

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT GENERASI MILLENIAL DALAM BERINVESTASI SAHAM DI PLATFORM DIGITAL PADA ERA DIGITALISASI

(Studi Kasus : Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura)

Hana Fauzia Qothrun Nada¹ Nafisa Alyana² Sifa³

Ekonomi Syariah, Universitas Trunojoyo Madura, Jl. Raya Telang Bangkalan 69162¹

Ekonomi Syariah, Universitas Trunojoyo Madura, Jl. Raya Telang Bangkalan 69162²

Ekonomi Syariah, Universitas Trunojoyo Madura, Jl. Raya Telang Bangkalan 69162³

*e-mail korespondensi: 190721100128@student.trunojoyo.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan teknologi terhadap sektor keuangan sangatlah signifikan. Ditandai dengan berbagai inovasi baru yang bermunculan guna memberikan kemudahan kepada masyarakat. Contohnya seseorang yang ingin membuka rekening tabungan haruslah mendatangi bank mengisi banyak formulir pendaftaran dan lain sebagainya, berbeda dengan zaman sekarang, membuka rekening cukup dengan membuka melalui aplikasi dan mendaftar secara *online* dan kartu akan dikirim ke alamat kita, tak terkecuali pada bidang investasi. Dahulu seseorang yang hendak berinvestasi haruslah mendatangi manajer investasi ataupun bank dengan melakukan registrasi mengisi sedemikian banyak persyaratan yang mungkin seorang calon investor belum tentu memahami akan hal tersebut. Pada era digitalisasi ini, sudah banyak bermunculan *platform-platform* yang memudahkan investor dalam berinvestasi cukup dengan membuka rekening dan registrasi via *online*. Bersamaan dengan perkembangan teknologi informasi yang semakin meningkat, mempelajari dunia investasi sangat mudah dan terbuka lebar. Informasi dapat diakses melalui konten *youtube*, jurnal, buku, berita, iklan, dan sebagainya. Bahkan baik cara menganalisis, memilih, tips dan trik, bahkan strategi sudah sangat banyak sekali tersedia secara *online* dan gratis. Hal tersebut menunjukkan bahwa dunia investasi saat ini sangat diminati oleh semua kalangan tidak terkecuali generasi *millennial*. Selaras dengan latar belakang diatas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja faktor yang mempengaruhi minat *millennial* dalam melakukan kegiatan investasi dalam ruang lingkup mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura. Variabelnya diantaranya tingkat pengetahuan, motivasi, iklan, literasi digital, lingkungan, dan modal. Objek penelitian adalah mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura. Teknik analisis data menggunakan SPSS 25 dengan jumlah data 100 responden dengan analisis faktor.

Kata kunci : *Minat Investasi, Platform, Digitalisasi*

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi telah memiliki dampak yang signifikan terhadap kondisi ekonomi di Indonesia terutama pada sektor keuangan (Perdana, 2019). Hal tersebut menjadikan keharusan bagi setiap individu untuk memiliki kemampuan dan

pengetahuan dalam mengelola sumber keuangan dan kekayaan yang dimiliki. Oleh karena itu, hadirilah sebuah sistem investasi yang bertujuan untuk bisa dinikmati dimasa depan. Menurut Jogiyanto (2013) investasi diartikan sebagai penundaan konsumsi di masa sekarang untuk digunakan di dalam produksi yang efisien selama periode tertentu.

Berdasarkan data yang dilansir dari sindownews.com, data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan bahwa generasi milenial saat ini mencapai sekitar 64,3 juta jiwa. Namun berdasarkan data dari Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) hanya terdapat 1,6 juta jiwa yang tercatat memiliki investasi di pasar modal Indonesia (baik saham maupun reksadana). Selain itu, menurut data survey yang dilakukan oleh IDN Reserch Institute yang bekerjasama dengan Alvara Resech Center menemukan bahwa hanya terdapat 10,7% dari pendapatan generasi milenial yang ditabung, sedangkan 51,1% pendapatan habis untuk kebutuhan bulanan (Febrianto, 2019).

Kondisi tersebut dikarenakan minimnya pengetahuan dan kesadaran masyarakat tentang investasi, kebanyakan masyarakat belum bisa membedakan antara investasi dengan menabung. Pola pikir masyarakat yang cenderung masih bingung tentang investasi menjadikan masyarakat sulit menyadari akan pentingnya investasi. Oleh karena itu, perlu memunculkan kesadaran investasi sejak dini. Alex Wang (2011) menekankan bahwa variable seperti kesadaran, tingkat pengetahuan, dan motivasi dapat memainkan peran utama yang dapat mempengaruhi generasi muda untuk berinvestasi, maka individu tersebut harus memiliki pengetahuan keuangan yang baik agar keputusan keuangannya memiliki arah yang jelas (Putri & Rahyuda, 2017). Selain itu, juga harus ditopang dengan pengetahuan dalam berinvestasi yang merupakan hal utama dalam memulai mengelola keuangan, sebab dengan memilih investasi yang tepat dapat memberikan sumber pemasukan dan mengurangi rasa bimbang dalam melakukan investasi.

Sejalan dengan hal tersebut maka literasi keuangan juga sangat berdampak terhadap minat seseorang dalam berinvestasi. Dalam sebuah studi yang dilakukan oleh Azizah, Nurfadhilah, Ramesh, dan Miror (2013), mendefinisikan literasi keuangan sebagai kemampuan untuk membaca, menafsirkan dan menganalisis, mengelola uang, berkomunikasi tentang kondisi keuangan pribadi yang mempengaruhi kesejahteraan material, menghitung, mengembangkan penilaian independen, dan mengambil tindakan yang dihasilkan dari proses tersebut untuk berkembang didunia keuangan yang

kompleks. Berdasarkan data OJK tahun 2016 tingkat literasi keungan masih terbilang sangat rendah, yakni hanya mencapai 29%. Menurut Tirta, hasil survey literasi dan inklusi keungan nasional pada tahun 2018 menunjukkan bahwa 67,8% masyarakat telah menggunakan produk dan layanan keungan. Namun hanya 29,9% masyarakat yang tidak dibekali dengan pemahaman keungan yang memadai (Kompas Online, 2019).

Mahasiswa akan menghadapi permasalahan dan lingkungan baru yang belum dialami sebelumnya. Mahasiswa juga dituntut untuk bisa mengatur dan mengelola keuangannya secara mandiri. Permasalahan keungan yang sering timbul pada mahasiswa adalah sikap boros dan terbiasa membelanjakan uang sakunya ke hal-hal yang tidak penting (Margaretha & Pambudhi, 2015). Pada penelitian ini penulis fokus pada mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura yang menjadi objek penelitian. Universitas Trunojoyo Madura terdapat beberapa organisasi yang didirikan guna mengenalkan dunia investasi kepada mahasiswa sejak dini, yakni diantaranya adalah Galeri Investasi Syariah dan KSPPM Investasi. Hal tersebut tentunya dapat membantu mahasiswa dalam mengatur keuangannya sekaligus meningkatkan minat mahasiswa dalam melakukan investasi.

Dalam penelitian Azhar (2018) mengungkapkan bahwa minat investasi yang tinggi dapat membuat seseorang individu tertarik investasi untuk masa depan, sehingga minat merupakan faktor penentu seseorang dalam melakukan investasi. Hal tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Nga, Yong & Sellapan (2010) yang berjudul "*A study of financial awareness among youth*". Penelitian ini mengungkapkan bahwa tingkat pendidikan, jurusan, serta minat mempengaruhi kesadaran keungan dikalangan generasi milenial. Selain itu, seorang laki-laki ditemukan memiliki tingkat kesadaran financial yang lebih tinggi dibandingkan perempuan. Penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Shabri, Hasan, Mohamed dan Sabri (2013) tujuannya yaitu untuk menguji pengetahuan keungan dikalangan mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengeluaran, kebiasaan, personal interest dan tahun study memiliki hubungan positif yang signifikan.

Penelitian ini menarik untuk diteliti bagi penulis yang bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat investasi mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura. Melalui kesadaran dan pengetahuan serta adanya penunjang

organisasi yang berfokus dibidang investasi di Universitas Trunojoyo Madura menjadi alasan mendasar penulis untuk melakukan penelitian ini.

2. Literatur dan Pengembangan Hipotesis

Minat Investasi

Minat didefinisikan keinginan yang timbul karena adanya kecenderungan hati yang tinggi. Minat dapat timbul baik dari luar ataupun hati. Minat yang besar adalah salah satu kunci guna mencapai tujuan yang sedang diminati. Investasi adalah kegiatan menyetorkan sejumlah dana dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan di kemudian hari. Sehingga pengertian minat investasi adalah keinginan yang timbul untuk melakukan sesuatu (investasi) guna memperoleh keuntungan di masa yang akan datang.

Minat investasi secara umum garis besar dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal seperti pengetahuan dan motivasi, sedangkan faktor eksternal dapat meliputi lingkungan, harga, inflasi dan lain-lain. Seiring berkembangnya waktu minat terhadap investasi menjadi meningkat hampir di setiap kalangan salah satu alasannya karena digitalisasi. sehingga, perlu bagi kita ketahui apa saja yang menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi minat investasi pada masa sekarang ini.

Platform

Platform atau *platform* digital didefinisikan sebagai program yang menjalankan sebuah rencana kerja. *Platform* digital berfungsi sebagai media guna menjalankan sistem berbasis digital juga. Platform dapat diberbagai bidang, salah satunya pada kegiatan investasi. *Platform* investasi adalah tempat dimana kita bisa melakukan kegiatan investasi kita secara *online*. Tak perlu repot-repot kita untuk mendatangi manajer investasi, kini cukup lewat rumah kita sudah dapat berinvestasi dengan modal yang tidak perlu besar. *Platform* investasi sendiri di Indonesia sudah banyak ada dan mudah didownload secara *online* dan gratis via *google playstore*.

Digitalisasi

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi semakin hari semakin pesat di era digitalisasi saat ini sehingga tidak bisa dihindari lagi pengaruhnya. Menurut Baharudin, teknologi informasi merupakan perkembangan sistem informasi dengan menggabungkan antara teknologi. antara komputer dan telekomunikasi. Adanya penggunaan suatu teknologi informasi ini nantinya akan mempermudah pekerjaan apapun khususnya penggunaan sistem website. Adanya suatu aplikasi berfungsi untuk mempermudah pengguna jaringan dalam mengakses sesuatu, dimana nantinya akan memperoleh informasi sesuai dengan apa yang diinginkan. Aplikasi sendiri merupakan suatu rencana kerja atau program. Rencana kerja atau program

tersebut nantinya akan menjadi dasar bagi berjalannya sebuah sistem baik dibidang apapun terutama dalam bidang *IT*.

Dalam ilmu komputer artinya suatu perangkat lunak dalam menjalankan sebuah program yang akan digunakan oleh user atau pengguna. Fungsi dari website itu sendiri yaitu untuk mempermudah pengguna dari komputer itu sendiri untuk menjalankan situs dengan baik dan lancar. Di era digital ini memang perlu suatu wadah seperti aplikasi untuk dapat mengembangkan hal dibidang khususnya bidang bisnis agar menunjang perekonomian suatu negara. Adanya model bisnis berbasis aplikasi ini bisa menjadi dasar keberhasilan banyak perusahaan yang paling besar, berkembang paling cepat, dan yang paling kuat.

Konsep aplikasi mulai mengubah berbagai bidang terutama bidang ekonomi dan sosial serta bidang-bidang lainnya. Tanpa memperdulikan pihak manapun dan semua kalangan, kemungkinan besar konsep aplikasi telah mengubah pola hidup sebagian besar masyarakat dan siap untuk menghasilkan perubahan yang lebih besar dalam kehidupan sehari-hari di masa mendatang seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi internet dan teknologi modern. Menurut Ahmad dalam jurnalnya mengatakan bahwa selama dua dekade terakhir, kita telah menyadari bahwa kekuatan ekonomi, sosial, dan teknologi yang kuat telah mengubah dunia kita dengan cara-cara yang hanya dipahami oleh sedikit orang (Setiawan, 2018).

2.1 Hubungan antara Pengetahuan (X1) dengan minat Investasi (Y)

Pengetahuan memiliki hubungan dengan minat investasi saham pada platform digital karena saat seseorang tertarik terhadap sesuatu, maka ia akan berusaha mencari tahu tentang hal tersebut. Begitu juga berlaku dengan investasi. Saat seseorang menaruh perhatian akan investasi, pasti seseorang tersebut akan mencari tahu sehingga memiliki cukup pengetahuan akan investasi tersebut.

2.2 Hubungan antara Motivasi (X2) dengan minat Investasi (Y)

Motivasi memiliki hubungan dengan minat investasi saham pada platform digital. Karena, saat seseorang memiliki pandangan untuk berinvestasi artinya seseorang tersebut memiliki pandangan bahwa investasi mendatangkan manfaat di masa mendatang.

2.3 Hubungan antara Literasi Digital (X3) dengan minat Investasi (Y)

Literasi digital memiliki hubungan dengan minat investasi saham pada platform digital. Pada era digitalisasi ini, investasi hampir menjadi trend dan kebutuhan akan pemahaman akan hal tersebut sudah menjadi kebutuhan. Ditandai dengan

mudahnya mencari informasi cara, tips, trik, strategi dan sebagainya. Semuanya dapat dapat diakses secara *online* dan gratis melalui *youtube*, jurnal, buku, dan berita *online*.

2.4 Hubungan antara lingkungan (X4) dengan minat Investasi (Y)

Lingkungan memiliki hubungan dengan minat investasi saham pada platform digital. karena biasanya orang terdekatlah yang memberikan kita informasi mengenai hal tersebut. Orang terdekat itu meliputi keluarga, teman terdekat, ataupun kelompok yang memiliki orientasi yang sama.

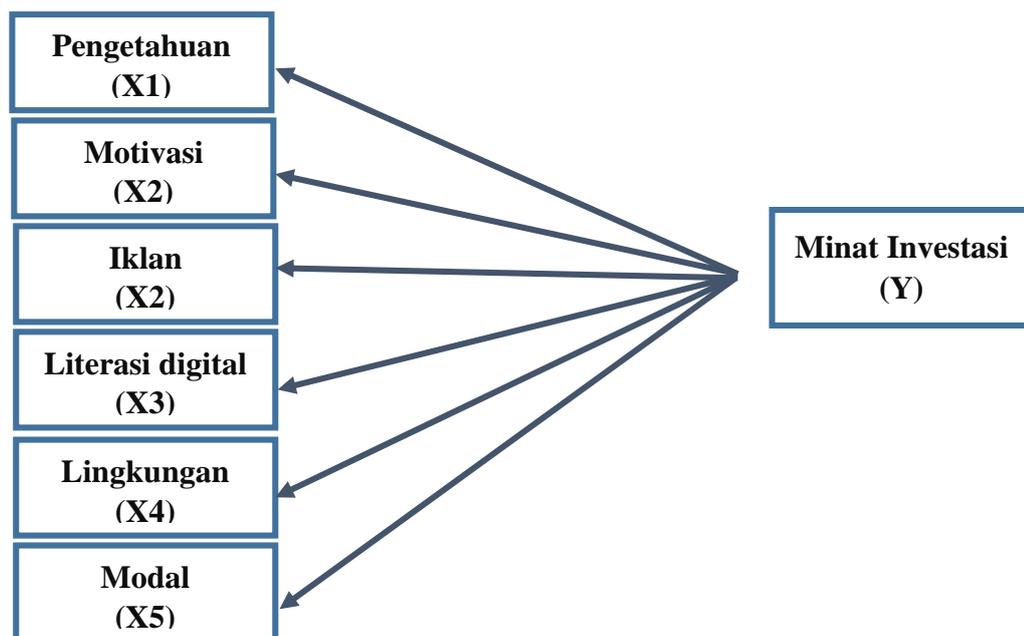
2.5 Hubungan antara modal (X5) dengan minat Investasi (Y)

Modal memiliki hubungan dengan minat investasi saham pada platform digital. sekarang berinvestasi tidak memerlukan banyak modal berbeda dengan zaman dahulu.

2.6 Hubungan antara iklan (X6) dengan minat Investasi (Y)

Iklan memiliki hubungan dengan minat investasi saham pada platform digital. karena pada zaman sekarang ini, iklan memiliki banyak bentuk adaptasi yang memiliki efek lumayan signifikan. Bentuk-bentuk iklan tersebut bisa dilihat dimana saja saat kita hendak membuka aplikasi yang ada di media sosial kita yang dapat membuat seseorang dari tidak tertarik menjadi tertarik.

2.7 Model Empiris



3. Metode Penelitian

3.1 Pengumpulan Data dan Pengukuran

Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan teknik angket. Angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan pertanyaan atau pernyataan tertulis dan jawaban yang diberikan juga dalam bentuk tertulis, yaitu dalam bentuk isian atau simbol atau tanda.

Angket tersebut digunakan untuk memperoleh informasi yang berkaitan dengan tanggapan responden terhadap pengaruh minat mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura terhadap investasi saham pada platform online di era digital. Angket akan diberikan kepada 100 responden dan pengisiannya dilakukan secara jujur dan objektif tanpa tekanan dari pihak manapun. Selanjutnya pembuatan angket, yaitu dengan cara sebagai berikut ini:

1. Menentukan kisi-kisi angket
2. Menentukan jumlah butir angket
3. Menentukan tipe angket
4. Menentukan skor item angket

Kisi-kisi angket ditentukan oleh indikator-indikator dari defenisi operasional variabel dalam penelitian ini. Pada angket penelitian diberi alternatif pertanyaan seputar investasi dengan jawaban iya atau tidak.

3.2 Analisis Data dan Hasil

Tabel Kaiser Mayer Olkin (KMO) and Barlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,642
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	90,108
	df	10
	Sig.	,000

Nilai KMO > 0,5 dan *barlett's* testnya (Sig.) < 0,05. Pada tabel diatas KMO dan *barlett's* masing 0,642 > 0,5 dan 0,00 < 0,05 memenuhi syarat dan analisis dapat dilanjutkan.

		Anti-image Matrices					
		Pengetahuan	Motivasi	Literatur_Digital	Lingkungan	Modal	Iklan
Anti-image Covariance	Pengetahuan	,663	-,304	-,018	,035	,019	,001
	Motivasi	-,304	,601	,022	-,053	-,046	-,044
	Literatur_Digital	-,018	,022	,102	-,031	,011	-,093
	Lingkungan	,035	-,053	-,031	,755	-,269	,005
	Modal	,019	-,046	,011	-,269	,805	-,023
	Iklan	,001	-,044	-,093	,005	-,023	,099
Anti-image Correlation	Pengetahuan	,715 ^a	-,482	-,071	,049	,025	,004
	Motivasi	-,482	,735 ^a	,087	-,078	-,067	-,180
	Literatur_Digital	-,071	,087	,611 ^a	-,113	,038	-,927
	Lingkungan	,049	-,078	-,113	,777 ^a	-,345	,018
	Modal	,025	-,067	,038	-,345	,735 ^a	-,080
	Iklan	,004	-,180	-,927	,018	-,080	,615 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Pada tabel *anti images correlation* terdapat angka yang bertanda (a) yang menandakan besaran MSA sebuah variabel, variabel nya adalah :

- | | | |
|----------------------|------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Pengetahuan | 715 ^a | Nilai MSA masing-masing variabel besarnya > 0,5 maka semua variabel dapat diproses lebih lanjut. |
| 2. Motivasi | 735 ^a | |
| 3. Literatur_Digital | 611 ^a | |
| 4. Lingkungan | 777 ^a | |
| 5. Modal | 735 ^a | |
| 6. Iklan | 615 ^a | |

Tabel Communalities

Communalities		
	Initial	Extraction
Pengetahuan	1,000	,658
Motivasi	1,000	,622
Literatur_Digital	1,000	,758
Lingkungan	1,000	,640
Modal	1,000	,604
Iklan	1,000	,781
Extraction Method: Principal Component Analysis.		

untuk melihat besaran dari masing-masing variabel, cukup dengan melihat pada kolom *extraction*

1. Variabel pengetahuan besarnya 0,658 berarti sekitar 65,8 % varians dari variabel pengetahuan dapat dijelaskan oleh faktor terbentuk
2. Variabel motivasi besarnya 0,622 berarti sekitar 62,2% varians dari variabel motivasi dapat dijelaskan oleh faktor terbentuk

3. Variabel literatur digital besarnya 0,758 berarti sekitar 75,8% varians dari variabel literatur Digital dapat dijelaskan oleh faktor terbentuk
4. Variabel lingkungan besarnya 0,640 berarti sekitar 64% varians dari variabel lingkungan dapat dijelaskan oleh faktor terbentuk
5. Variabel modal besarnya 0,604 berarti sekitar 60,4% varians dari variabel modal dapat dijelaskan oleh faktor terbentuk
6. Variabel iklan besarnya 0,781 berarti sekitar 78,1% varians dari variabel modal dapat dijelaskan oleh faktor terbentuk.

Titik kenyamanan terletak pada $>0,5$ dan jika Semakin kecil nilai *communalities* berarti semakin lemah hubungannya dengan faktor yang terbentuk.

Tabel Total Variance Explained

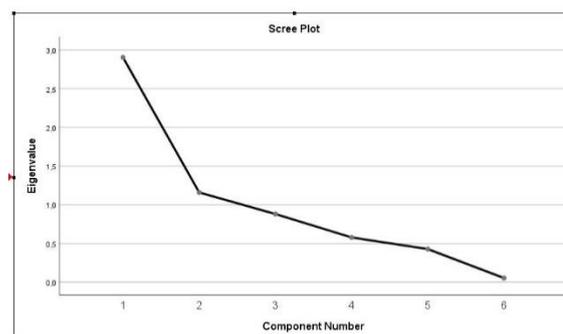
Component	Total Variance Explained								
	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2,905	48,410	48,410	2,905	48,410	48,410	2,333	38,882	38,882
2	1,159	19,315	67,724	1,159	19,315	67,724	1,731	28,843	67,724
3	,880	14,665	82,390						
4	,577	9,623	92,013						
5	,427	7,117	99,130						
6	,052	,870	100,000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

- Faktor 1 mampu menjelaskan alasan minat investasi generasi milenial pada platform digital sebesar 48,410 %, setelah dirotasi menjadi 38,882 %.
- Faktor 2 mampu menjelaskan alasan minat investasi generasi milenial pada platform digital sebesar 19,315% ,setelah dirotasi menjadi 28,843 %.

Catatan : Nilai tabel Component 3-5 tidak dihitung sebab **nilai Eigenvalue Componentnya < 1** , maka tidak menjadi sebuah faktor.

Scree Plot Diagram



Jika dilihat pada diagram *Scree Plot* diatas ada 2 titik *component* yang memiliki nilai Eigenvalue >1, maka dapat diartikan bahwa ada 2 faktor yang dapat dibentuk.

Tabel Rotated Component Matrix

	Component	
	1	2
Pengetahuan	,804	-,106
Motivasi	,784	,084
Iklan	,736	,489
Literatur_Digital	,717	,494
Lingkungan	,122	,791
Modal	,035	,777

Extraction Method: Principal Component Analysis.
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 3 iterations.

Guna memastikan variabel masuk dalam kelompok faktor mana, maka dapat ditentukan dengan melihat besaran nilai korelasi terbesar antara variabel dengan faktor (*Component* yang terbentuk). Pada tabel dibawah disajikan 2 komponen dengan cara membaca analisis faktor model rotasi, dapat mengikuti penjelasan berikut ini tanpa melihat tanda

1. Variabel Pengetahuan (X1)

Nilai Korelasi variabel ini dengan faktor 1 = 0,804 dan faktor 2 = 0,106. Sehingga variabel pengetahuan termasuk kelompok faktor 1 karena nilai faktor korelasi terbesar.

2. Motivasi (X2)

Nilai Korelasi variabel ini dengan faktor 1 = 0,784 dan faktor 2 = 0,084. Sehingga variabel motivasi termasuk kelompok faktor 1 karena nilai faktor korelasi terbesar.

3. Variabel Literatur Digital (X3)

Nilai Korelasi variabel ini dengan faktor 1 = 0,717 dan faktor 2 = 0,449. Sehingga variabel literatur digital termasuk kelompok faktor 1 karena nilai faktor korelasi terbesar.

4. Variabel Lingkungan (X4)

Nilai Korelasi variabel ini dengan faktor 1 = 0,122 dan faktor 2 = 0,791. Sehingga variabel lingkungan termasuk kelompok faktor 2 karena nilai faktor korelasi terbesar.

5. Variabel Modal (X5)

Nilai Korelasi variabel ini dengan faktor 1 = 0,035 dan faktor 2 = 0,777. Sehingga variabel modal termasuk kelompok faktor 2 karena nilai faktor korelasi terbesar.

6. Variabel Iklan (X6)

Nilai Korelasi variabel ini dengan faktor 1 = 0,736 dan faktor 2 = 0,489. Sehingga variabel modal termasuk kelompok faktor 1 karena nilai faktor korelasi terbesar.

Dengan melihat pembahasan diatas maka kesimpulan yang dapat kita ambil dalam analisis faktor ini adalah sebagai berikut :

Faktor	Variabel
1	Pengetahuan, motivasi, literatur digital, dan iklan
2	Lingkungan dan Modal

Tabel Component Transformation Matrix

Component Transformation Matrix		
Component	1	2
1	,820	,572
2	-,572	,820

Extraction Method: Principal Component Analysis.
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

Tabel *Component Transformation Matrix*, menunjukkan hasil rotasi *varimax*. Dengan melihat pada diagonal utama menunjukkan nilai >0,5, menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut sudah tepat karena memiliki korelasi yg tinggi pada diagonal utamanya. Variabel-variabel sudah terdistribusikan ke masing masing faktor yaitu 2 faktor yang terbentuk. Setelah dilakukan rotasi dan terbentuk selanjutnya pemberian nama faktor, dimana kembali kepada peneliti untuk penamaannya.

4. Implikasi, Simpulan, dan Keterbatasan Penelitian

4.1 Implikasi

Implikasi adalah suatu konsekuensi atau akibat langsung dari hasil penemuan suatu penelitian ilmiah. Hasil penelitian ini mengenai faktor-faktor yang minat investasi generasi milenial, oleh karena itu implikasinya adalah sebagai berikut:

- a. Peran sesama generasi milenial dalam mengajak temannya untuk berinvestasi dan sadar akan investasi.
- b. Peran dosen dan guru dalam meningkatkan tingkat literasi generasi milenial terhadap investasi.

4.2 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat investasi generasi milenial pada platform online di era digitalisasi (study kasus mahasiswa universitas trunojoyo Madura) dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Ada korelasi variabel pemahaman investasi (X1) terhadap minat mahasiswa Universitas trunojoyo Madura dengan nilai signifikan sebesar 0,0828 dengan taraf $\alpha = 0,2$ (20%).
2. Ada korelasi variabel pemahaman motivasi (X2) terhadap minat mahasiswa Universitas trunojoyo Madura dengan nilai signifikan sebesar 0,0830 dengan taraf $\alpha = 0,1$ (10%).
3. Ada korelasi variabel literature digital (X3) terhadap minat mahasiswa Universitas trunojoyo Madura dengan nilai signifikan sebesar 0,601 dengan taraf $\alpha = 0,4$ (40%).
4. Ada korelasi variabel lingkungan (X4) terhadap minat mahasiswa Universitas trunojoyo Madura dengan nilai signifikan sebesar 0,148 dan faktor 2 = 0,820. dengan taraf $\alpha = 0,8$ (80%).
5. Ada korelasi variabel pemahaman modal (X5) terhadap minat mahasiswa Universitas trunojoyo Madura dengan nilai signifikan sebesar 0,054 dengan taraf $\alpha = 0,8$ (80%).

4.3 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pengalaman peneliti pada saat melakukan penelitian, ada beberapa keterbatasan yang dialami sehingga hal tersebut dapat menjadi pertimbangan dalam penelitian – penelitian kedepannya untuk dapat lebih menyempurnakan penelitian ini. Beberapa keterbatasan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Jumlah responden hanya 100 orang, jumlah tersebut masih kurang dalam menggambarkan untuk menggambarkan keadaan yang sebenarnya.
2. Penelitian disebarakan melalui *social media* milik peneliti yang mana penyebarannya tidak terlalu meluas dan tidak semua orang yang masuk dalam kriteria responden mengetahui.
3. Pengambilan data dan informasi yang dilakukan kepada responden hanya sebatas mengisi pilihan yang disediakan dalam kuisisioner. Hal tersebut bisa jadi tidak menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya, karena adanya perbedaan pemikiran, pemahaman, dan anggapan tiap responden. Kemungkinan lainnya adalah adanya responden yang tidak jujur pada saat mengisi kuisisioner sehingga mempengaruhi kevalidan dari penelitian yang dilakukan.

5. Daftar Pustaka

- Ahmad Budi Setiawan. 2018. Revolusi Bisnis Berbasis Platform Sebagai Penggerak Ekonomi Digital Di Indonesia. *Puslitbang APTIKA & IKP, Badan Litbang SDM. Kementerian Koinfo*, hal. 66 .
- Annisa, dkk. 2022. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal syariah. *Jurnal Bisnis Islam*. Vol. 5, No. 2. Hal. 347.
- Sindonews.com, kesadaran berinvestasi generasi millennial masih rendah, diakses dari <https://ekbis.sindonews.com/berita/1382239/34/> pada tanggal 5 Maret 2022.
- Susanti, Sartika dkk. 2018. “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Berinvestasi di Galeri Investasi Universitas Negeri Makassar*” Prosiding Seminar Pendidikan Ekonomi.

6. Lampiran

Data Responden

X1	X2	X3	X4	X5	X6						
4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3
3	3	3	2	3	3	4	4	3	2	3	3
5	5	5	2	2	5	4	4	4	3	3	4
4	5	4	4	3	4	3	3	3	2	2	3
4	4	4	3	2	4	4	3	3	3	5	3
3	5	3	4	3	3	5	5	5	3	1	5
5	4	3	2	2	3	3	5	5	5	5	5
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	2	2	2	2	2	4	4	4	3	5	4
4	4	5	3	4	5	3	3	2	2	2	2
5	5	2	2	3	2	5	5	2	1	2	2
5	5	4	4	2	4	5	5	4	4	5	4
5	5	4	1	5	4	5	4	4	4	4	4
5	5	4	3	3	4	3	3	2	3	5	2
3	4	2	2	4	2	5	5	2	2	3	2
5	4	3	2	2	3	5	5	4	2	3	4
5	5	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5
3	4	4	4	4	4	2	4	3	4	2	3
4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	2	4
4	4	3	3	2	3	4	4	4	3	3	4
4	4	5	2	2	5	5	3	3	4	4	3
4	4	4	3	4	4	4	2	3	3	3	3
4	4	3	4	3	3	4	5	4	4	3	4
4	4	2	2	2	2	3	3	3	5	3	3
5	5	5	5	3	5	4	5	3	2	3	3
3	2	5	3	3	5	4	4	4	4	3	4
5	4	5	4	2	5	5	4	4	2	2	4
4	4	4	2	2	4	5	4	4	3	3	4
5	4	4	5	3	4	5	5	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
5	5	5	3	4	5	5	5	3	4	2	3
5	5	5	4	4	5	3	4	3	3	3	3
3	3	3	3	2	3	4	5	3	4	4	3
5	4	3	3	2	3	4	4	5	3	2	5
5	5	3	4	5	3	4	4	4	4	4	4
5	4	3	3	2	3	3	4	3	4	2	3
3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5
5	5	5	5	4	5	4	4	2	4	3	2
4	4	4	3	4	4	5	3	4	5	5	4
5	4	3	4	2	3	3	2	2	2	3	2
3	4	3	3	4	3	5	5	4	4	4	4
4	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5
4	4	3	3	3	3	4	2	2	3	1	2
4	4	4	5	5	4	5	5	2	4	2	2
4	4	4	3	2	4	4	4	3	3	3	3
4	4	4	3	3	4	4	4	5	3	3	5
4	5	4	3	2	4	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	2	3	4	4	3	3	3	3
4	2	3	2	3	3	3	5	4	3	2	4
4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4