saham Syariah Tinjauan Theory Of Planned Behavior' (Skripsi, Universitas Islam Indonesia, 2024).

⁴³ Denny Najoran, 'Memahami Hubungan Religiusitas Dan Spiritualitas Di Era Milenial', *Educatio Christi*, 1.1 (2020), 64–74.

dan etika yang membimbing investor agar berpartisipasi di pasar modal sesuai dengan prinsip Islam. Peran ini tidak hanya mencerminkan kepatuhan terhadap aturan agama, tetapi juga memengaruhi motivasi serta tujuan investasi yang berlandaskan nilai-nilai keagamaan.

Menurut Dusuki dan Abdullah dalam penelitian Joko Wiyono, yang menyatakan bahwa religiusitas merupakan faktor utama yang menumbuhkan kesadaran dan kepatuhan umat Muslim dalam melaksanakan aktivitas keuangan yang halal dan membawa manfaat.⁴⁴

b. Indikator religiusitas

Menurut Glock dan Stark (1996) yang dikutip oleh Shevia Az-Zahra, dkk. dalam penelitiannya, terdapat lima macam dimensi religiusitas, yaitu:⁴⁵

a. Dimensi Keyakinan (Ideologis)

Dimensi ini mengacu pada harapan-harapan yang dimiliki oleh individu religius yang berpegang kuat pada keyakinan teologis khusus sekaligus membenarkan ajaran-ajaran pokok di dalamnya.

Prinsip ini berkesesuaian dengan hakikat keimanan, yakni cerminan kadar keyakinan individu terhadap

⁴⁴ Joko Wiyono, 'Tinjauan Prinsip Dan Praktik Kontemporer: Menuju Paradigma Manajemen Bisnis Islam Yang Berkelanjutan', *FADZAT: Jurnal Ekonomi Syariah*, 5.2 (2025).

⁴⁵ Shevia Az-zahra Mullachelasari, Suroso, and Anwar Efendi, 'Five Forms of Religiosity Dimensions of Glock and Stark ' s Theory in the Novel Kembara Rindu by Habiburrahman El Shirazy', *International Journal of Multidisciplinary Research and Analysis*, 08.05 (2025), 3029-3033 (h. 3030).

keabsahan dan kebenaran ajaran-ajaran keagamaan yang dianutnya.

b. Dimensi Peribadatan (Ritualistik)

Dimensi ini mencakup pelaksanaan ibadah, tingkat ketaatan, serta berbagai perilaku yang mencerminkan komitmen individu terhadap ajaran agama yang dianutnya. Komitmen tersebut dapat dilihat dari sejauh mana seseorang secara konsisten menjalankan kewajiban dan praktik keagamaan sesuai dengan ketentuan yang diajarkan oleh agamanya.

c. Dimensi Penghayatan (Eksperiensial)

Dimensi ini merujuk pada dampak meliputi dimensi kepercayaan, peribadatan, penghayatan spiritual, serta pemahaman keagamaan individu yang mencerminkan sejauh mana seorang muslim mematuhi perintah agamanya.

d. Dimensi Pengamalan (Konsekuensial)

Dimensi ini menilai tingkat pengaruh ajaran agama terhadap perilaku individu dalam interaksi sosial, seperti sikap saling membantu.

e. Dimensi Pengetahuan Agama (Intelektual)

Dimensi ini menggambarkan tingkat pengetahuan dan pemahaman individu terhadap ajaran agamanya, terutama mengenai nilai-nilai dan ketentuan yang terkandung dalam kitab suci Al-

Qur'an. Semakin baik pemahaman seseorang terhadap ajaran tersebut, semakin tinggi pula tingkat pengetahuan keagamaannya.

5. Saham Syariah

a. Pengertian Saham Syariah

Saham merupakan salah satu instrumen investasi yang banyak diminati dan menjadi pilihan utama para investor di pasar modal. Bagi perusahaan, penerbitan saham merupakan salah satu alternatif untuk memperoleh tambahan modal dari masyarakat. Saham dapat didefinisikan sebagai tanda kepemilikan atau bukti penyertaan modal seseorang maupun suatu lembaga pada sebuah perusahaan. Dengan memiliki saham, investor berhak memperoleh bagian keuntungan perusahaan dalam bentuk dividen, memiliki klaim atas aset perusahaan sesuai dengan porsi kepemilikannya, serta memperoleh hak untuk berpartisipasi dalam Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS).⁴⁶

Saham syari'ah adalah bukti kepemilikan yang dikeluarkan oleh perusahaan (emiten) yang kegiatannya tidak melanggar prinsip syari'ah. Dalam prinsip syari'ah, investor diperbolehkan menginvestasikan modalnya ke dalam perusahaan yang tidak bertentangan dengan nilai-nilai syari'ah, seperti perusahaan yang tidak melakukan

⁴⁶ IDX, 'Saham', *IDX Bursa Efek Indonesia* <<https://www.idx.co.id/id/produk/saham/>>.

perjudian, bunga riba, atau memproduksi barang yang dilarang. Investasi dalam saham syariah bisa dilakukan melalui akad musyarakah atau mudharabah.⁴⁷

b. Indeks Saham Syariah

Indeks saham syariah merupakan indikator statistik yang digunakan untuk menggambarkan pergerakan harga sekelompok saham yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Saham-saham yang tergabung dalam indeks ini telah melalui proses seleksi dan memenuhi kriteria khusus sesuai dengan ketentuan syariah yang berlaku, sehingga dapat dijadikan sebagai acuan dalam memantau kinerja pasar saham syariah. Kehadiran indeks ini dirancang guna membantu para pemodal memperoleh acuan saat menanamkan modal berbasis syariah di pasar saham. Proses penyeleksian saham-saham yang masuk dalam kategori ini berada di bawah kewenangan Otoritas Jasa Keuangan melalui penerbitan Daftar Investasi Syariah. Artinya, Bursa Efek Indonesia tidak menyeleksi sendiri saham-saham Syariah, melainkan menggunakan DES sebagai acuan pilihannya.⁴⁸

⁴⁷ Choirunnisak, 'Saham Syariah; Teori Dan Implementasi', *Islamic Banking: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah*, 4.2 (2019), 67–82.

⁴⁸ IDX Bursa Efek Indonesia, 'Indeks Saham Syariah', *Idx.Co.Id*, 2024 <<https://www.idx.co.id/id/idx-syariah/indeks-saham-syariah>> [accessed 20 December 2025].

Pasar modal Indonesia memiliki beberapa indeks saham syariah yang berfungsi sebagai acuan dalam mengukur kinerja saham-saham yang memenuhi prinsip syariah. Saat ini terdapat lima indeks saham syariah, yaitu Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI), Jakarta Islamic Index (JII), Jakarta Islamic Index 70 (JII70), IDX-MES BUMN 17, dan IDX Sharia Growth (IDXSHAGROW). Masing-masing indeks memiliki karakteristik dan kriteria pemilihan saham yang berbeda sesuai dengan tujuan pembentukannya. Adapun penjelasan mengenai kelima indeks saham syariah tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI), merupakan semua instrumen saham berbasis syariah yang diperdagangkan di BEI dan telah lolos kualifikasi masuk ke dalam Daftar Efek Syariah. Dalam setahun konstituen Indeks Saham Syariah Indonesia diseleksi ulang dua kali dalam setahun yaitu setiap bulan Mei dan November. Maka dari itu terdapat saham syariah yang masuk atau keluar dari perhitungan ISSI.
- 2) *Jakarta Islamic Indeks*, merupakan indeks saham syariah yang beranggotakan 30 saham syariah dengan tingkat likuiditas tertinggi yang tercatat dan diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia. JII

diluncurkan di pasar modal Indonesia pada tanggal 3 Juli 2000. *Review* saham syariah yang menjadi konstituen JII dilakukan sebanyak dua kali dalam setahun, pada bulan Mei dan November, mengikuti jadwal DES oleh OJK.

- 3) *Jakarta Islamic Index 70*, terdiri dari 70 saham syariah yang tercatat paling likuid di Bursa Efek Indonesia. Tidak berbeda dengan ISSI, untuk *review* saham syariah yang nantinya akan menjadi konstituen dilakukan sebanyak dua kali dalam satu tahun yaitu pada bulan Mei dan November. *Review* yang dilakukan mengikuti jadwal review DES oleh OJK.
- 4) *IDX-MES BUMN 17*, 17 saham syariah BUMN atau afiliasinya diukur kinerjanya untuk masuk ke dalam indeks saham syariah ini. Saham syariah tersebut harus memiliki likuiditas yang baik dan kapitalisasi pasar besar dan juga didukung dengan fundamental yang baik. *IDX-MES BUMN 17* adalah kerja sama antara BEI dan Perkumpulan Masyarakat Ekonomi Syariah.
- 5) *IDX Sharia Growth*, Indeks yang dirilis resmi pada 31 Oktober 2022 ini memantau pergerakan harga dari 30 emiten syariah terpilih. Pemilihan saham-saham tersebut di dasarkan pada tingkat likuiditas

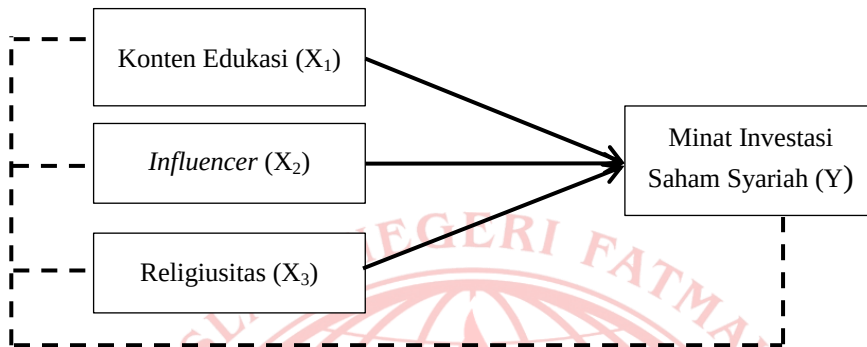
perdagangan yang tinggi, kondisi keuangan yang solid, serta tingkat pertumbuhan pendapatan dan laba bersih yang optimal dibanding harga pasarnya. Penyesuaian daftar saham syariah pada indeks ini dilakukan tiap bulan Mei dan November. Peninjauan setiap enam bulan sekali ini mengacu langsung pada jadwal penerbitan DES oleh Otoritas Jasa Keuangan.⁴⁹

B. Kerangka Berpikir Penelitian

Kerangka berpikir pada penelitian mengenai pengaruh konten edukasi, influencer, dan religiusitas terhadap minat investasi saham syariah mahasiswa disusun berdasarkan hubungan kausal antara variabel independen dan variabel dependen yang akan dianalisis. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keterkaitan sekaligus besarnya dampak yang ditimbulkan oleh setiap variabel terhadap tingkat minat berinvestasi, sehingga bisa memberikan gambaran yang sistematis tentang bagaimana faktor-faktor digital tersebut berkontribusi dalam perkembangan investasi syariah di kalangan generasi muda.

⁴⁹ BIONS, 'Kenali 5 Indeks Saham Syariah, Sebelum Investasi Saham Syariah!', *BNI Sekuritas*, April 2023 <<https://www.bions.id/edukasi/saham/5-indeks-saham-syariah>>.

Gambar 2.1
Kerangka Berpikir Penelitian



Sumber: diolah peneliti

Keterangan:

----- : Berpengaruh secara simultan

—————> : Berpengaruh secara parsial

Dalam penelitian ini, variabel dependennya adalah konten edukasi, *influencer*, dan religiusitas serta variabel dependennya adalah minat investasi. Dengan kata lain pengaruh konten edukasi, *influencer*, dan religiusitas terhadap minat investasi saham syariah.

C. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan dugaan atau ramalan mengenai permasalahan yang diteliti. Hipotesis ini bersifat sementara, maka memerlukan pengujian kebenarannya dengan menggunakan data yang telah diolah dalam analisis statistik.

Apabila dugaan tersebut benar, maka dapat disebut dengan teori.⁵⁰ Berikut beberapa hipotesis yang didapat yaitu:

1. Pengaruh Konten Edukasi terhadap Minat Investasi Saham Syariah Mahasiswa

Kehadiran media sosial tidak luput dari kehidupan mahasiswa zaman sekarang. *Platform* ini dapat menjadi sarana berbagi informasi, diskusi hingga promosi karya yang disajikan dalam bentuk konten, salah satunya yakni konten edukasi. Sebagaimana yang dipaparkan oleh Feby Nada yang berjudul “Pengaruh *Influencer*, Konten Media Sosial Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Generasi Z Muslim Dalam Berinvestasi Saham Syariah Dengan Perilaku Syariah Sebagai Variabel Moderasi”, menunjukkan bahwa konten media sosial memberikan dampak positif dan signifikan terhadap peningkatan minat generasi Z Muslim untuk mengalokasikan dananya pada saham berbasis syariah.⁵¹ Dalam riset yang berjudul “Pengaruh Psikologi Investasi, Media Sosial Dan Perilaku Terencana Terhadap Minat Investasi Pasar Modal Syariah” oleh Afriana Dewi, juga menunjukkan bahwa media sosial

⁵⁰ Hamdani and Halimatus Sa’diyah, ‘Konsep Dasar Penyusunan Hipotesis Dan Kajian Teori Dalam Penelitian’, *Journal of Linguistics and Social Studies*, 2.2 (2025), 64-73 (h. 67).

⁵¹ IslamyFeby Nada Islamy, ‘Pengaruh *Influencer*, Konten Media Sosial, Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Generasi Z Muslim Dalam Berinvestasi Saham Syariah Dengan Perilaku Syariah Sebagai Variabel Moderasi’ (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2023).

mempengaruhi minat mahasiswa untuk berinvestasi di pasar modal syariah.⁵² Maka hipotesisnya dapat diringkas:

H₁ : Konten edukasi berpengaruh terhadap minat investasi saham syariah mahasiswa.

2. Pengaruh *Influencer* terhadap Minat Investasi Saham Syariah Mahasiswa

Kehadiran *influencer* di platform media sosial, seperti Instagram, Youtube, Tiktok dan *platform* lainnya memungkinkan mereka untuk mempengaruhi pendapat, perilaku, keputusan dalam pembelian suatu produk. Contohnya seperti pembelian suatu produk di pasar modal syariah seperti saham syariah. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Feby Nada Islamy yang bertajuk “Pengaruh *Influencer*, Konten Media Sosial dan Literasi Keuangan terhadap Minat Generasi Z Muslim dalam Berinvestasi Saham Syariah dengan Perilaku Syariah sebagai Variabel Moderasi” Hasil kajian ini membuktikan bahwa *influencer* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat investasi saham syariah di kalangan Gen Z Muslim.⁵³

Dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh *Social Media Influencer* dan Pengetahuan Keuangan Terhadap Minat

⁵² Dewi.

⁵³ IslamyFeby Nada Islamy, ‘Pengaruh *Influencer*, Konten Media Sosial, Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Generasi Z Muslim Dalam Berinvestasi Saham Syariah Dengan Perilaku Syariah Sebagai Variabel Moderasi’ (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2023).

Investasi Mahasiswa di Pasar Modal” yang dilakukan oleh Intan Mutmainah Harun dkk, menunjukkan bahwa *influencer* keuangan berpengaruh signifikan terhadap minat investasi artinya keberadaan *influencer* mampu memotivasi dan menarik perhatian mahasiswa untuk berinvestasi di pasar modal.⁵⁴ Maka spekulasi tersebut dapat dimaknai:

H₂ : *Influencer* berpengaruh terhadap minat investasi saham syariah mahasiswa.

3. Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Investasi Saham Syariah Mahasiswa

Religiusitas cenderung pada mahasiswa yang mencari investasi yang terjamin kehalalannya serta selaras dengan kaidah-kaidah syariah, seperti halnya instrumen saham berbasis syariah yang menghindari riba, gharar, dan maysir, sehingga mendorong mereka untuk berinvestasi di pasar modal syariah. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Rais dkk, menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi saham syariah pada generasi Z.⁵⁵ Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Anisa Dewi Arismaya yang menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap minat investasi di pasar modal syariah.⁵⁶ Sedangkan

⁵⁴ Harun, Monoarfa, and Dungga.

⁵⁵ Rais, Khairi, and Hidayat.

⁵⁶ Anisa Dewi Arismaya, ‘Literasi Keuangan, Persepsi Risiko, Dan Religiusitas Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal Syariah’, *FINANCIAL: Jurnal Akuntansi*, 10.2 (2024), h. 128.

penelitian yang dilakukan oleh Septiana Nur Annisa Lestari, yang menyatakan bahwa religiusitas tidak memiliki pengaruh terhadap minat investasi saham syariah.⁵⁷ Dari penjelasan diatas, maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

H₃ : Religiusitas berpengaruh terhadap minat investasi saham syariah mahasiswa.

4. Pengaruh Konten Edukasi, *Influencer* dan Religiusitas terhadap Minat Investasi Saham Syariah Mahasiswa

Seperti yang telah diuraikan sebelumnya, terdapat hubungan yang saling memengaruhi antara minat investasi saham berbasis syariah dengan tiap-tiap variabel yang diteliti.

H₄ : Konten edukasi, *influencer* dan religiusitas secara simultan berpengaruh terhadap minat investasi saham syariah mahasiswa.

⁵⁷ Septiana Nur Annisa Lestari, 'Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Religiusitas Terhadap Minat Investasi Saham Syariah Tinjauan Theory Of Planned Behavior (Studi Pada Alumni FEBI UINSI Samarinda 2014-2016)', Universitas Islam Indonesia, 2024.