

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan yang signifikan dalam berbagai aktivitas ekonomi dan keuangan masyarakat, termasuk dalam aktivitas investasi. Perubahan tersebut terlihat dari semakin mudahnya masyarakat memperoleh informasi keuangan, mengenal berbagai instrumen investasi, membuka rekening investasi, hingga melakukan transaksi melalui perangkat digital. Investasi yang sebelumnya cenderung membutuhkan akses melalui lembaga keuangan dan proses administratif yang relatif panjang, kini dapat dilakukan dengan dukungan teknologi yang semakin mudah dijangkau. Perkembangan tersebut menunjukkan bahwa investasi tidak lagi menjadi aktivitas yang hanya dapat dilakukan oleh kelompok masyarakat tertentu yang memiliki akses informasi dan pengetahuan keuangan yang tinggi, tetapi telah menjadi aktivitas yang semakin terbuka bagi masyarakat luas. Kondisi tersebut pada akhirnya turut mendorong perubahan karakteristik investor di Indonesia, khususnya dengan semakin besarnya keterlibatan kelompok usia muda dalam pasar modal. Perkembangan tersebut dapat dilihat dari pertumbuhan jumlah investor pasar modal Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat bahwa pada akhir 2025 jumlah investor di pasar modal Indonesia telah mencapai sekitar 20,2 juta Single Investor Identification (SID), setelah bertambah sekitar 5,34 juta investor baru sepanjang tahun tersebut. Hal yang menarik adalah sekitar 79% investor tersebut berasal dari kelompok generasi berusia di bawah 40 tahun. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa generasi muda telah menjadi bagian penting dalam perkembangan basis investor domestik dan bukan lagi sekadar kelompok yang menjadi sasaran edukasi investasi. Bahkan, perkembangan tersebut terus berlanjut pada 2026. Hingga Juli 2026, jumlah investor pasar modal domestik telah mencapai 30,06 juta investor, atau tumbuh 47,63%

secara year-to-date. Pertumbuhan tersebut memperlihatkan bahwa akses masyarakat terhadap aktivitas investasi semakin luas dan perkembangan investor muda menjadi bagian penting dari perubahan struktur investor di Indonesia (OJK, 2025; OJK, 2026).

Meningkatnya keterlibatan generasi muda dalam investasi tidak dapat dilepaskan dari karakteristik kehidupan mereka yang sangat dekat dengan teknologi digital. Generasi muda tumbuh dalam lingkungan yang memungkinkan informasi diperoleh secara cepat melalui internet dan berbagai platform digital. Salah satu media yang memiliki peran besar dalam penyebaran informasi tersebut adalah media sosial. Berdasarkan data yang disampaikan Kementerian Komunikasi dan Digital, pengguna internet di Indonesia pada 2025 mencapai sekitar 229,4 juta jiwa atau 80,66% dari populasi, dan lebih dari 140 juta di antaranya merupakan pengguna internet yang aktif berinteraksi di media sosial (Kementerian Komunikasi dan Digital, 2025). Besarnya jumlah pengguna tersebut menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi bagian penting dari kehidupan masyarakat Indonesia. Dalam konteks keuangan, kondisi tersebut menciptakan perubahan dalam cara masyarakat memperoleh informasi mengenai investasi karena informasi mengenai produk dan aktivitas investasi dapat muncul dalam berbagai bentuk konten digital. Dengan demikian, semakin besarnya basis investor muda berlangsung bersamaan dengan semakin luasnya lingkungan digital yang dapat memengaruhi cara mereka memperoleh informasi dan membentuk pertimbangan investasi.

Media sosial kemudian berkembang bukan hanya sebagai sarana komunikasi dan hiburan, tetapi juga sebagai salah satu sumber informasi mengenai ekonomi dan investasi. Berbagai informasi mengenai saham, reksa dana, sukuk, emas, pasar modal, serta strategi investasi dapat ditemukan melalui berbagai platform media sosial. Kemudahan tersebut memberikan keuntungan karena calon investor dapat memperoleh informasi tanpa harus selalu bergantung pada sumber informasi konvensional. Namun, perkembangan tersebut juga membawa persoalan karena tidak seluruh

informasi yang tersedia di media sosial memiliki kualitas dan tingkat kredibilitas yang sama. Informasi investasi dapat disampaikan oleh lembaga resmi, praktisi, investor, influencer, komunitas, maupun pengguna biasa dengan tingkat kompetensi dan kepentingan yang berbeda. Oleh karena itu, meningkatnya penggunaan media sosial sebagai sumber informasi investasi tidak hanya memperluas akses informasi, tetapi juga meningkatkan kebutuhan masyarakat untuk mampu menilai kredibilitas informasi yang diterimanya. Hal tersebut menjadi penting karena keputusan investasi merupakan keputusan yang memiliki konsekuensi finansial sehingga informasi yang menjadi dasar keputusan seharusnya dapat dipertanggungjawabkan.

Persoalan mengenai kualitas informasi digital juga didukung oleh perkembangan literasi digital masyarakat Indonesia. Kementerian Komunikasi dan Digital melalui Indeks Masyarakat Digital Indonesia 2025 menunjukkan bahwa meskipun kemampuan masyarakat dalam menggunakan media sosial sudah relatif baik, masih terdapat tantangan dalam kemampuan mengevaluasi informasi digital. Sebanyak 30,3% responden dinyatakan belum mampu memastikan kredibilitas sumber informasi di media digital, sedangkan 28,8% belum mampu memverifikasi kebenaran informasi yang diperoleh secara daring (Kementerian Komunikasi dan Digital, 2025). Data tersebut memang tidak secara khusus mengukur informasi investasi, tetapi menunjukkan adanya persoalan yang lebih luas dalam ekosistem digital, yaitu kemampuan pengguna dalam menilai kredibilitas dan kebenaran informasi yang diterima. Apabila kondisi tersebut dikaitkan dengan informasi investasi yang beredar di media sosial, maka muncul persoalan mengenai sejauh mana mahasiswa mampu membedakan informasi investasi yang bersifat edukatif dan dapat dipercaya dengan informasi yang hanya mengikuti tren atau bertujuan menarik perhatian. Oleh karena itu, media sosial menjadi penting untuk dikaji bukan hanya karena tingginya penggunaannya, tetapi karena media tersebut dapat menjadi bagian dari proses pembentukan keputusan investasi.

Fenomena tersebut semakin relevan karena keputusan investasi tidak hanya terbentuk dari informasi yang diperoleh, tetapi juga dari pengaruh sosial

yang muncul dalam lingkungan digital. Konten investasi yang memperoleh banyak perhatian, rekomendasi dari figur tertentu, pengalaman keuntungan yang dibagikan oleh investor, maupun tren instrumen tertentu dapat membentuk persepsi seseorang terhadap investasi. Dalam kondisi tertentu, individu dapat terdorong mengambil keputusan bukan semata-mata karena telah melakukan analisis terhadap suatu instrumen, tetapi karena adanya dorongan untuk mengikuti keputusan orang lain atau kekhawatiran tertinggal dari suatu tren investasi. (Fitriyani et al., 2024) mengaitkan fenomena Fear of Missing Out (FOMO) dengan perilaku investasi, sedangkan (Salaming et al., 2025) menunjukkan adanya hubungan antara media sosial dan pengambilan keputusan investasi generasi muda. (Waro et al., 2025) juga menempatkan media sosial sebagai salah satu faktor yang relevan dalam keputusan investasi di pasar modal syariah pada kalangan mahasiswa. Dengan demikian, tingginya penggunaan media sosial menciptakan peluang sekaligus tantangan: media sosial dapat memperluas akses edukasi investasi, tetapi pada saat yang sama dapat membentuk keputusan berdasarkan informasi dan pengaruh sosial yang belum tentu dipahami secara memadai. Selain perubahan pada sumber informasi, perkembangan teknologi juga telah mengubah cara masyarakat merealisasikan keputusan investasinya. Pertumbuhan jumlah investor tidak terlepas dari semakin berkembangnya layanan investasi berbasis digital yang memungkinkan masyarakat melakukan berbagai aktivitas investasi melalui aplikasi. Platform investasi menyediakan fasilitas untuk membuka akses terhadap produk investasi, memperoleh informasi, memantau perkembangan investasi, melakukan analisis, serta melaksanakan transaksi. Kemudahan tersebut dapat mengurangi hambatan teknis yang sebelumnya mungkin menjadi salah satu alasan seseorang tidak melakukan investasi. (Wardana et al., 2024) menjelaskan bahwa perkembangan teknologi dan investment platform dapat mendukung partisipasi generasi muda dalam pasar modal syariah karena mampu mengurangi hambatan teknis dan psikologis dalam berinvestasi. Dengan demikian, apabila media sosial berperan dalam memperluas informasi dan membentuk ketertarikan terhadap investasi,

platform investasi menyediakan sarana yang memungkinkan ketertarikan tersebut diwujudkan dalam bentuk keputusan dan tindakan investasi.

Platform investasi juga semakin berkembang seiring dengan transformasi digital dalam industri pasar modal. Penggunaan teknologi membuat proses investasi menjadi lebih praktis karena investor dapat mengakses informasi dan melakukan transaksi melalui perangkat yang digunakan sehari-hari. Platform investasi tidak hanya menyediakan fasilitas transaksi, tetapi juga berbagai fitur seperti informasi produk, grafik harga, laporan kinerja, analisis, edukasi, notifikasi, dan fitur lainnya yang dapat membantu pengguna dalam mengambil keputusan. (Tahir & Danarsari, 2023) menjelaskan bahwa penggunaan platform investasi berbasis aplikasi dapat memengaruhi proses pengambilan keputusan investor karena desain dan fitur aplikasi dapat membentuk persepsi serta perilaku investor. Hal tersebut menunjukkan bahwa keputusan investasi dalam lingkungan digital tidak hanya berkaitan dengan instrumen yang dipilih, tetapi juga dengan pengalaman pengguna dalam memanfaatkan teknologi yang tersedia. Semakin mudah suatu platform digunakan dan semakin besar manfaat yang dirasakan, semakin rendah hambatan teknis seseorang dalam melakukan investasi. Namun, kemudahan tersebut sekaligus menimbulkan pertanyaan mengenai apakah semakin mudahnya transaksi investasi juga diikuti oleh semakin baiknya kualitas keputusan yang diambil.

Pertanyaan tersebut penting karena kemudahan melakukan transaksi tidak selalu identik dengan kemampuan memahami investasi. Seseorang dapat membuka aplikasi investasi, memilih produk, dan melakukan transaksi dengan relatif mudah, tetapi keputusan tersebut tetap membutuhkan pemahaman mengenai karakteristik instrumen, risiko, return, tujuan investasi, serta mekanisme transaksi. Apabila kemudahan teknologi tidak diikuti oleh pengetahuan yang memadai, terdapat kemungkinan bahwa keputusan investasi lebih banyak didasarkan pada informasi yang sedang populer, rekomendasi pihak lain, atau kemudahan penggunaan aplikasi. Dengan demikian, perkembangan teknologi investasi perlu diimbangi dengan kemampuan

individu untuk memahami dan mengevaluasi informasi yang diterimanya. Kondisi tersebut menjadikan pengetahuan sebagai aspek penting dalam menjelaskan keputusan investasi. Hubungan antara perkembangan teknologi dan kebutuhan pengetahuan juga didukung oleh (Sunita et al., 2024) yang menunjukkan pentingnya literasi keuangan dan penggunaan aplikasi investasi dalam konteks aktivitas investasi generasi muda.

Kebutuhan terhadap pengetahuan tersebut menjadi semakin penting apabila keputusan investasi ditempatkan dalam konteks pasar modal syariah. Pasar modal syariah merupakan bagian dari sistem pasar modal yang kegiatan dan instrumennya harus sesuai dengan prinsip syariah. Oleh karena itu, investor yang memilih instrumen syariah tidak hanya perlu mempertimbangkan potensi keuntungan dan risiko, tetapi juga memahami karakteristik instrumen serta prinsip yang menjadi dasar kegiatan investasi. Pengetahuan mengenai pasar modal syariah mencakup pemahaman terhadap konsep pasar modal syariah, instrumen seperti saham syariah, sukuk, dan reksa dana syariah, prinsip dan ketentuan syariah, mekanisme transaksi, serta pertimbangan risiko dan return. (Malkan et al., 2021) menunjukkan bahwa pengetahuan mengenai pasar modal syariah berpengaruh positif terhadap perilaku investasi pada pasar modal syariah. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengetahuan dapat menjadi dasar penting bagi seseorang untuk menentukan pilihan investasi yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga mempertimbangkan kesesuaian dengan prinsip syariah.

Urgensi pengetahuan keuangan syariah juga terlihat dari kondisi literasi dan inklusi keuangan masyarakat Indonesia. Hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2026 yang dilakukan OJK, LPS, dan BPS menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan nasional mencapai 69,57%, sedangkan indeks inklusi keuangan mencapai 93,61%. Meskipun secara umum indeks tersebut menunjukkan perkembangan positif, terdapat perbedaan yang cukup besar pada aspek keuangan syariah. Indeks literasi keuangan syariah tercatat sebesar 43,07%, sedangkan indeks inklusi keuangan syariah hanya mencapai 13,24%. Artinya, pemahaman masyarakat mengenai keuangan

syariah masih jauh lebih rendah dibandingkan tingkat akses terhadap layanan keuangan secara keseluruhan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa peningkatan akses terhadap produk dan layanan keuangan tidak selalu berjalan seiring dengan peningkatan pemahaman masyarakat mengenai keuangan syariah (OJK, LPS, & BPS, 2026).

Kondisi tersebut menjadi semakin relevan ketika melihat kelompok pelajar dan mahasiswa. Dalam SNLIK 2026, kelompok pelajar/mahasiswa termasuk kelompok dengan indeks literasi keuangan yang relatif rendah, yaitu sebesar 62,72%, dibandingkan dengan kelompok pegawai/profesional yang mencapai 85,12% dan pensiunan/purnawirawan sebesar 85,15%. Pada saat yang sama, indeks inklusi keuangan kelompok pelajar/mahasiswa tercatat sebesar 92,76%. Data tersebut memperlihatkan adanya kondisi yang menarik, yaitu akses atau penggunaan layanan keuangan pada kelompok pelajar dan mahasiswa sudah relatif tinggi, tetapi tingkat literasi keuangannya masih lebih rendah. Dengan kata lain, terdapat kondisi ketika seseorang dapat memiliki akses terhadap layanan keuangan tanpa selalu memiliki tingkat pemahaman yang sama tinggi mengenai produk dan layanan tersebut. Kondisi ini memperkuat alasan pentingnya mengkaji pengetahuan dalam kaitannya dengan keputusan investasi mahasiswa, terutama ketika keputusan tersebut dilakukan melalui teknologi digital dan berkaitan dengan instrumen syariah.

Fenomena tersebut memiliki relevansi khusus bagi mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Sebagai perguruan tinggi Islam, UIN Sunan Gunung Djati Bandung memiliki karakteristik akademik yang mengintegrasikan ilmu pengetahuan dengan nilai-nilai keislaman. Lingkungan tersebut memberikan konteks yang berbeda ketika keputusan investasi mahasiswa dikaji karena investasi tidak hanya dapat dilihat dari aspek keuntungan dan risiko, tetapi juga dari kesesuaian dengan prinsip syariah. Di sisi lain, mahasiswa merupakan kelompok yang dekat dengan teknologi digital dan media sosial sehingga memiliki akses yang luas terhadap informasi investasi dan berbagai platform investasi. Berdasarkan data PDDikti yang digunakan dalam penelitian ini, UIN Sunan Gunung Djati Bandung

memiliki sekitar 29.502 mahasiswa aktif. Besarnya populasi tersebut menunjukkan bahwa universitas ini memiliki kelompok mahasiswa yang cukup besar untuk dikaji dalam konteks perubahan perilaku keuangan dan investasi pada era digital.

Pemilihan mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung dengan demikian tidak semata-mata didasarkan pada pertimbangan lokasi penelitian, tetapi juga pada karakteristik objek yang sesuai dengan fenomena yang dikaji. Mahasiswa berada pada kelompok usia yang dekat dengan perkembangan teknologi digital, memiliki akses terhadap media sosial, dan berpotensi menggunakan platform investasi. Pada saat yang sama, mereka berada dalam lingkungan perguruan tinggi yang memiliki karakteristik keislaman sehingga pengetahuan mengenai pasar modal syariah menjadi relevan untuk dipertimbangkan. Kondisi tersebut menciptakan pertemuan antara tiga fenomena utama, yaitu perkembangan informasi digital melalui media sosial, kemudahan investasi melalui platform digital, dan kebutuhan pengetahuan mengenai pasar modal syariah. Pertemuan ketiga fenomena tersebut kemudian mengarah pada persoalan yang lebih spesifik, yaitu bagaimana mahasiswa membentuk keputusan investasinya ketika informasi, teknologi, dan pengetahuan berada dalam satu lingkungan yang sama.

Secara konseptual, media sosial, platform investasi, dan pengetahuan pasar modal syariah memiliki fungsi yang berbeda dalam proses pengambilan keputusan investasi. Media sosial dapat menjadi sumber informasi dan lingkungan sosial yang membentuk persepsi mahasiswa terhadap investasi. Platform investasi dapat menjadi sarana yang memudahkan mahasiswa mengakses informasi, memilih produk, dan melakukan transaksi. Sementara itu, pengetahuan pasar modal syariah dapat membantu mahasiswa memahami informasi tersebut, menilai karakteristik dan risiko instrumen, serta mempertimbangkan kesesuaian investasi dengan prinsip syariah. Dengan demikian, keputusan investasi dapat dipandang sebagai hasil dari proses yang melibatkan informasi, teknologi, dan kemampuan individu. Ketiga faktor tersebut tidak harus dipahami sebagai faktor yang berdiri sendiri, tetapi sebagai

aspek yang dapat saling melengkapi dalam proses pembentukan keputusan investasi mahasiswa.

Hubungan tersebut juga dapat dijelaskan melalui teori yang mendasari penelitian. Theory of Planned Behavior menjelaskan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan perceived behavioral control. Dalam konteks investasi, media sosial dapat berperan dalam membentuk sikap dan norma subjektif melalui informasi, pengalaman, serta interaksi sosial yang diterima mahasiswa. Technology Acceptance Model menjelaskan bahwa penerimaan terhadap teknologi dipengaruhi oleh persepsi mengenai kemudahan penggunaan dan manfaat yang diperoleh. Teori tersebut relevan dalam menjelaskan mengapa platform investasi yang mudah digunakan dan dianggap bermanfaat dapat mendorong seseorang untuk memanfaatkannya dalam aktivitas investasi. Sementara itu, Financial Literacy Theory menjelaskan bahwa pengetahuan dan kemampuan keuangan diperlukan agar individu dapat membuat keputusan keuangan yang lebih tepat. Dalam konteks pasar modal syariah, pengetahuan tersebut tidak hanya mencakup aspek finansial, tetapi juga pemahaman mengenai prinsip syariah yang menjadi dasar pemilihan instrumen investasi. Integrasi ketiga perspektif tersebut memberikan dasar teoritis bahwa keputusan investasi mahasiswa dapat terbentuk melalui aspek sosial-informasi, teknologi, dan pengetahuan.

Penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa masing-masing faktor tersebut memiliki hubungan dengan aktivitas maupun keputusan investasi. (Pratama et al., 2023) menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi mahasiswa. (Wardana et al., 2024) mengkaji financial literacy dan investment platform dalam kaitannya dengan minat berinvestasi pada pasar modal syariah generasi milenial. (Sunita et al., 2024) menunjukkan pentingnya literasi keuangan dan penggunaan aplikasi investasi dalam aktivitas investasi generasi muda. (Rochmah et al., 2026) juga menemukan bahwa financial literacy dan digital trading platform berpengaruh terhadap keputusan investasi Generasi Z. Sementara itu, (Waro et al., 2025) mengkaji pengaruh media sosial dan pengetahuan keuangan terhadap

keputusan investasi di pasar modal syariah pada kalangan mahasiswa. Penelitian-penelitian tersebut memperlihatkan bahwa informasi digital, teknologi investasi, dan pengetahuan keuangan merupakan aspek yang relevan dalam kajian keputusan investasi.

Meskipun demikian, penelitian terdahulu masih menunjukkan perbedaan dalam penggunaan variabel, objek, dan konteks penelitian. Sebagian penelitian mengkaji media sosial sebagai faktor yang memengaruhi keputusan investasi, sebagian menempatkan platform investasi sebagai faktor yang berkaitan dengan minat atau keputusan investasi, sementara penelitian lainnya menggunakan literasi keuangan sebagai faktor yang menjelaskan perilaku investasi. Selain itu, penelitian mengenai investasi syariah memiliki fokus yang lebih spesifik karena mempertimbangkan aspek kepatuhan terhadap prinsip syariah. Kondisi tersebut membuka ruang untuk mengembangkan penelitian yang tidak hanya melihat media sosial, platform investasi, atau pengetahuan secara terpisah, tetapi mengintegrasikan ketiga faktor tersebut dalam satu model untuk menjelaskan keputusan investasi mahasiswa. Terlebih lagi, penelitian dengan konteks mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung menjadi relevan karena objek tersebut berada dalam lingkungan perguruan tinggi Islam yang memiliki karakteristik berbeda dengan generasi muda secara umum.

Berdasarkan keseluruhan fenomena tersebut, terdapat kondisi yang menarik untuk dikaji. Di satu sisi, jumlah investor Indonesia terus mengalami peningkatan dan sebagian besar investor berasal dari kelompok usia muda. Di sisi lain, akses terhadap informasi investasi melalui media sosial semakin luas dan platform digital membuat proses investasi semakin mudah. Namun, peningkatan akses tersebut berlangsung bersamaan dengan adanya persoalan mengenai kemampuan masyarakat dalam mengevaluasi informasi digital serta kesenjangan antara inklusi dan literasi keuangan, khususnya pada kelompok mahasiswa dan dalam konteks keuangan syariah. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kemudahan akses terhadap investasi belum tentu secara otomatis menghasilkan keputusan investasi yang berkualitas. Oleh karena itu,

diperlukan penelitian yang dapat menjelaskan apakah keputusan investasi mahasiswa dipengaruhi oleh informasi dan pengaruh sosial melalui media sosial, kemudahan teknologi melalui platform investasi, serta kemampuan memahami pasar modal syariah.

Dengan demikian, pemilihan media sosial, platform investasi, dan pengetahuan pasar modal syariah sebagai variabel independen memiliki dasar fenomena dan teoritis yang saling berkaitan. Media sosial merepresentasikan perubahan sumber informasi dan lingkungan sosial mahasiswa, platform investasi merepresentasikan perkembangan teknologi yang mempermudah akses dan transaksi investasi, sedangkan pengetahuan pasar modal syariah merepresentasikan kemampuan mahasiswa dalam memahami investasi berdasarkan aspek finansial dan prinsip syariah. Ketiga faktor tersebut kemudian diarahkan untuk menjelaskan keputusan investasi sebagai bentuk keputusan nyata dalam menentukan pilihan dan tindakan investasi. Penelitian ini menjadi penting karena perkembangan investasi digital seharusnya tidak hanya diikuti oleh peningkatan jumlah investor, tetapi juga oleh kemampuan investor muda dalam mengambil keputusan yang didasarkan pada informasi yang tepat, pemanfaatan teknologi yang bijak, serta pemahaman yang memadai mengenai prinsip investasi syariah.

Berdasarkan uraian fenomena, data, landasan teoritis, dan kesenjangan penelitian tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh media sosial, platform investasi, dan pengetahuan pasar modal syariah terhadap keputusan investasi mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris mengenai faktor-faktor yang berperan dalam pembentukan keputusan investasi mahasiswa pada era digital, khususnya ketika keputusan tersebut berada pada pertemuan antara derasnya informasi media sosial, kemudahan platform investasi, dan kebutuhan akan pemahaman pasar modal syariah. Dengan demikian, penelitian ini mengambil judul “Pengaruh Media Sosial, Platform Investasi dan Pengetahuan Pasar Modal Syariah terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Perkembangan media sosial sebagai sumber informasi investasi memberikan kemudahan bagi mahasiswa dalam memperoleh berbagai informasi mengenai investasi, tetapi keberagaman dan kualitas informasi yang beredar dapat memengaruhi proses mahasiswa dalam menentukan keputusan investasi.
2. Perkembangan platform investasi digital memberikan kemudahan bagi mahasiswa dalam memperoleh informasi dan melakukan transaksi investasi, tetapi kemudahan penggunaan platform belum tentu diikuti dengan keputusan investasi yang tepat dan didasarkan pada pertimbangan yang memadai.
3. Keputusan investasi pada pasar modal syariah tidak hanya membutuhkan pertimbangan mengenai keuntungan dan risiko, tetapi juga membutuhkan pengetahuan mengenai konsep, instrumen, prinsip, dan mekanisme pasar modal syariah.
4. Perkembangan media sosial, kemudahan platform investasi, dan pengetahuan pasar modal syariah merupakan faktor yang secara teoritis dan empiris dapat berkaitan dengan proses pengambilan keputusan investasi mahasiswa, tetapi pengaruh ketiga faktor tersebut secara bersama-sama dalam konteks mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung masih perlu dibuktikan secara empiris.
5. Penelitian terdahulu telah mengkaji media sosial, platform investasi, serta literasi atau pengetahuan keuangan dalam kaitannya dengan aktivitas investasi, tetapi masih terdapat ruang penelitian untuk menguji media sosial, platform investasi, dan pengetahuan pasar modal syariah secara bersama-sama terhadap keputusan investasi mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan, penelitian ini perlu diberikan batasan agar pembahasan lebih terarah dan sesuai dengan tujuan penelitian. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dibatasi pada tiga variabel independen, yaitu media sosial (X1), platform investasi (X2), dan pengetahuan pasar modal syariah (X3), serta satu variabel dependen yaitu keputusan investasi (Y). Penelitian tidak membahas faktor-faktor lain di luar variabel tersebut yang mungkin memengaruhi keputusan investasi mahasiswa.
2. Media sosial (X1) dalam penelitian ini dibatasi pada penggunaan media sosial yang berkaitan dengan aktivitas informasi investasi, meliputi paparan, pencarian, interaksi, kepercayaan terhadap informasi, serta pemanfaatan informasi investasi yang diperoleh melalui media sosial. Penelitian tidak membahas penggunaan media sosial untuk aktivitas di luar konteks investasi.
3. Platform investasi (X2) dalam penelitian ini dibatasi pada persepsi mahasiswa terhadap penggunaan platform investasi digital yang berkaitan dengan manfaat yang dirasakan (*perceived usefulness*), kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), sikap terhadap penggunaan (*attitude toward using*), dan kecenderungan atau niat menggunakan platform (*behavioral intention to use*).
4. Pengetahuan pasar modal syariah (X3) dalam penelitian ini dibatasi pada pemahaman mahasiswa mengenai konsep pasar modal syariah, instrumen investasi syariah, prinsip dan ketentuan syariah, mekanisme transaksi, serta pemahaman mengenai risiko dan return investasi syariah.
5. Keputusan investasi (Y) dibatasi pada keputusan mahasiswa dalam menentukan pilihan investasi, kesiapan menempatkan dana, konsistensi atau keberlanjutan dalam melakukan investasi, pertimbangan risiko dan return, serta pertimbangan kesesuaian investasi dengan prinsip syariah. Subjek penelitian dibatasi pada mahasiswa aktif Universitas Islam Negeri

Sunan Gunung Djati Bandung yang memenuhi kriteria responden penelitian.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya, maka didapatkan rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Seberapa besar pengaruh media sosial terhadap keputusan investasi mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung?
2. Seberapa besar pengaruh platform investasi terhadap keputusan investasi mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung?
3. Seberapa besar pengaruh pengetahuan pasar modal syariah terhadap keputusan investasi mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung?
4. Seberapa besar pengaruh media sosial, platform investasi, dan pengetahuan pasar modal syariah secara simultan terhadap keputusan investasi mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Menguji pengaruh media sosial terhadap keputusan investasi mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
2. Menguji pengaruh platform investasi terhadap keputusan investasi mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
3. Menguji pengaruh pengetahuan pasar modal syariah terhadap keputusan investasi mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
4. Menguji pengaruh simultan ketiga variabel (media sosial, platform investasi, dan pengetahuan pasar modal syariah) terhadap keputusan investasi mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

F. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dirumuskan, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini memperluas khazanah ilmu pengetahuan di bidang keuangan syariah dan perilaku investasi dengan mengembangkan model yang mengintegrasikan media sosial, platform investasi, dan pengetahuan pasar modal syariah. Hasil penelitian memberikan bukti empiris baru mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan investasi mahasiswa, sehingga dapat menjadi rujukan teori dan penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini memberikan masukan bagi pemangku kepentingan terkait, seperti universitas dan regulator pasar modal, dalam merancang program literasi keuangan syariah berbasis media sosial yang efektif. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi panduan bagi pengembang platform investasi dan aplikasi keuangan untuk meningkatkan kualitas, fitur, keamanan dan keandalan platform investasi.

