



**PENGARUH PROMOSI, PENGETAHUAN INVESTASI DAN MOTIVASI**

**INVESTASI TERHADAP MINAT INVESTASI**

**(Studi Kasus pada Nasabah ATG 5.0 )**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

Muhammad Arifullah

21801081196



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

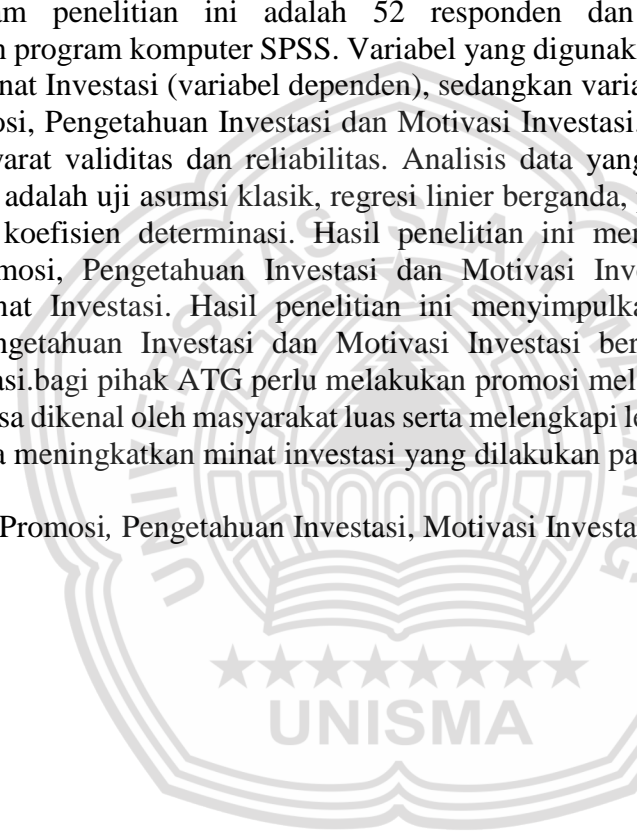
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**2022**

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada Nasabah ATG 5.0 di Kabupaten Batulicin yang merupakan sebuah komunitas nasabah yang berada di kota Batulicin yang sudah membeli produk ATG 5.0 yang dimana sebuah produk investasi yang bergerak di bidang *forex* dan emas yang menggunakan *software* yang dapat membantu dan menyarankan waktu yang tepat untuk *trading* berdasarkan instruksi yang telah diprogramkan. Tujuan penelitian untuk mengetahui apakah Promosi, Pengetahuan Investasi dan Motivasi Investasi berpengaruh pada Minat Investasi. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan metode penyebaran kuesioner. Sampel dalam penelitian ini adalah 52 responden dan pengolahan data menggunakan program komputer SPSS. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Minat Investasi (variabel dependen), sedangkan variabel independennya adalah Promosi, Pengetahuan Investasi dan Motivasi Investasi. Penelitian ini telah memenuhi syarat validitas dan reliabilitas. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji asumsi klasik, regresi linier berganda, pengujian hipotesis dan analisis koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa variabel Promosi, Pengetahuan Investasi dan Motivasi Investasi berpengaruh terhadap Minat Investasi. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa variabel Promosi, Pengetahuan Investasi dan Motivasi Investasi berpengaruh terhadap Minat Investasi. bagi pihak ATG perlu melakukan promosi melalui *platform* social media agar bisa dikenal oleh masyarakat luas serta melengkapi legalitas yang belum terdaftar guna meningkatkan minat investasi yang dilakukan pada nasabah.

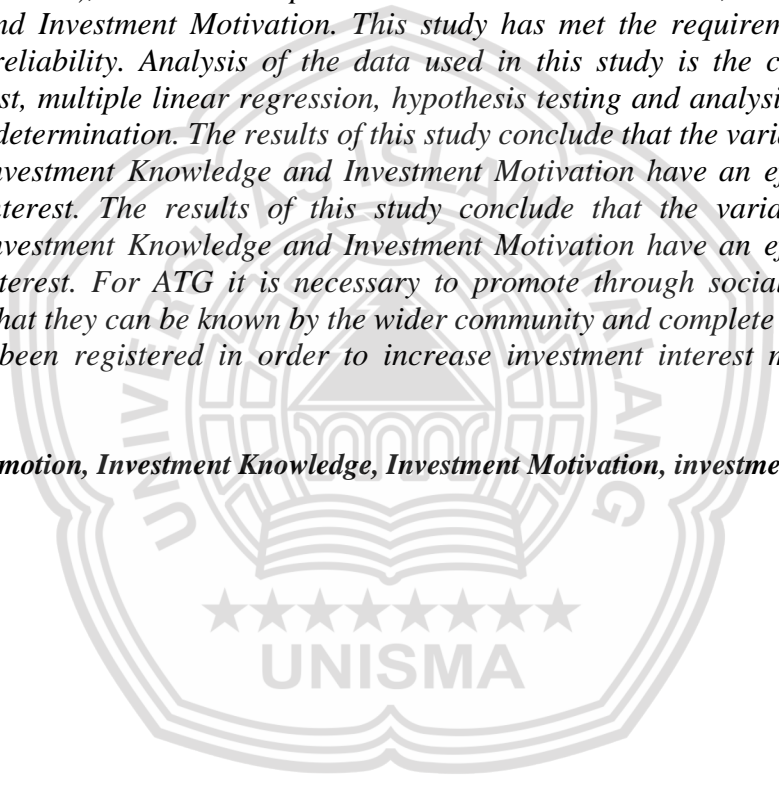
Kata Kunci : Promosi, Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi, Minat Investasi.



## 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. 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*



## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 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 (Maleha dkk, 2021).

Dihni (2022) realisasi investasi negara Indonesia mengalami peningkatan tiap tahunnya selama periode 2017-2021, dengan rata-rata kenaikan sebesar 6,9%, berdasarkan data oleh Badan Kordinasi Penanaman Modal (BKPM), realisasi investasi RI pada tahun 2017 berjumlah Rp692,8 triliun, kemudian pada tahun 2020 realisasi investasi RI berjumlah Rp826,3 triliun, kemudian di tahun berikutnya nilainya terus naik hingga mencapai Rp901 triliun pada tahun 2022 .

BKPM mencatat realisasi investasi tahun 2021 telah melampaui target dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) yang sebesar Rp858,5 triliun, sekaligus lebih besar dari target yang ditetapkan Presiden Joko Widodo senilai Rp900 triliun. Pada 2021 realisasi paling banyak

berasal dari penanaman modal asing (PMA), dengan jumlah Rp454 triliun atau 50,4% dari total realisasi. Sementara itu, realisasi penanaman modal dalam negeri (PMDN) pada 2021 sebesar Rp447 triliun atau 49,6% dari total realisasi. Jika dilihat dari wilayah, pada 2021 kawasan Luar Pulau Jawa menerima realisasi investasi Rp468,2 triliun (52%), sedangkan Pulau Jawa Rp432,8 triliun (48%).

Data jumlah investor pasar modal (per Maret 2022)



Sumber: CNBC Indonesia (2022)

Berdasarkan dari gambar diatas dapat disimpulkan terjadi peningkatan jumlah investor pasar modal dari tahun ke tahun yang dimana tahun tersebut masih terjadi pandemi yang melanda Indonesia.

kepala kantor BEI perwakilan Kalimantan Selatan menyebutkan bahwa sampai dengan september 2021 jumlah investor di pasar modal naik hingga 138% dibandingkan pada tahun 2020. Adapun jumlah di Kalimantan Selatan pada saat ini adalah 33.663 SID. Dilihat dari data tersebut Minat berinvestasi

pada Masyarakat Kalimantan Selatan mengalami kenaikan dibandingkan sebelum pandemi Covid-19 melanda.

Secara teoritis minat berinvestasi dalam memilih suatu lembaga keuangan investor akan mempertimbangkan faktor-faktor tertentu untuk memutuskan berinvestasi atau tidak. Salah satu faktor yang diduga dapat berpengaruh terhadap minat investor adalah promosi. 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

Promosi merupakan faktor penting bagi suatu perusahaan dalam memperkenalkan produk dan jasanya. Tujuan promosi adalah memberitahu dan mengkomunikasikan kepada masyarakat tentang keberadaan produk, kemanfaatan, keunggulan, atribut-atribut yang dimiliki, harga, dimana, dan cara memperolehnya. Promosi yang menarik dan menjanjikan mampu menarik minat nasabah untuk menggunakan suatu produk yang ditawarkan hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Jannah (2017) hasilnya menyatakan promosi berpengaruh terhadap minat investasi.

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 (Husaeni dkk, 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.

Banyak orang telah mencoba berinvestasi namun tidak sedikit pula dari mereka yang gagal ditengah perjalanannya. Penyebab utama mengapa hal itu terjadi adalah karena mereka tidak mempunyai tujuan keuangan yang spesifik dan terukur dalam berinvestasi, akibatnya akan terjadi 2 hal, yaitu sulitnya mengetahui keberhasilan investasi dan kurangnya motivasi dalam berinvestasi. Motivasi masyarakat Indonesia untuk berinvestasi terbilang cukup rendah. Rendahnya motivasi ini disebabkan karena rendahnya pemahaman dan pengetahuan masyarakat mengenai investasi di pasar modal (Merawati, 2017). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hidayat, dkk (2019) hasilnya menyatakan pengetahuan investasi berpengaruh signifikan terhadap minat investasi.

Uno (2018) motivasi adalah suatu dorongan yang timbul oleh adanya rangsangan dari dalam maupun dari luar sehingga seseorang berkeinginan untuk mengadakan perubahan tingkah laku/ aktifitas tertentu lebih baik dari keadaan sebelumnya. Dalam berinvestasi, motivasi yang diperlukan dari seorang investor adalah motivasi dari dalam dirinya, dimana ketika seseorang ingin berubah dan mengetahui hal baru maka akan memberikan dorongan yang

kuat dari dalam dirinya. Perubahan yang di dapat ialah ingin memberikan kehidupan yang baik nantinya di masa yang akan datang dengan perubahan yang dilakukan pada saat sekarang. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Amhalmad & Irianto (2019) hasilnya bahwa motivasi memberikan dampak signifikan terhadap minat investasi.

Triwijayati dan Koesworo (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, seperti mengikuti pelatihan dan seminar tentang investasi, menerima dengan baik penawaran investasi, dan pada akhirnya melakukan investasi baik dalam pasar modal ataupun investasi berupa robot trading yang saat ini sedang tren dikalangan masyarakat, adapun beberapa perusahaan baik komunitas yang menawarkan investasi pada ATG 5.0 .

ATG *Community* 5.0 adalah komunitas trader forex dan gold Indonesia. Yang menyediakan layanan konsultasi dan edukasi trading secara online.

Dari permasalahan yang dipaparkan di atas maka penulis tertarik untuk mengambil judul “ **Pengaruh Promosi, Pengetahuan Investasi dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Investasi ( Studi kasus pada nasabah ATG 5.0 di Batulicin )** ”



## 1.2 Rumusan Masalah

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

## 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

### 1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui bagaimana promosi berpengaruh terhadap minat investasi.
2. Mengetahui bagaimana pengetahuan investasi berpengaruh terhadap minat investasi.
3. Mengetahui bagaimana motivasi investasi berpengaruh terhadap minat investasi.

### 1.3.2 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara praktis
  - a. Masyarakat : Sebagai informasi bagi masyarakat bagaimana promosi, pengetahuan investasi dan motivasi investasi dapat mempengaruhi minat investasi di masyarakat.
  - b. Pemerintah : Sebagai regulasi bagi pemerintah tentang bagaimana promosi, pengetahuan investasi dan motivasi investasi dapat mempengaruhi minat investasi di masyarakat
2. Secara teoritis

Akademis : Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi bukti empiris dari pihak peneliti sehingga dapat digunakan

sebagai rekomendasi bagi peneliti selanjutnya yang akan dilakukan di masa yang akan datang.



## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada penelitian ini mengenai Pengetahuan investasi berpengaruh positif signifikan secara parsial serta promosi dan motivasi investasi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Minat Investasi (Studi pada Nasabah ATG 5.0), maka penelitian ini menyimpulkan bahwa ketiga hipotesis yang diajukan dalam penelitian bahwa variabel promosi diterima serta pengetahuan investasi dan motivasi investasi ditolak. Kesimpulan dari penelitian ini adalah 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)

## 5.2 Keterbatasan

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang dapat mempengaruhi hasil penelitian. Keterbatasan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Model penelitian ini terbatas hanya menganalisis 3 variabel independent sehingga diperlukan perluasan variabel penelitian agar mampu lebih menggambarkan Minat Investasi.
2. Dalam penelitian ini hanya terbatas pada nasabah ATG 5.0 yang berdomisili Batulicin.
3. Dalam penelitian ini penyebaran kuesioner melalui *online* dikarenakan pada masa pandemic Covid-19 sehingga tidak bisa berinteraksi langsung pada konsumen.

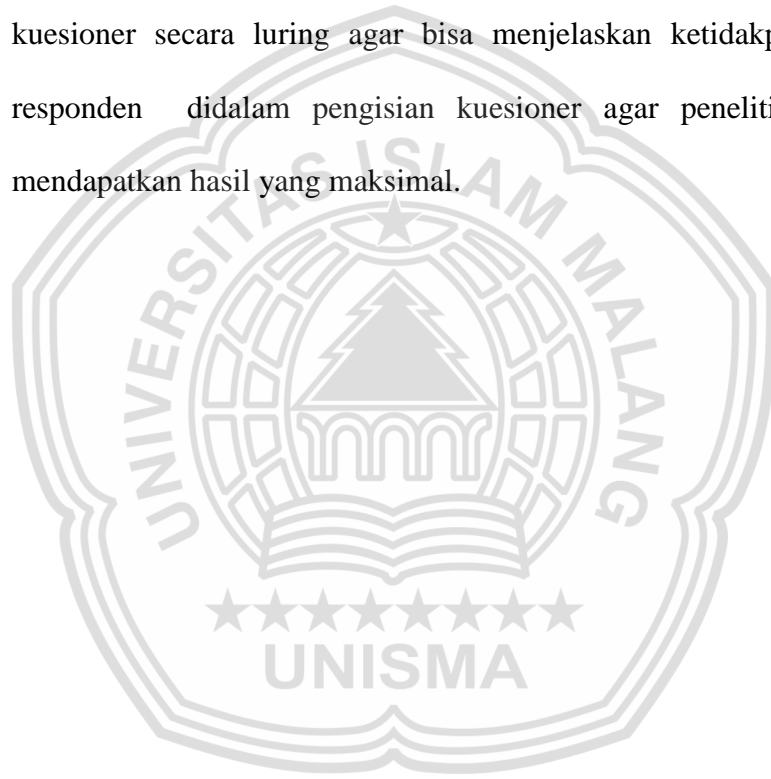
## 5.3 Saran

Berdasarkan dari kesimpulan yang telah dibahas diatas, maka peneliti mencoba menyampaikan beberapa saran diantaranya 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 baik 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 didalam pengisian kuesioner agar penelitian bisa mendapatkan hasil yang maksimal.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahim, & Sangen, M. (2019). Pengaruh Content Marketing, Sales Promotion, Personal Selling, dan Advertising terhadap Minat Beli Konsumen pada Hotel Biuti di Banjarmasin.
- Agustina, R. (2020). *Minat Masyarakat Pada Investasi Emas Di Pengadaan Syariah Cabang Ahmad Yani Pekanbaru Dalam Perspektif Ekonomi Syariah*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU.
- Ari Nugroho, D., & Zaki Mahendra, F. (n.d.). *PENGARUH CONTENT MARKETING TERHADAP PURCHASE INTENTION PADA FAN APPAREL DENGAN CUSTOMER ENGAGEMENT SEBAGAI VARIABLE MEDIASI (Studi pada Akun Instagram @authenticsid)*.
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur penelitian pendekatan praktek*. Jakarta: Rineka Cipta, p. 211.
- Astuti, T., & Mustikawati, R. I. (2016). Pengaruh persepsi nasabah tentang tingkat suku bunga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah.
- Chairunnisa, D. M., & Setyorini, R. (2020). *PENGARUH INFLUENCER TERHADAP PURCHASE INTENTION PRODUK PIXY MELALUI SOURCE CHARACTERISTICS ( Studi Pada Beauty Vlogger Tasya Farasya ) THE EFFECT OF INFLUENCER ON PURCHASE INTENTION PIXY PRODUCTS THROUGH SOURCE CHARACTERISTICS*.
- Dihni (2022). Realisasi Investasi Indonesia Naik dalam 5 Tahun Terakhir, <https://databoks.katadata.co.id>. Diakses pada Juni 2022.
- Ghozali, I. (2014). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*.
- Halim, A. (2015). *Analisis investasi*.
- Hidayat, L., Muktiadji, N., & Supriadi, Y. (2019). Pengaruh Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Di Galeri Investasi Perguruan Tinggi.
- Indriyono, G. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Investasi, P. (2021). *EL-ECOSY : JURNAL EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM MINAT INVESTASI DI PASAR MODAL SYARIAH PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS SURYAKANCANA CIANJUR* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam , Universitas Suryakencana.
- Ismawati, I., & Anshori, M. I. (2021). Upaya Meningkatkan Kualitas Sumber Daya Manusia melalui Strategi Persaingan Usaha Ekonomi Kreatif Menuju New Normal (Studi Kasus Pegadaan Cabang Pelayanan Syariah (CPS) Bangkalan).
- Isticharoh, I., & Kardoyo, K. (2020). Minat investasi diprediksi dari motivasi diri, pengetahuan investasi, dan teknologi media sosial.

- Khairani, I. (2016). Pengaruh Earning Per Share (EPS) dan Deviden Per Share terhadap Harga Saham Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid 2*, p. 272.
- 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).
- 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).
- Maharani, N. S. (2020). Pengaruh Promosi dan Fluktuasi Harga Emas Terhadap Minat Nasabah pada Produk Tabungan Emas.
- Maleha, N. Y., Saluza, I., & Setiawan, B. (2021). Dampak Covid-19 Terhadap Pendapatan Pedagang Kecil Di Desa Sugih Waras Kec. Teluk Gelam Kab. OKI.
- Marbun, M. B. (2019). *Pengaruh Motivasi Investasi dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi STMIK-STIE Mikroskil)*.
- 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.
- Notoatmodjo, S., Kasiman, S., & kintoko Rohadi, R. (2018). Patient's Behaviour with Coronary heart disease Viewed from Socio-Cultural aspect of Aceh Society in Zainoel Abidin Hospital.
- Pajar, R. C., & Pustikaningsih, A. (2017). Pengaruh motivasi investasi dan pengetahuan investasi terhadap minat investasi di pasar modal pada mahasiswa FE UNY.
- Prisilla, A., & Kurnia, R. (2020). *The Effects of Customer Experience on Purchase Intention in the Shopping Centers in Jakarta*.
- Priyono, A. A. (2018). Analisis data dengan SPSS. *Malang: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang*, p. 125.
- Puspitaningtyas, Z. (2017). *Perilaku Investor dalam Pengambilan Keputusan Investasi di Pasar Modal*.
- Reshita, R. M. (2015). *Pengaruh Promosi, Lokasi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank BNI di Sidoarjo*. STIE Perbanas Surabaya.

- RIANA, D. (2019). *PENGARUH PROMOSI DAN MOTIVASI TERHADAP MINAT NASABAH PADA PRODUK MURABAHAH LOGAM MULIA INVESTASI ABADI (MULIA)*(Studi Pada Pegadaian Syariah UPS Pasar Tamin Bandar Lampung). UIN Raden Intan Lampung.
- Riyadi, S., & Rismawandi, R. (2016). MOTIVASI, PENGETAHUAN AKUNTANSI DAN PENERAPAN AKUNTANSI TERHADAP PENGGUNAAN INFORMASI AKUNTANSI (Studi Empiris Pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Wilayah Kota Tangerang Selatan, Provinsi Banten).
- Rusdianto, P. (2016). *Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Religiusitas terhadap Minat Masyarakat menjadi Muzakki pada Lembaga Amil Zakat (LAZ) Dompot Dhuafa*. Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Silaen & uno. (2018). Kejadian Hipertensi Pada Masyarakat Di Wilayah Kerja Puskesmas Harapan Raya Pekanbaru. *Jurnal Ipteks Terapan*.
- Sugiyono, D. (2017). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*, p. 6-486.
- Wibowo, A. (2019). Pengaruh pengetahuan investasi, kebijakan modal minimal investasi, dan pelatihan pasar modal terhadap minat investasi (Studi kasus mahasiswa FE Unesa yang terdaftar di Galeri Investasi FE Unesa).
- Wulandari, A. (2020). Pengaruh Motivasi Investasi Dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Di Pasar Modal.

