

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Obyek Penelitian

1. Profil Singkat IAIN Kudus

Kehadiran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di IAIN Kudus tidak terlepas dari sejarah panjang berdirinya PTAIN yaitu IAIN di Indonesia yang merupakan bagian dari sejarah STAIN Kudus. Karena IAIN tidak bisa terlepas dari jatuh bangun perjuangan di Indonesia, maka IAIN bisa dibilang lebih dari sekedar lembaga pendidikan khususnya dalam bidang Dakwah Islam.

Dalam sejarah, Kerajaan Islam pertama di pulau Jawa adalah Kerajaan Demak. Adabeberapa wali yang relatif terkenal yang memperjuangkan penyebaran dan perkembangan Islam di Nusantara, khususnya pada pulau Jawa yang bersamaan dengan kejayaan seiring dengan kemegahan Kerajaan Islam. Ada sembilan Wali yang populer dari beberapa Wali, 2 diantaranya ada di Kudus, yaitu Ja'far Shodiq (Sunan Kudus) dan Raden Umar Said (Sunan Muria).

Ketika Yogyakarta menjadi pusat pemerintahan Indonesia, sebagai ucapan terima kasih kepada pemerintah, didirikanlah PTN bernama Universitas Gajah Mada, yang semula merupakan PTS yang didedikasikan untuk bupati negara. PTAIN didirikan oleh Fakultas Agama Universitas Islam Indonesia yang di dalamnya terdapat PTS bagi umat Islam.

PTAIN di Yogyakarta dan Yayasan Ujian Ketat (ADIA) berdiri di Jakarta pada tahun 1960, dan dikoordinir menjadi IAIN dengan nama al-Jami'ah al-Islamiyah al-Hukumiyah. Pada awalnya hanya ada satu IAIN di Yogyakarta, namun lama kelamaan menyebar ke seluruh Indonesia dan berkembang hingga saat ini.

Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor Tentang Pembangunan STAIN, dikeluarkan Peraturan 11 Tahun 1997. Kemudian pada saat itu Pengumuman Pendeta Agama Nomor: E/125/1997 tentang Penetapan Drs. H. Muslim A. Kadir, Mama. Sebagai Pj. Kepala STAIN Kudus, sudah menjadi tanggung jawabnya untuk meneruskan perjalanan STAIN melalui tahapan-tahapan

selanjutnya. Menyusul kemudian SK Menteri Agama tahun 1997 tentang Struktur Organisasi STAIN Kudus dan SK Menteri Agama No. Surat Dirjen BINBAGA Islam kepada Kementerian Agama Republik Indonesia Nomor: 383 Tahun 1997 tentang STAIN Kurikulum dan teknis E/136/1997, yang mengatur tentang Pengalihan Status dan Transformasi Fakultas Daerah menjadi STAIN.

Dr. H. Fathul Mufid, M.S.I., ketua STAIN Kudus mengusulkan perubahan nama organisasi dari STAIN menjadi IAIN pada tahun 2016. Hal ini karena adanya kebutuhan pedoman baru dan kepentingan umum secara bersamaan. Kemudian, melalui Perpres No. Pada tanggal 7 April 2018, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kudus menjadi nama resmi STAIN Kudus. Hal ini terjadi bersamaan dengan terbitnya Surat Keputusan Menteri Agama RI Nomor B.II/3/15450 yang mengangkat Dr. H. Mundakir, M.Ag. sebagai Rektor IAIN Kudus pada 18 April 2018.

Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia No. Organisasi dan Tata Kerja IAIN Kudus dibentuk dengan Peraturan Pelaksana No. 33 Tahun 2018, yang menjadi landasan berdirinya lima fakultas yaitu Fakultas Tarbiyah, Syariah, Ushuluddin, Dakwah dan Komunikasi Islam, Ekonomi dan Bisnis Islam, dan Pascasarjana. Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2019 Tanggal 2 Februari Tentang ADAT IAIN Kudus Yang Menjadi Landasan Tata Kelola Seluruh Organ Kelembagaan,.

2. Visi dan Misi FEBI IAIN Kudus

1) Visi

“Menjadi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Terapan Bereputasi di Asia Tenggara Tahun 2030”

Kondisi masa depan yang diharapkan oleh semua pemangku kepentingan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus digambarkan dalam visi tersebut, yaitu dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a) Cara berpikir yang mengedepankan kesadaran untuk melakukan pergeseran kepada Islam yang humanis, aplikatif dan produktif merupakan Pernyataan Islam Terapan

- b) Pernyataan Bereputasi Di Asia Tenggara mengandung arti, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus mendapatkan pengakuan sebagai mitra dalam kegiatan Tri Dharma perguruan tinggi di kawasan Asia Tenggara
- c) Tahun ketercapaian visi diakhir periode perencanaan merupakan pernyataan tahun 2030

2) Misi

Tri Dharma perguruan tinggi diselenggarakan oleh IAIN Kudus untuk menghasilkan sarjana-sarjana yang berwawasan keislaman yang humanis, bermanfaat, dan produktif. Misi Personel Bisnis dan Bisnis Keuangan Syariah (FEBI) IAIN Kudus adalah sebagai berikut:

- a) Perlunya peningkatan standar pendidikan dan pengajaran ekonomi Islam dan bisnis;
- b) Diperlukan peningkatan standar penelitian ekonomi dan bisnis Islam;
- c) Perlu peningkatan standar nilai-nilai Islam yang berorientasi pada kearifan lokal; dan d) Perlu ditingkatkan standar tata kelola fakultas yang baik (Good Governance).

3) Tujuan

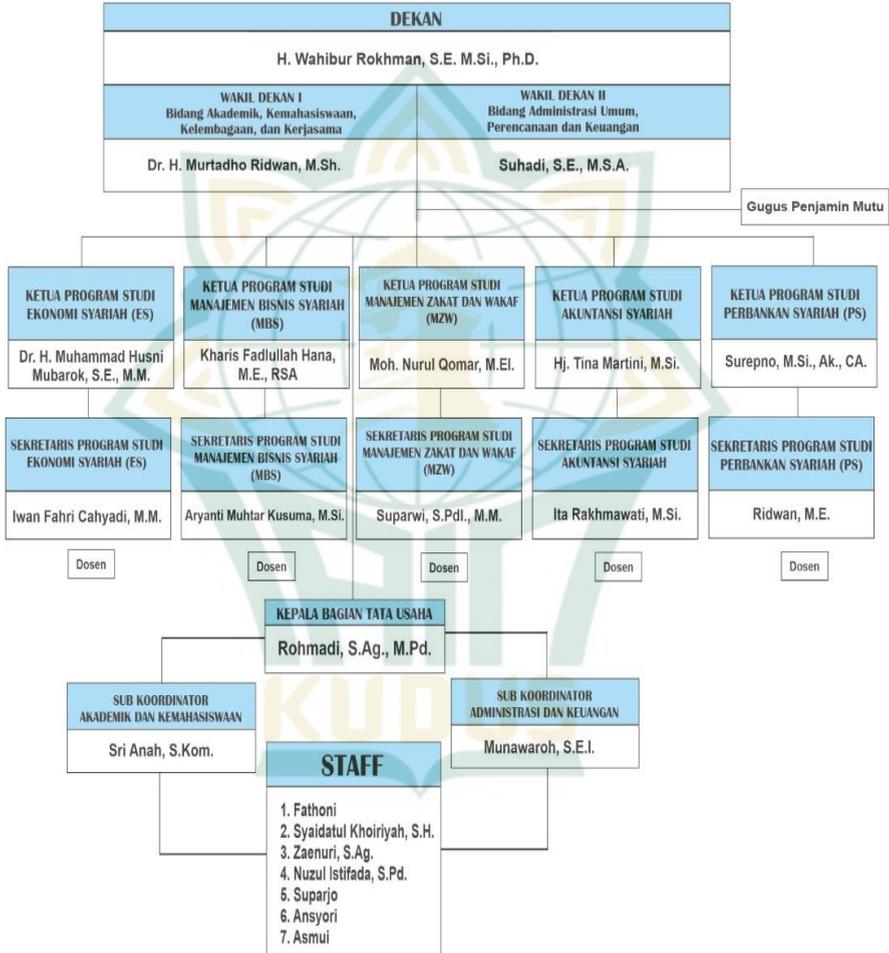
FEBI IAIN Kudus memiliki tujuan yang diturunkan dari visi dan misi FEBI IAIN Kudus. Berdasarkan hasil peninjauan dan evaluasi renstra fakultas ekonomi dan bisnis Islam tahun 2021, tujuan fakultas sebagai berikut:

- a) Kualitas lulusan yang berwawasan dan berintegritas ditingkatkan pada bidang ekonomi dan bisnis Islam
- b) Kualitas penelitian ekonomi dan bisnis Islam ditingkatkan dengan luaran publikasi pada jurnal nasional dan internasional yang bereputasi
- c) Karya pengabdian kepada masyarakat yang aplikatif dan adaptif dengan kebutuhan masyarakat berbasis kearifan lokal harus dikembangkan

d) Tata kelola Fakultas yang efektif, transparan dan akuntabel harus terwujud dengan tujuan ini.¹

3. Struktur Organisasi

Gambar 4.1 Struktur Organisasi IAIN Kudus



¹“Visi, Misi Dan Tujuan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kudus,” <https://febi.iainkudus.ac.id/laman-748-visi-misi-dan-tujuan.html> Diakses pada tanggal 18 Maret 2023.

4. Deskripsi Profil Informan Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah IAIN Kudus

Program studi Ekonomi Syariah merupakan salah satu prodi yang ada pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus. Dimana Fakultas ini dibagi menjadi beberapa program studi antara lain, Ekonomi Syariah, Akuntansi Syariah, Manajemen Bisnis Syariah, Perbankan Syariah, dan Manajemen Zakat dan Wakaf.

Berikut ini peneliti menyajikan data responden atau partisipan yaitu mahasiswa Program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus.

Tabel 4.1 Data Nama informan mahasiswa, jenis kelamin beserta Program Studi mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Kudus.

No.	Nama Mahasiswa	Jenis Kelamin	Prodi
1.	CAF	Perempuan	Ekonomi Syariah
2.	NKD	Perempuan	Ekonomi Syariah
3.	AMJ	Perempuan	Ekonomi Syariah
4.	LRN	Perempuan	Ekonomi Syariah
5.	RFN	Perempuan	Ekonomi Syariah
6.	ACD	Perempuan	Ekonomi Syariah
7.	MDP	Perempuan	Ekonomi Syariah
8.	RTS	Perempuan	Ekonomi Syariah
9.	NFN	Perempuan	Ekonomi Syariah
10.	LMS	Perempuan	Ekonomi Syariah
11.	FNK	Perempuan	Ekonomi Syariah
12.	MAA	Laki-laki	Ekonomi Syariah
13.	UVA	Perempuan	Ekonomi Syariah
14.	RAS	Perempuan	Ekonomi Syariah
15.	NAU	Perempuan	Ekonomi Syariah
16.	FIK	Laki-laki	Ekonomi Syariah
17.	ARH	Perempuan	Ekonomi Syariah
18.	ASA	Perempuan	Ekonomi Syariah
19.	NFN	Perempuan	Ekonomi Syariah
20.	ASN	Laki-laki	Ekonomi Syariah

B. Deskripsi Data Penelitian

1. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Rendahnya Minat Mahasiswa Dalam Berinvestasi di Pasar Modal Syariah

Data diperoleh dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan informan untuk mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan rendahnya minat mahasiswa dalam berinvestasi di pasar modal syariah. Informan tersebut adalah mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kudus. Wawancara dilakukan kepada 20 informan. Ada beberapa faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi minat mahasiswa, antara lain:

a. Faktor Internal

Faktor internal adalah hal-hal yang ada dalam diri seseorang yang membuat mereka ingin melakukan sesuatu atau ingin mengambil tindakan. Di antara faktor internal tersebut adalah:

- **Pribadi**

Faktor Pribadi adalah faktor pada diri yang membedakan seseorang dengan individu lainnya seperti usia, pekerjaan, serta kemampuan finansial seseorang.² Hal tersebut yang dialami oleh mahasiswa CAF, NKD, RAS, dan ASA, yang tidak berminat untuk berinvestasi karena belum memiliki pekerjaan yang tetap dan terkendala dana atau modal.

Dari hasil wawancara, keempat mahasiswa memberikan alasan yang sama kenapa mereka tidak berminat untuk menginvestasikan dananya di pasar modal syariah. Mahasiswa CAF mengatakan bahwa dirinya memang tidak minat berinvestasi saat ini dikarenakan tidak memiliki modal atau uang,³ sedangkan NKD berkata bahwa dirinya masih diberi uang dari orang tua dan saat ini hanya cukup ia gunakan untuk keperluan kuliah dan juga

² Hadiyati Fitria dan Endding Ahmad Yani, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi Ekonomi Islam," *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 108.

³ Citra Ayu Fatmala, *Mahasiswa S1 Ekonomi Syariah, Wawancara Pada Tanggal 5 Februari, Pukul 08.15 WIB, 2023.*

kehidupan sehari-hari.⁴ Hal yang sama dikatakan oleh mahasiswa RAS yang masih bergantung kepada uang saku yang diberikan orang tuanya untuk keperluan pribadi.⁵ Menurut mahasiswa ASA dirinya tidak minat invesatsi karena saat ini masih sibuk dengan kuliah dan belum memiliki pekerjaan yang tetap, untuk itu dirinya tidak punya penghasilan tetap untuk menghasilkan uang yang nantinya bisa diinvestasikan di pasar modal syariah.⁶

- **Pembelajaran**

Pembelajaran merupakan suatu proses dimana pengetahuan dan pengalaman dapat diperoleh merupakan. Hasil ini menawarkan tindakan yang akan diambil di masa mendatang jika menghadapi situasi yang sama.⁷ Mahasiswa AMJ, LRN, RFN,ACD, NAU dan NFN tidak minat untuk berinvestasi dikarenakan kurangnya pengetahuan atau pembelajaran yang dimiliki oleh mereka.

Dari hasil wawancara, para mahasiswa mengatakan bahwa mereka mendapat pengetahuan dasar tentang teori investasi dan pasar modal syariah dari mata kuliah pasar modal syariah yang didapat pada semester 4 dan 6. Namun menurut mahasiswa AMJ mengatakan bahwa dirinya masih ragu untuk memulai berinvestasi karena pengetahuannya yang minim dan takut dengan risiko yang akan dihadapi.⁸ Mahasiswa LRN juga mengaku masih membutuhkan literasi tentang invesatsi untuk mencari informasi lebih dalam melalui literasi offline maupun online melalui

⁴ Novita Kumala Dewi, *Mahasiswa S1 Ekonomi Syariah, Wawancara Pada Tanggal 10 Februari, Pukul 09.00 WIB, 2023.*

⁵ Ruli Afita Sari, *Mahasiswa S1 Ekonomi Syariah, Wawancara Pada Tanggal 3 Februari, Pukul 13.10 WIB, 2023.*

⁶ Alfina Setiana, *Mahasiswa S1 Ekonomi Syariah, Wawancara Pada Tanggal 5 Februari, Pukul 09.30 WIB, 2023.*

⁷ Nitisusastro, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan, 2013. 74.*

⁸ Anisa Miftakhul Jannah, *Mahasiswa S1 Ekonomi Syariah, Wawancara Pada Tanggal 22 Februari, Pukul 08.20 WIB, 2023.*

media sosial agar dirinya paham dan bisa memulai berinvestasi.⁹ Alasan yang sama dikemukakan oleh mahasiswa RFN yang mengaku belum mampu memulai berinvestasi lantaran pengetahuan yang minim. Mereka mengatakan dengan mengikuti kelas mata kuliah tersebut dapat mengetahui dasar-dasar pengetahuan dari investasi dan pasar modal syariah.¹⁰

Namun, mahasiswa ACD mengatakan belum cukup untuk memulai berinvestasi hanya dengan mengetahui pengetahuan dasar atau teori saja. Dirinya akan lebih senang jika dapat langsung mempraktikkan bagaimana cara memulai berinvestasi di pasar modal syariah.¹¹ Alasan mahasiswa NAU mengatakan dirinya sulit untuk memahami dan mencerna bagaimana caranya untuk berinvestasi. Menurutnya dengan hanya mencari informasi saja tidak cukup untuk memulai cara berinvestasi yang benar serta cara mengelola untuk kedepannya. Oleh karena itu dia tidak berminat untuk berinvestasi di pasar modal syariah karena kurangnya pengetahuan tentangnya. Mereka berharap dapat mempraktikkan secara langsung bagaimana cara berinvestasi di saham atau instrumen lainnya dengan benar.¹² Sedangkan menurut mahasiswa NFN mengatakan bahwa dirinya sebenarnya berminat untuk mempelajari dan memulai berinvestasi di pasar modal syariah, namun hal tersebut terkendala oleh pengetahuannya yang minim terkait investasi.¹³

- **Persepsi**

⁹ Laila Rohmatun, *Mahasiswa S1 Ekonomi Syariah, Wawancara Pada Tanggal 6 Februari, Pukul 08.45 WIB, 2023.*

¹⁰ Rizky Fidianingsih, *Mahasiswa S1 Ekonomi Syariah, Wawancara Pada Tanggal 15 Februari 09.00 WIB, 2023.*

¹¹ Alivia Caroline Devila, *Mahasiswa S1 Ekonomi Syariah, Wawancara Pada Tanggal 15 Februari, Pukul 10.15 WIB, 2023.*

¹² Naila Alfia Ulfa, *Mahasiswa S1 Ekonomi Syariah, Wawancara Pada Tanggal 3 Februari, Pukul 07.30 WIB, 2023.*

¹³ Novarisa Farichatun Nazli, *Mahasiswa S1 Ekonomi Syariah, Wawancara, Pada Tanggal 6 Februari, Pukul 13.40 WIB, 2023.*

Persepsi merupakan proses dimana sensasi yang diterima oleh seseorang dipilah dan dipilih, kemudian diatur dan akhirnya diinterpretasikan.¹⁴ Mahasiswa MDP dan ASN tidak berminat berinvestasi di pasar modal syariah karena memiliki pemikiran jika berinvestasi akan mengalami kerugian.

Dari hasil wawancara, mahasiswa yang dipengaruhi oleh faktor internal persepsi mengatakan bahwa mereka memiliki pikiran bahwa dengan mereka berinvestasi maka akan mengalami kerugian atau risiko. Hal ini dikatakan oleh mahasiswa MDP yang belum pernah mengikuti sosialisasi dan edukasi terkait bagaimana cara untuk berinvestasi, dan juga belum pernah diajari untuk praktik langsung bagaimana cara untuk investasi di pasar modal syariah. Dia punya pikiran bahwa dengan dia berinvestasi maka kerugian akan dialaminya daripada mendapat keuntungan.¹⁵ Hal yang sama dikatakan oleh mahasiswa ASN yang memiliki pikiran bahwa jika kita menginvestasikan uang kita di pasar modal, akan lebih banyak mengalami kerugian daripada keuntungan.¹⁶

- **Motivasi**

Motivasi merupakan dorongan dari dalam diri seseorang yang mendorong orang tersebut untuk bertindak.¹⁷ Mahasiswa RTS dan NFA tidak minat untuk investasi di pasar modal syariah karena malas dan belum memiliki kemauan dari dalam diri untuk berinvestasi di pasar modal syariah.

Dari hasil wawancara, mahasiswa RTS belum memiliki keinginan untuk memulai berinvestasi di pasar modal syariah. Hal tersebut dikarenakan ia

¹⁴ Ristiyanti Prasetyo dan John, *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: Andi, 2004). 67.

¹⁵ *Mayanfa'una Dilla Pisa, Mahasiswa SI Ekonomi Syariah, Wawancara Pada Tanggal 15 Februari, Pukul 12.20 WIB, 2023.*

¹⁶ *Ahmad Setiawan, Mahasiswa SI Ekonomi Syariah, Wawancara, Pada Tanggal 2 Februari, Pukul 10.00 WIB, 2023.*

¹⁷ John, *Perilaku Konsumen*. 80.

belum memiliki motivasi atau keinginan diri untuk berinvestasi.¹⁸ Sedangkan dalam wawancara dengan mahasiswa NFA mengatakan belum tertarik untuk berinvestasi karena menurutnya sangat sulit untuk mempelajari dan memahami bagaimana cara berinvestasi. Mahasiswa NFA mengatakan hal tersebut menjadikannya malas dan tidak tertarik untuk melakukan investasi di pasar modal syariah.¹⁹

- **Kepercayaan**

Kepercayaan merupakan pemikiran deskriptif yang dimiliki seseorang tentang sesuatu.²⁰ Mahasiswa LMS dan ARH tidak berminat investasi di pasar modal syariah karena lebih memilih menabung di bank dan takut dengan investasi bodong.

Menurut hasil wawancara dengan mahasiswa LMS mengatakan bahwa dia takut untuk memulai investasi karena tidak mudah percaya dengan keuntungan yang diberikan. Dia takut tertipu oleh investasi bodong yang kerap memakan korban calon investor yang baru memulai berinvestasi.²¹ Mahasiswa ARH juga mengatakan bahwa dirinya yang sering mencari informasi tentang investasi di berbagai platform media sosial sering melihat dan mendengar berita tentang adanya penipuan investasi bodong. Menurutnya hal tersebut yang membuatnya takut dan tidak minat untuk memulai berinvestasi di pasar modal syariah. Dia tidak mudah percaya dengan semua keuntungan yang ditawarkan jika dirinya menginvestasikan modalnya di pasar modal.²²

¹⁸ Ritno Sari, *Mahasiswa S1 Ekonomi Syariah, Wawancara Pada Tanggal 22 Februari, Pukul 15.30 WIB, 2023.*

¹⁹ Nindi Falentia, *Mahasiswa S1 Ekonomi Syariah, Wawancara Pada Tanggal 21 Februari, Pukul 13.40 WIB, 2023.*

²⁰ Kothler, *Manajemen Pemasaran*. 189.

²¹ Laily Minahus Sanayah, *Mahasiswa S1 Ekonomi Syariah, Wawancara, Pada Tanggal 19 Februari, Pukul 09.30 WIB, 2023.*

²² Alfiatur Rohmah, *Mahasiswa S1 Ekonomi Syariah, Wawancara Pada Tanggal 2 Februari, Pukul 08.15 WIB, 2023.*

b. Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah salah satu yang unik untuk individu yang bersangkutan. Faktor eksternal meliputi:

- Promosi

Dalam konteks pasal ini, promosi atau yang dapat ditawarkan bersamaan dengan iklan adalah strategi yang dilakukan oleh pelaku usaha secara efisien untuk meningkatkan permintaan konsumen terhadap suatu produk.²³ Mahasiswa FNK dan FIK tidak berminat untuk berinvestasi karena merasa kurang pemerataan edukasi atau promosi pentingnya investasi.

Menurut mahasiswa FNK untuk memulai berinvestasi harus paham secara detail atau mendalam mengenai bagaimana caranya investasi di pasar modal syariah, namun ia mengaku belum paham. Meskipun sudah mencari informasi di media sosial ia mengatakan bahwa masih kurangnya pemerataan edukasi tentang investasi menjadi masalah utama. Dirinya berharap bisa mengikuti seminar atau sosialisasi yang diadakan oleh kampus agar mengerti bagaimana cara memulai berinvestasi.²⁴ Begitu halnya dengan mahasiswa FIK yang mengatakan bahwa dirinya belum pernah mengikuti sosialisasi tentang pentingnya investasi di pasar modal syariah. Dia berharap pihak instansi kampus dapat lebih sering mengadakan seminar atau sosialisasi tentang investasi agar semua mahasiswa mendapat pengetahuan.²⁵

- Keluarga

Keluarga merupakan sekelompok orang yang terdiri dari dua anggota atau lebih yang mempunyai hubungan darah, pernikahan atau

²³ Anoraga, *Manajemen Bisnis*. 222.

²⁴ Fitria Nailal Khilda, *Mahasiswa S1 Ekonomi Syariah, Wawancara Pada Tanggal 14 Februari 2023, Pukul 15.00 WIB, 2023.*

²⁵ Ferry Indra Kurniawan, *Mahasiswa S1 Ekonomi Syariah, Wawancara Pada Tanggal 2 Februari, Pukul 12.00 WIB, 2023.*

adopsi yang tinggal bersama.²⁶ Mahasiswa MAA dan UVA tidak minat untuk berinvestasi di pasar modal syariah karena mengikuti keluarga yang sudah menabung terlebih dahulu di bank, atau tidak diberi izin oleh orang tua untuk investasi.

Menurut hasil wawancara dengan mahasiswa MAA mengatakan tidak berminat berinvestasi dikarenakan sudah memiliki tabungan di bank. Menurutnya dengan menabung di bank uang yang dimilikinya akan aman dan terhindar dari risiko yang ada jika diinvestasikan di pasar modal. Alasan lainnya juga karena faktor orang tua dan keluarga yang menyuruhnya untuk menabung uangnya di bank saja karena lebih aman. Keluarganya memberi tahu bahaya berinvestasi di pasar modal yang memiliki banyak risiko jika tidak mengetahui dan memahami betul cara berinvestasi.²⁷ Sedangkan dari hasil wawancara mahasiswa UVA mengatakan orang tuanya juga melarang untuk berinvestasi di pasar modal karena takut dengan kerugian atau risiko yang bisa saja terjadi saat menginvestasikan uangnya. Oleh karena itu dia tidak berminat untuk berinvestasi di pasar modal syariah.²⁸

Berikut kesimpulan data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan 20 informan yaitu mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah IAIN Kudus.

²⁶ Nitisusastro, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, 2013. 87.

²⁷ Muhammad Abdul Aziz, *Mahasiswa S1 Ekonomi Syariah, Wawancara Pada Tanggal 23 Februari, Pukul 09.00 WIB, 2023.*

²⁸ Uli Viana, *Mahasiswa S1 Ekonomi Syariah, Wawancara Pada Tanggal 14 Februari, Pukul 10.00 WIB, 2023.*

Tabel 4.2 Data nama mahasiswa yang minat/ tidak minat investasi serta faktor yang mempengaruhi.

No.	Nama Mahasiswa	Minat/ Tidak Minat	Faktor Internal atau Faktor Eksternal
1.	CAF	Tidak Minat	Faktor Internal Pribadi
2.	NKD	Tidak Minat	Faktor Internal Pribadi
3.	RAS	Tidak Minat	Faktor Internal Pribadi
4.	ASA	Tidak Minat	Faktor Internal Pribadi
5.	AMJ	Tidak Minat	Faktor Internal Pembelajaran
6.	LRN	Tidak Minat	Faktor Internal Pembelajaran
7.	RFN	Tidak Minat	Faktor Internal Pembelajaran
8.	ACD	Tidak Minat	Faktor Internal Pembelajaran
9.	NAU	Tidak Minat	Faktor Internal Pembelajaran
10.	NFN	Tidak Minat	Faktor Internal Pembelajaran
11.	MDP	Tidak Minat	Faktor Internal Persepsi
12.	ASN	Tidak Minat	Faktor Internal Persepsi
13.	RTS	Tidak Minat	Faktor Internal Motivasi
14.	NFA	Tidak Minat	Faktor Internal Motivasi
15.	LMS	Tidak Minat	Faktor Internal Kepercayaan
16.	ARH	Tidak Minat	Faktor Internal Kepercayaan
17.	FNK	Tidak Minat	Faktor Eksternal Promosi
18.	FIK	Tidak Minat	Faktor Eksternal Promosi
19.	MAA	Tidak Minat	Faktor Eksternal Keluarga
20.	UVA	Tidak Minat	Faktor Eksternal Keluarga

C. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Rendahnya Minat Mahasiswa Dalam Berinvestasi di Pasar Modal Syariah

Pada bagian ini peneliti mencoba mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah diperoleh dari hasil wawancara dengan informan dengan melakukan observasi langsung, peneliti nantinya dapat menganalisis tentang faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi rendahnya minat mahasiswa dalam berinvestasi di pasar modal syariah. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, maka peneliti dapat menganalisis faktor serta alasan mengapa mahasiswa IAIN Kudus Prodi Ekonomi Syariah memiliki minat yang rendah terhadap investasi di pasar modal syariah.

Dalam analisis faktor yang mempengaruhi rendahnya minat mahasiswa dalam berinvestasi di pasar modal ini didasarkan pada teknik analisis data meliputi, yang pertama yaitu pengumpulan data. Pengumpulan data diperoleh dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti. Selanjutnya yaitu mereduksi data dengan membuat kategorik atau tema-tema yang serupa itu masuk kedalam kategori apa. Pada penelitian ini setelah peneliti mengetahui alasan apa yang membuat mahasiswa kurang tertarik berinvestasi, selanjutnya dimasukkan kedalam faktor yang mempengaruhinya. Langkah yang ketiga setelah reduksi data yaitu, penyajian data. Data yang telah didapat dan dikategorikan selanjutnya disajikan dalam teks naratif untuk menjelaskan semua informasi yang telah terkumpul. Lalu setelah itu baru disimpulkan.

Peneliti melakukan wawancara kepada 20 informan yaitu mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah IAIN Kudus dengan indikator dan pertanyaan yang berhubungan dengan judul kepada peneliti mengenai investasi, pasar modal syariah, seperti pengetahuan dasar investasi dan pasar modal syariah, minat untuk berinvestasi, mengapa mahasiswa memiliki minat yang rendah terhadap investasi, serta peran media sosial dan mata kuliah wajib pasar modal syariah terhadap minat investasi. Dari 20 mahasiswa semua menjawab bahwa belum minat untuk menginvestasikan dananya pada pasar modal syariah dengan jawaban dan alasan yang berbeda-beda seperti yang telah disampaikan oleh para informan. Masing-masing mahasiswa memiliki alasan tersendiri mengapa mereka tidak minat investasi, serta memberi tahu apakah media sosial dan mata kuliah wajib yang diberikan yaitu pasar modal syariah dapat berperan dalam minat investasi mereka.

1. Analisis Faktor Internal Pribadi

Data yang diperoleh dari hasil wawancara mahasiswa CAF, NKD, RAS, dan ASA menyatakan bahwa alasan mereka tidak minat berinvestasi di pasar modal syariah karena dipengaruhi oleh faktor internal pribadi. Sebagian besar dari mereka mengatakan faktor dana atau uang dan pekerjaan menjadi kendala utama atau penyebab tidak minat berinvestasi.

Menurut pendapat Hadiyati Fitria, pada faktor internal pribadi terdapat karakteristik misalnya usia atau umur seseorang, siklus hidup, pekerjaan, serta kemampuan finansial atau ekonomi memengaruhi produk atau merek yang dibeli.

Hal tersebut yang mempengaruhi keputusan bagi calon pembeli

- **Umur dan siklus hidup** yaitu kebutuhan dan selera seseorang akan berubah sesuai dengan usia mereka. Oleh karena itu pemasar hendaknya memperhatikan minat pembeli yang mengalami perubahan.
- **Jabatan atau pekerjaan** mempengaruhi barang dan jasa yang akan dibeli seseorang. Oleh karena itu pemasar harus dapat mengidentifikasi kelompok yang berhubungan dengan pekerjaan seseorang.
- **Keadaan ekonomi** juga mempengaruhi pilihan suatu produk. Pemasar harus peka terhadap pendapatan dengan teliti memperhatikan pendapatan seseorang seperti tabungan, pendapatan pribadi, dan tingkat bunga.²⁹

Berdasarkan hasil analisa penelitian ini, peneliti dapat menganalisis bahwa dengan faktor internal pribadi dapat mempengaruhi mahasiswa tidak berminat berinvestasi di pasar modal syariah. Mahasiswa yang dipengaruhi oleh faktor internal pribadi disebabkan oleh keadaan ekonomi atau finansial dimana mahasiswa tidak memiliki dana untuk diinvestasikan, serta terkendala jabatan atau belum memiliki pekerjaan yang tetap. Menurut penulis, hal tersebut wajar karena dengan status mereka yang masih mahasiswa akan memberatkan mereka dalam berinvestasi di pasar modal syariah. Selain itu mereka juga belum memiliki pekerjaan dan penghasilan yang tetap serta masih mengandalkan uang yang diberikan oleh orang tua mereka untuk keperluan kuliah dan sehari-hari menjadi alasan untuk tidak menginvestasikan dana mereka terlebih dahulu di pasar modal syariah.

2. Analisis Faktor Internal Pembelajaran

Data yang diperoleh dari hasil wawancara mahasiswa AMJ, LRN, RFN, ACD, NAU, dan NFN menyebutkan alasan mereka tidak berminat untuk berinvestasi di pasar modal syariah karena dipengaruhi oleh faktor internal pembelajaran. Mereka mengatakan kurangnya pengetahuan dan literasi keuangan menjadi kendala utama atau penyebab tidak minat berinvestasi.

²⁹ Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000).

Menurut pendapat Nitisusastro, pembelajaran merupakan proses pengetahuan dan pengalaman dapat diperoleh oleh seseorang. Pada keputusan pembelian suatu produk, pembelajaran atau pengetahuan sangat berperan untuk mengetahui apa yang akan konsumen beli, dimana mereka membeli, dan kapan akan membeli suatu produk. Dengan mengetahui tingkat pengetahuan dan pemahaman konsumen akan sebuah produk, maka akan mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli.

Pembelajaran dapat dipandang sebagai proses dimana pengalaman akan menyebabkan perubahan dalam sikap atau perilaku dan pengetahuan. Menurut Assael pembelajaran konsumen merupakan perubahan dalam perilaku seseorang yang terjadi sebagai hasil dari pengalamannya terdahulu. Pengalaman dalam membeli produk diperoleh konsumen dan akan menyesuaikan perilakunya dengan pengalamannya.³⁰

Konsumen memiliki pengetahuan yang berhubungan erat dengan suatu produk. Bruck membagi pengetahuan konsumen menjadi pengetahuan produk, pengetahuan pembelian, dan pengetahuan pemakaian. Pada pengetahuan produk meliputi kesadaran akan merek sebuah produk didalam kategori produk, terminologi produk, ciri produk serta kepercayaan tentang produk secara umum dan spesifik merek. Pada pengetahuan pembelian meliputi informasi tentang produk itu harus dibeli dan kapan harus membelinya. Sedangkan pada pengetahuan pemakaian meliputi informasi tentang operasi pemakaian dan situs pembelian produk.³¹

Berdasarkan hasil analisis penelitian ini, mahasiswa tidak berminat untuk berinvestasi di pasar modal syariah disebabkan oleh faktor internal pembelajaran. Hal tersebut dikarenakan pengetahuan dasar dan pembelajaran dalam investasi sangat penting untuk meningkatkan minat investasi para mahasiswa. Pengetahuan dan pemahaman calon investor

³⁰ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Keinginan Konsumen* (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2003).

³¹ Dian Isra Rizky, "Analisis Pengetahuan Konsumen (Customer Knowledge) Dan Preferensi Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Seta Penilaian Customer Satisfacation Index (CSI) Konsumen Kosmetik Wardah (Studi Kasus Konsumen Yang Ada Di Kota Medan)" (Universitas Pembangunan Panca Budi Medan, 2019).

akan sebuah produk pasar modal syariah, maka akan mempengaruhi perilaku investor dalam membeli produk tersebut. Faktor pembelajaran sangat diperlukan untuk mengedukasi mahasiswa agar terhindar dari penipuan-penipuan investasi yang mengatakan akan memberikan return atau keuntungan dalam jumlah yang besar dalam waktu yang singkat.

3. Analisis Faktor Internal Persepsi

Data yang diperoleh dari hasil wawancara mahasiswa MDP dan ASN menyebutkan alasan mereka tidak berminat untuk berinvestasi di pasar modal syariah karena dipengaruhi oleh faktor internal persepsi. Mereka mengatakan bahwa takut dan memiliki pikiran bahwa akan mengalami kerugian atau risiko jika berinvestasi. Hal tersebut menjadi kendala utama atau penyebab mahasiswa MDP dan ASN tidak minat berinvestasi.

Persepsi menurut Kotler didefinisikan sebagai proses dimana individu memilih, merumuskan, dan menafsirkan informasi untuk nantinya dapat menciptakan suatu gambaran yang berarti mengenai dunia. Contoh persepsi dimana jika ada dua orang yang keadaannya termotivasi dengan tujuan dan situasi yang sama mungkin akan berbeda dalam bertindak karena perbedaan persepsi kedua orang tersebut. Adapun faktor yang mempengaruhi persepsi antara lain:

- a. Stimulus yang kuat
- b. Jika sistem fisiologi atau psikologi terganggu, maka dapat berpengaruh terhadap persepsi seseorang. Kemampuan berpikir juga akan berpengaruh dalam seseorang memberikan persepsi
- c. Situasi lingkungan sekitar juga mempengaruhi persepsi seseorang.³²

Berdasarkan hasil analisis penelitian ini, menunjukkan bahwa faktor internal persepsi yang mempengaruhi mahasiswa tidak berminat berinvestasi di pasar modal syariah. Menurut peneliti, mahasiswa IAIN Kudus khususnya Prodi Ekonomi Syariah memiliki kendala yang cukup besar untuk kemajuan investasi yaitu kurangnya mengikuti seminar atau sosialisasi

³² Ari Yuniarso Agung Gita Subakti, Darwin Tenironama, "Analisis Persepsi Konsumen (Studi Kasus Molecular Mixology Di Loewy, Jakarta)" (Universitas Bina Nusantara, 2018).

tentang pentingnya investasi di pasar modal. Kurangnya pemahaman terkait investasi menyebabkan munculnya berbagai macam persepsi dari mahasiswa itu sendiri. Hal itu juga dijelaskan pada faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang yang telah dijelaskan diatas.

4. Analisis Faktor Internal Motivasi

Data yang diperoleh dari hasil wawancara mahasiswa RTS, dan NFA menyebutkan alasan mereka tidak berminat untuk berinvestasi di pasar modal syariah karena dipengaruhi oleh faktor internal motivasi. Mereka mengatakan belum memiliki kemauan dari dalam diri untuk berinvestasi di pasar modal syariah.

Menurut Ristiyanti Prasetijo, motivasi merupakan dorongan dari dalam diri individu yang mendorong orang tersebut untuk bertindak. Motivasi memiliki keterlibatan dalam mempengaruhi konsumen untuk memutuskan membeli suatu produk. Semakin kuat motivasi yang dimiliki seseorang, maka semakin kuat juga keterlibatan tersebut. Motivasi sering digambarkan sebagai suatu kekuatan yang bisa mendorong seseorang untuk melakukan tindakan. Pemasar penting untuk mengetahui motivasi seorang konsumen agar dapat melakukan upaya untuk dapat mendorong konsumen tertarik membeli produknya. Apabila keterlibatan produk tinggi, maka konsumen akan mengalami perasaan dan emosi yang kuat untuk memberi tanggapan terhadap produk tersebut.³³

Berdasarkan hasil analisis penelitian ini, adanya faktor internal motivasi merupakan salah satu hal yang mempengaruhi mahasiswa tidak berminat berinvestasi di pasar modal syariah. Menurut peneliti, mahasiswa yang dipengaruhi oleh faktor internal motivasi belum memiliki kemauan dari dalam diri mereka untuk memulai berinvestasi di pasar modal syariah dan merasa kurang percaya diri. Dalam berinvestasi tentunya membutuhkan pribadi yang percaya diri karena dengan kepercayaan diri ini membuat mental investor lebih bisa terkontrol. Seseorang yang berpengalaman dalam investasi akan bisa memberikan keputusan dalam pemilihan saham. Oleh karena itu motivasi dalam diri seseorang sangat

³³ Hengki Tamando Sihotang Nora Anisa Br. Sinulingga, *Perilaku Konsumen Strategi Dan Teori* (Sumatra Utara: IOCS Publisher, 2023).

dibutuhkan jika ingin memulai berinvestasi di pasar modal syariah.

5. Analisis Faktor Internal Kepercayaan

Data yang diperoleh dari hasil wawancara mahasiswa LMS dan ARH menyebutkan alasan mereka tidak berminat untuk berinvestasi di pasar modal syariah karena dipengaruhi oleh faktor internal kepercayaan. Mereka mengatakan kurang mempercayai keamanan dan keuntungan yang diperoleh dari berinvestasi.

Menurut Philip Kotler, kepercayaan yaitu suatu pikiran deskriptif yang dimiliki oleh seseorang mengenai suatu hal. Kepercayaan merupakan variabel kunci untuk mempertahankan suatu hubungan jangka panjang terhadap merek suatu produk perusahaan dalam mengembangkan keinginan konsumen pada produk yang tahan lama. Hal tersebut memiliki tujuan untuk mendapat kepercayaan konsumen terhadap produk perusahaan. Konsumen perlu mengalami sendiri proses pertukaran sehingga dapat terbentuk rasa percaya terhadap merek suatu produk oleh konsumen yang didefinisikan sebagai keterlibatan. Keterlibatan tersebut yang nantinya akan menciptakan pengalaman awal terbentuknya sebuah kepercayaan.

Kepercayaan konsumen pada produk dapat diciptakan dengan memberikan jaminan keamanan pada produk, demikian juga dengan manfaat produk. Kejujuran produsen dalam menyampaikan komposisi atau informasi apa saja yang ada pada produk dapat menciptakan kepercayaan bagi konsumen. Pengembangan sebuah produk yang dilakukan secara terus menerus akan membentuk kepedulian bagi pihak perusahaan dalam menciptakan suatu produk yang aman serta bermanfaat bagi konsumen. Oleh karena itu, kepercayaan akan suatu merek memiliki peran penting bagi sebuah produk. Jika kepercayaan tidak dapat dikendalikan akan mengakibatkan pertimbangan tingkat kepuasan pada pelanggan terhadap suatu produk.³⁴

³⁴ Dewi Nur Setiyaningsih, "Pengaruh Kepuasan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Switching Cost Sebagai Variabel Mediasi" (Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2014).

Berdasarkan hasil analisa penelitian ini, faktor internal kepercayaan dapat mempengaruhi mahasiswa tidak berminat berinvestasi di pasar modal syariah. Menurut peneliti, faktor kepercayaan ini telah menciptakan citra terhadap merk atau produk yang akan dibelinya, dimana orang-orang akan memiliki kepercayaan dan akan bertindak berdasarkan kepercayaan tersebut. Namun menurut hasil wawancara dengan mahasiswa, mereka tidak memiliki kepercayaan terhadap produk yang ada di pasar modal syariah. Kepercayaan merupakan hal yang penting bagi calon investor karena kepercayaan dalam berinvestasi di pasar modal syariah membuat calon investor akan dapat mengambil keputusan memiliki niat untuk berinvestasi.

6. Analisis Faktor Eksternal Promosi

Data yang diperoleh dari hasil wawancara mahasiswa FNK dan FIK menyebutkan alasan mereka tidak berminat untuk berinvestasi di pasar modal syariah karena dipengaruhi oleh faktor internal promosi. Mereka mengatakan kurangnya pemerataan edukasi atau promosi pentingnya investasi menjadi alasan mereka tidak berminat investasi.

Promosi menurut Pandji Anoraga merupakan kegiatan yang dilakukan secara aktif untuk mendorong pembelian suatu produk. Kegiatan promosi penting untuk pemasaran dan bagi sebuah perusahaan dalam upaya meningkatkan kualitas penjualan suatu produk. Dalam meningkatkan kegiatan pemasaran dan pengembangan produk, diperlukan adanya kegiatan promosi. Promosi dipandang sebagai kegiatan komunikasi yang terjadi antara pembeli dan penjual dalam pengambilan keputusan dibidang pemasaran serta mengarahkan semua pihak untuk berbuat lebih baik. Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan produknya, membujuk serta meningkatkan para calon pembeli atau konsumen untuk membeli produknya. Oleh karena itu, perusahaan harus memasang iklan untuk mempromosikan penjualan produk-produknya.³⁵

³⁵ Nel Arianty, "Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pelanggan Menggunakan Kartu Mentari Pada PT. Indosat Tbk. Medan" (Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2017).

Adapun manfaat dilakukannya promosi antara lain:

1. Akan dapat membangun branding usaha
2. Terciptanya komunikasi yang baik antara penjual dan pelanggan
3. Dapat meningkatkan awareness pada produk baru yang dikembangkan
4. Loyalitas pelanggan dapat ditingkatkan
5. Membentuk karakter produk yang berbeda dengan produk atau brand lainnya
6. Dapat menarik calon pembeli baru
7. Dapat menciptakan peluang marketing tradisional
8. Penjualan produk dapat ditingkatkan
9. Penjual lain dapat menciptakan kesempatan baru
10. Alasan untuk membeli produk dapat diciptakan

Berdasarkan hasil analisa penelitian ini, faktor eksternal promosi dapat mempengaruhi mahasiswa tidak berminat berinvestasi di pasar modal syariah. Menurut peneliti, faktor promosi merupakan faktor yang sama pentingnya dengan faktor lain untuk mempengaruhi minat investasi di pasar modal syariah. Promosi sangat penting dan harus dilakukan oleh suatu perusahaan atau instansi yang bersangkutan karena dengan promosi, konsumen akan mengetahui informasi apa saja mengenai produk yang ditawarkan. Hasil wawancara dengan mahasiswa mengatakan bahwa mereka tidak pernah mengikuti seminar atau sosialisasi mengenai pentingnya berinvestasi di pasar modal syariah. Oleh karena itu mereka tidak terlalu minat untuk investasi, karena kurangnya penyebaran promosi di instansi kampus maupun dari luar kampus. Peneliti dan mahasiswa berharap pihak kampus IAIN Kudus khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dapat lebih sering mengadakan acara seminar atau sosialisasi tentang pentingnya investasi agar semua mahasiswa mendapatkan edukasi serta pengetahuan.

7. Analisis Faktor Eksternal Keluarga

Data yang diperoleh dari hasil wawancara mahasiswa MAA dan UVA menunjukkan bahwa alasan mereka tidak berminat untuk berinvestasi di pasar modal syariah karena dipengaruhi oleh faktor eksternal keluarga. Dari hasil wawancara, mereka mengatakan bahwa mengikuti keluarga yang sudah menabung terlebih dahulu di bank dan tidak diberi ijin oleh orang tua untuk investasi.

Menurut Mulyadi Nitisusastro mendefinisikan keluarga sebagai sekelompok orang yang terdiri dari dua atau lebih anggota yang memiliki hubungan darah, pernikahan atau adopsi yang tinggal bersama.

Pada setiap peran yang dilakukan oleh masing-masing individu merupakan sebuah tindakan yang menentukan keputusan positif dalam memperoleh hasil yang baik. Hal yang positif tersebut timbul dari seseorang yang bermula dari unit kecil yang disebut dengan keluarga. Konsumen dalam perilakunya melakukan pembelian dan memakai produknya. Individu yang melakukan pembelian atas produk yang dibeli tidak selalu sebagai pemakai. Begitu juga dalam memutuskan produk yang akan dibeli konsumen dimana terdapat keluarga yang memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian suatu produk yang akan dibeli. Pemberi pengaruh yang paling kuat terhadap persepsi dan perilaku pembelian seseorang merupakan anggota keluarga.³⁶

Peran dan pengaruh setiap keluarga yaitu suami, istri, dan anak-anak dalam pembelian suatu produk itu berbeda-beda. Setiap anggota keluarga memiliki lebih dari satu peran dalam pengambilan keputusan pembelian. Menurut Tjiptono keluarga memiliki indikator antara lain:

- a. Anggota keluarga yang memiliki pengalaman dalam penggunaan sebuah produk
- b. Keluarga memberikan informasi mengenai produk
- c. Anggota keluarga yang memberikan pendapat mengenai produk.³⁷

Berdasarkan hasil analisa penelitian ini, adanya faktor eksternal keluarga ini mempengaruhi mahasiswa tidak berminat berinvestasi di pasar modal syariah. Menurut peneliti hal tersebut dikarenakan keluarga merupakan seseorang yang memiliki hubungan yang dekat dengan informan dan pendapatnya sangat penting untuk mempengaruhi keputusan para informan. Setiap anggota keluarga memiliki peran yang

³⁶ Wildin Wijaksono, "Hubungan Antara Keterlibatan Keluarga Dengan Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Pakaian Secara Online Di Kalangan Mahasiswa Pondok Pesantren Sulaimaniyah Cipinang Jakarta Timur" (Universitas Negeri Jakarta, 2014).

³⁷ Rini Gurning, "Analisa Harga Dan Faktor Keluarga Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Erafone Di P.Siantar" (Universitas Pembangunan Panca Budi, 2020).

besar terhadap keputusan antar sesama anggota keluarga lainnya. Sebagai orang tua pastinya sudah memiliki lebih banyak pengalaman dan pengetahuan dibandingkan peran anak, oleh karena itu banyak mahasiswa yang lebih memilih mengikuti saran yang diberikan orang tua.

D. Peran Media Sosial dan Mata Kuliah Pasar Modal Syariah Terhadap Minat Investasi

Berdasarkan data penelitian yang telah dilakukan pada mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah menjelaskan bahwa media sosial dan mata kuliah wajib pasar modal syariah tidak memiliki peran yang signifikan terhadap minat mereka dalam memulai berinvestasi di pasar modal syariah. Data tersebut diperoleh peneliti setelah melakukan wawancara kepada para informan mahasiswa IAIN Kudus Prodi Ekonomi Syariah yang termasuk kalangan muda atau generasi milenial. Peneliti menanyakan tentang seberapa aktif mereka menggunakan media sosial. Sebagai mahasiswa tentunya harus mengikuti perkembangan teknologi dengan selalu *update* hal-hal yang bisa menambah ilmu pengetahuan. Salah satu informan yang aktif menggunakan *platform* media sosial mengaku pernah mencari informasi tentang bagaimana cara berinvestasi yang benar, keamanan dalam berinvestasi, dan lain sebagainya.

Menurut Liliweri, media sosial merupakan layanan internet yang dirancang untuk memudahkan masyarakat agar dapat berinteraksi secara bebas agar bisa mendapat informasi dan pengetahuan mengenai banyak hal. Media sosial yaitu bentuk platform online dimana penggunaannya dapat memindahkan sebuah konten yang bersumber pada WordPress, Youtube, Facebook, dan lain sebagainya.

Dari data diatas, dapat dianalisis bahwa kemajuan teknologi yang hadir saat ini memberi keuntungan dalam dunia investasi berupa peningkatan keamanan, kenyamanan, serta perluasan akses informasi tentang investasi yang menyentuh seluruh lapisan di lingkungan masyarakat, sehingga hal tersebut mempengaruhi minat investasi. Sekarang ini mahasiswa yang berperan sebagai pelaku industri digital mulai tertarik untuk melakukan investasi di bursa saham. Data yang dihimpun Bursa Efek Indonesia (BEI) menyatakan bahwa sekitar 60-70% investor yang berinvestasi di bursa saham berusia dibawah 40 tahun. Apalagi beberapa perusahaan di BEI yang menjual sahamnya dengan harga yang relatif murah

dan didukung adanya fasilitas yang memudahkan para mahasiswa untuk menanamkan modal mereka. Kebutuhan masyarakat akan internet secara umum semakin bertambah walaupun sebenarnya mereka ingin mendapatkan jaringan internet secara gratis. Banyaknya *influencer* saham yang melakukan sosialisasi dengan menggunakan media sosial untuk menarik simpati publik agar tertarik berinvestasi tidak lepas dari peningkatan investor di pasar efek.³⁸

Para influencer memberikan berbagai informasi serta pengetahuan yang nantinya akan berguna bagi calon investor yang ingin mencoba untuk berinvestasi di pasar modal syariah. Dengan adanya platform media sosial akan memudahkan bagi masyarakat khususnya mahasiswa mendapatkan berbagai informasi dan pengetahuan dasar mengenai investasi dan pasar modal syariah. Namun, banyak mahasiswa yang relatif belum tahu atau belum mengenal bagaimana melakukan investasi serta tertarik ikut mencoba berinvestasi. Oleh sebab itu, pengetahuan dasar sangat penting dan diperlukan mengingat bahwa investasi merupakan hal yang asing bagi sebagian besar penduduk Indonesia. Untuk mempermudah calon investor yang ingin mencoba praktik berinvestasi, perlu adanya informasi yang memadai sehingga nantinya dapat menghadapi risiko serta mengurangi dampak kerugian yang mungkin saja dialami saat bekerja di dunia pasar modal syariah. Bagaimanapun kemampuan seorang investor akan didasarkan pada pengetahuan yang mumpuni perihal investasi.³⁹

Pengetahuan mahasiswa mengenai literasi keuangan dan pengetahuan investasi menjadikan investasi yang semakin baik juga. Oleh karena itu pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus mahasiswa diberikan materi mengenai pengetahuan investasi melalui mata kuliah pasar modal syariah dan juga riset pasar modal. Sedangkan untuk literasi keuangan didapat dari mata kuliah bank lembaga keuangan syariah, manajemen keuangan dan lain sebagainya. Hal itu diharapkan agar mahasiswa FEBSI khususnya pada Prodi Ekonomi Syariah

³⁸ Apriani, "Pengaruh Platform Media Sosial Terhadap Minat Generasi Milenial Dalam Berinvestasi Di Pasar Modal."

³⁹ Luh Komang Merawati & I Putu Mega Juli Semara Putra, "Kemampuan Pelatihan Pasar Modal Memoderasi Pengaruh Pengetahuan Investasi Dana Penghasilan Pada Minat Berinvestasi Mahasiswa," Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis Vol. 10, no. No. 2, 108.

dapat turut serta berinvestasi di pasar modal syariah karena telah dirasa memiliki pengetahuan dasar yang mendukung mahasiswa minat berinvestasi.

Pada mata kuliah wajib riset pasar modal yang diikuti mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah saat memasuki semester 6, membantu para mahasiswa dalam mengenal tentang pasar modal syariah dan investasi. Mereka mengatakan dengan adanya mata kuliah ini bisa menambah pengetahuan mereka tentang pasar modal syariah. Pada mata kuliah riset pasar modal, mahasiswa mempelajari tentang teori pasar modal syariah. Para mahasiswa mengatakan bahwa hanya dengan mempelajari teori kurang memberikan pengetahuan secara langsung untuk berinvestasi. Alangkah lebih baik jika mahasiswa dapat mengamati atau diajari bagaimana caranya memulai investasi dengan membeli instrumen atau produk di pasar modal syariah.

Namun dari hasil wawancara yang dilakukan dengan informan mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah, dari banyaknya informasi dan edukasi yang ada di berbagai platform media sosial serta mata kuliah yang didapat mahasiswa tidak menjadikan mahasiswa untuk tertarik berinvestasi di pasar modal syariah. Mereka memiliki berbagai faktor dan alasan yang dapat menurunkan minat berinvestasi mereka di pasar modal syariah.