

BAB II LANDASAN TEORI

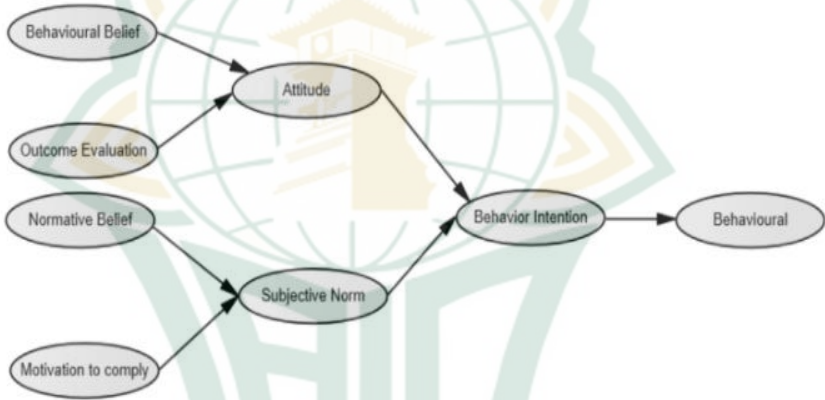
A. Deskripsi Teori

1. Minat Investasi di Pasar Modal Syariah

a. *Theory of Reasoned Action* dan *Theory of Planned Behaviour*

Dalam buku *E-Commerce* menjelaskan bahwa Ajzen dan Fishbein (1980) mengembangkan sebuah teori tentang perilaku manusia, teori tersebut yaitu *Theory of Reasoned Action* atau biasa disingkat dengan TRA.

Gambar 2.1. Model *Theory of Reasoned Action* (Fishbein)



Dari gambar tersebut dijelaskan bahwa perilaku individu berasal dari minat berperilaku, sementara minat berperilaku dibentuk dari sikap dan norma subjektif. Dalam teori ini, sikap diartikan perasaan positif atau negatif, suka ataupun tidak suka ketika melakukan perilaku tertentu. Yang dimaksud norma subjektif disini yaitu tanggapan mengenai kepercayaan orang lain yang bisa mempengaruhi dirinya, meskipun kepercayaan tersebut masih meragukan atau dalam pertimbangan.¹

¹Romindo, dkk., *E-Commerce: Implementasi, Strategi dan Inovasinya* (Yayasan Kita Menulis, 2019), 85, <https://books.google.co.id/books?id=PirGDwAAQBAJ>

Dari *Theory of Reasoned Action*, Ajzen (1991) kemudian mengembangkannya menjadi *Theory of Planned Behaviour* (TPB). Ada tiga (3) elemen yang dikembangkan dan juga ditambahkan dalam TPB yaitu kontrol perilaku, sikap dan norma subjektif. Ketika akan melakukan suatu perilaku tertentu, elemen-elemen tersebut menjadi faktor penentu bagi minat individu.

Menurut Ajzen (1991) TPB adalah teori umum psikologi sosial yang tidak bisa dipungkiri dan juga telah banyak digunakan untuk memprediksi perilaku seseorang. Sementara itu menurut Fishbein dan Ajzen (1975), minat perilaku memungkinkan seseorang melakukan suatu tindakan tertentu. Dalam teori TPB sikap berarti perasaan suka ataupun tidak suka seseorang terhadap suatu rangsangan.

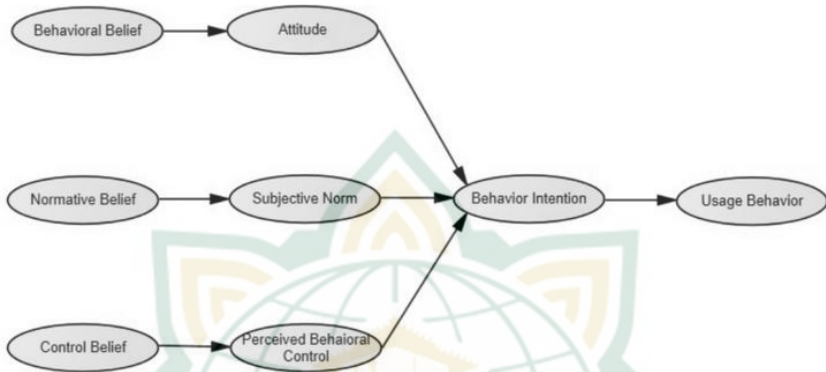
Norma subjektif diartikan sebagai tanggapan individu terhadap orang terdekat yang mempengaruhinya untuk menjalankan ataupun tidak menjalankan perilaku tersebut. Misalnya bisa berupa pendapat, arahan keluarga atau sahabat atau teman ataupun orang-orang sekitar. Hal ini menurut Ajzen (1991) kepercayaan pada norma subjektif merupakan kepercayaan normatif.

Kontrol perilaku berarti suatu kemudahan atau kesulitan yang individu rasakan pada saat akan melakukan perilaku tersebut.² Menurut Ajzen (1991) tidak semua perilaku berada di bawah kendali individu, namun ada juga perilaku yang di luar kendali. Untuk pengendali internal bisa berupa keterampilan, emosi, kemampuan mengolah informasi dan stress. Sedangkan pengendali eksternal seperti faktor lingkungan dan suasana.³

²Romindo, dkk., *E-Commerce: Implementasi, Strategi dan Inovasinya*, 86.

³Romindo, dkk., *E-Commerce: Implementasi, Strategi dan Inovasinya*, 89.

Gambar 2.2. Model *Theory of Planned Behaviour* (Ajzen, 1991)



Untuk mengetahui suatu perilaku layak atau tidak untuk dilakukan, individu akan menggunakan semua informasi yang dimilikinya untuk memikirkan dan membayangkan dampak dari perilaku tersebut.

Seseorang bisa memunculkan suatu perilaku dengan cara harus memiliki minat yang positif terhadap perilaku tersebut. Hal ini dikarenakan minat perilaku menjadi faktor penentu terwujudnya suatu perilaku. Dengan adanya minat maka perilaku seseorang bisa mengarah ke sesuatu yang lebih khusus. Jarak antara minat dan perilaku tidak boleh terlalu lama. Karena minat seseorang bisa berubah seiring waktu berjalan.⁴

Setelah menemukan minat, selanjutnya faktor yang menjadi penentu minat tersebut yaitu sikap. Sikap yang dimaksud disini berupa kepercayaan (*behavioral beliefs*) positif ataupun negatif. Misalnya seseorang memiliki kepercayaan bahwa sesuatu yang dilakukannya adalah hal yang ia sukai.

Selain itu sikap seseorang juga ditentukan dari kepercayaannya pada dampak yang mungkin terjadi dan tentu saja evaluasi dari dampak tersebut. Jika dampak yang terjadi dari perilaku adalah sesuatu yang positif maka perilaku tersebut akan dilakukan. Dalam hal ini sikap bukan

⁴Romindo, dkk., *E-Commerce: Implementasi, Strategi dan Inovasinya*, 88.

satu-satunya penentu minat seseorang dalam berperilaku karena masih ada norma subjektif dan juga kontrol perilaku.

b. Teori *Stimulus Organisme Respons*.

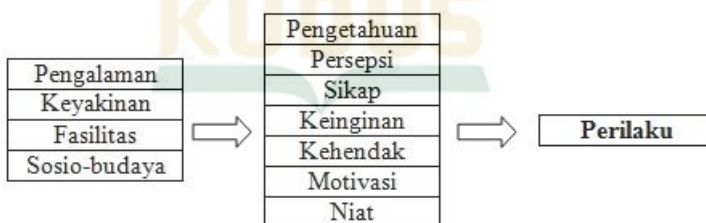
Menurut Skinner (1938) dalam buku *Teori Perilaku dan Budaya Organisasi* menjelaskan perilaku adalah hasil dari reaksi seseorang terhadap rangsangan dari luar yang diterimanya. Perilaku tersebut dikenal dengan istilah teori SOR atau *Stimulus Organisme Respons* karena prosesnya terjadi akibat adanya stimulus yang menjadikan seseorang memberikan respon atau tanggapan.⁵

c. Asumsi Determinan Perilaku Eduard Spranger

Dalam buku *Teori Perilaku dan Budaya Organisasi* menjelaskan mengenai faktor penentu atau determinan perilaku seseorang. Menurut Eduard Spranger (1968) perilaku seseorang hasil dari refleksi berbagai macam gejala kejiwaan, misalnya bisa berupa pengetahuan, keinginan, motivasi, persepsi, minat, dan sikap.

Gejala kejiwaan bisa dipengaruhi berbagai faktor yang ada di sekitar individu tersebut, misalnya bisa berupa pengalaman, keyakinan, fasilitas, sosio-budaya masyarakat. Oleh karena itu, Eduard Spranger mengilustrasikan proses terbentuknya perilaku seseorang seperti gambar di bawah ini.⁶

Gambar 2.3. Proses Terbentuknya Perilaku Menurut Eduard Spranger (1968)



Ketiga teori diatas dapat disimpulkan bahwa sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku menjadi faktor penentu minat seseorang dalam berperilaku. Perilaku dapat terjadi

⁵Mia Lasmi Wardiah, *Teori Perilaku dan Budaya Organisasi* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2016), 15.

⁶Mia Lasmi Wardiah, *Teori Perilaku dan Budaya Organisasi*, 21.

karena ada stimulus yang diterima, kemudian dari stimulus tersebut individu melakukan respon. Terbentuknya perilaku berasal dari refleksi berbagai macam gejala kejiwaan.

d. Definisi minat

Minat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) *online* didefinisikan sebagai kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, keinginan.⁷ Menurut Slameto, minat adalah rasa lebih suka dan ketertarikan pada hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh.⁸ Menurut Crow dan Crow, minat merupakan kekuatan pendorong yang menyebabkan individu memberikan perhatian kepada seseorang, atau kepada aktivitas-aktivitas tertentu.⁹

Dari definisi tersebut memberikan simpulan bahwa minat yaitu ketertarikan pada aktivitas-aktivitas atau individu tertentu yang menyebabkan seseorang memberikan perhatian khusus pada individu atau aktivitas tersebut. Dengan demikian seseorang yang memiliki minat berinvestasi bisa diketahui melalui usahanya dalam mencari informasi yang berkaitan dengan pengetahuan dasar mengenai jenis investasi syariah kemudian memberikan perhatian khusus dengan cara mengikuti berbagai seminar, pelatihan, dan pada akhirnya memutuskan untuk melakukan investasi atau bahkan konsisten menambah porsi investasi yang sudah dimiliki.

Keinginan mencari informasi, kesediaan meluangkan waktu untuk belajar dan kemudian pada akhirnya mencoba untuk berinvestasi syariah adalah alur yang harus dilewati oleh para calon investor yang benar-benar memiliki minat berinvestasi syariah.

e. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat

Menurut Sukmadinata minat dipengaruhi oleh beberapa faktor di bawah ini :

- 1) Pengetahuan
- 2) Pengalaman
- 3) Informasi

⁷KBBI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Versi Daring*, <http://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/minat>

⁸Slameto, *Belajar dan Faktor yang mempengaruhinya* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), 180.

⁹Afi Parnawi, *Psikologi Belajar* (Yogyakarta: Deepublish, 2019), 19.

Selain itu ada juga 3 faktor lain yang menjadi pengaruh timbulnya minat :

- 1) Dorongan dari dalam diri
- 2) Motif sosial
- 3) Faktor emosional atau perasaan¹⁰

Menurut Assael (2002) faktor-faktor yang mempengaruhi minat pembelian konsumen, yaitu:

- 1) Lingkungan

Lingkungan sekitar bisa mempengaruhi minat seseorang dalam hal memilih produk.

- 2) Stimulus pemasaran

Setiap perusahaan memiliki stimulus pemasaran yang berfungsi untuk menarik minat pembelian.¹¹

f. Minat dalam Pandangan Islam

Seperti halnya bakat, minat harus dilanjutkan ke hal yang nyata. Ini dikarenakan minat sesuatu yang abstrak, minat tanpa aksi nyata tidak ada gunanya. Seperti yang kita ketahui dalam Quran Surat al-Alaq ayat 3-5 kita diperintahkan untuk membaca. Membaca bukan hanya diartikan secara tekstual seperti membaca buku, akan tetapi membaca untuk semua aspek. Seperti halnya membaca cakrawala sebagai tanda kebesaran-Nya, membaca potensi diri dan sebagainya.¹²

افْرَأْ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ (۳) الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ (۴) عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ (۵)

Artinya: “Bacalah! Tuhanmulah Yang Maha Pemurah! Yang mengajarkan dengan kalam. Mengajarkan manusia apa yang ia tahu.” (Q.S. Al-Alaq: 3-5)

Allah SWT telah menganugerahkan kepada hambanya berupa bakat dan minat. Tugas kita adalah mengembangkan anugerah tersebut dengan kemampuan semaksimal mungkin yang kita miliki sehingga berguna dengan baik untuk diri

¹⁰Senarai Penelitian Pendidikan, Hukum dan Ekonomi di Sulawesi, eds. Fahmi Gunawan dan Heksa Biopsi Puji Hastuti (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 5, <https://books.google.co.id/books?id=hFhVDwAAQBAJ>

¹¹Joko Rizkie Widokarti dan Donni Juni Priansa, *Konsumen, Pemasaran, dan Komunikasi Kontemporer* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2019), 140-141.

¹² Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam* (Jakarta: Prenada Media, 2004), 272.

kita sendiri, orang lain, terlebih lagi bisa berguna bagi lingkungan di sekitar kita.¹³

g. Investasi di Pasar Modal Syariah

1) Definisi Pasar Modal Syariah

Dalam buku Manajemen Pasar Uang dan Pasar Modal menjelaskan mengenai pengertian pasar modal (*capital market*) yaitu kegiatan penawaran umum perdagangan efek perusahaan publik yang berkaitan dengan produk.¹⁴ Sementara itu pasar modal syariah diartikan sebagai kegiatan dalam pasar modal sebagaimana diatur dalam Undang-undang Nomor 8 tahun 1995 tentang Pasar Modal (UUPM) yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Berdasarkan pengertian tersebut, pasar modal syariah bukan suatu sistem yang terpisah dari sistem pasar modal secara umum.

Yang membedakan pasar modal syariah dengan pasar modal pada umumnya yaitu seluruh mekanisme kegiatannya, seperti emiten dan jenis efek yang diperdagangkan harus sesuai dengan prinsip syariah. Prinsip syariah adalah prinsip berdasarkan syariat Islam yang penetapannya melalui fatwa DSN MUI.

Dalam menerapkan prinsip syariah tentunya bersumber pada Al-Quran dan Hadis Nabi Muhammad SAW. Dari kedua sumber hukum tersebut kemudian dilakukan penafsiran oleh para ulama yang kemudian disebut dengan ilmu fiqh. Salah satu pembahasan yang ada dalam ilmu fiqh yaitu mengenai muamalah (hubungan antara sesama manusia yang berkaitan dengan perniagaan).

Oleh karena itu pasar modal syariah dikembangkan dengan paham fiqh muamalah. Di dalam kaidah fiqh muamalah menjelaskan bahwa semua bentuk muamalah itu diperbolehkan, kecuali terdapat dalil yang

¹³ Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam*, 273.

¹⁴ Mia Lasmi Wardiyah, *Manajemen Pasar Uang dan Pasar Modal* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2017), 283.

mengharamkannya. Hal tersebut menjadi prinsip pasar modal syariah di Indonesia.¹⁵

Di tahun 2004 hasil penelitian IOSCO (*International Organizations of Securities Commissions*) yaitu berupa *Islamic Capital Market Fact Finding Report*, menjelaskan bahwa prinsip dasar Islam yang harus ada di pasar modal syariah yaitu berupa pelarangan *riba*, *gharar*, judi (*maysir*) serta pelarangan barang yang tidak halal.¹⁶

2) Dasar Hukum Pasar Modal Syariah

Dasar hukum pasar modal syariah mengacu pada Undang-Undang Nomor 8 tahun 1995 tentang Pasar Modal berikut peraturan pelaksanaannya (Peraturan Bapepam-LK, Peraturan Pemerintah, Peraturan Bursa, dan lain-lain). Sebagai regulator pasar modal di Indonesia Bapepam-LK memiliki peraturan khusus untuk pasar modal syariah, yaitu:

- a) Peraturan nomor II.K.1 mengenai kriteria dan penerbitan daftar efek syariah.
- b) Peraturan nomor IX.A.13 mengenai penerbitan efek syariah.
- c) Peraturan nomor IX.A.14 mengenai akad-akad yang digunakan dalam penerbitan efek syariah.¹⁷

3) Fungsi Pasar Modal Syariah

Menurut Matewally (1995) dalam buku *Manajemen Pasar Uang dan Pasar Modal*, adanya pasar modal syariah berfungsi sebagai:¹⁸

- a) Tempat untuk masyarakat bisa ikut serta dalam kegiatan bisnis sehingga bisa mendapatkan keuntungan ataupun bisa juga sama-sama menanggung kerugian.
- b) Cara mendapatkan likuiditas bagi perusahaan dengan menjual saham yang dimiliki para pemegang sahamnya.

¹⁵Mia Lasmi Wardiyah, *Manajemen Pasar Uang dan Pasar Modal*, 284.

¹⁶Irwan Abdalloh, *Pasar Modal Syariah*, ed. Aninta Mamoedi (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2018), 21.

¹⁷Mia Lasmi Wardiyah, *Manajemen Pasar Uang dan Pasar Modal*, 284-285.

¹⁸Mia Lasmi Wardiyah, *Manajemen Pasar Uang dan Pasar Modal*, 294.

- c) Penambahan modal yang berasal dari masyarakat bisa digunakan untuk mengembangkan unit produksi perusahaan.
- d) Pemisah transaksi kegiatan bisnis yang harga sahamnya berfluktuasi jangka pendek yang menjadi ciri umum dari pasar modal konvensional.
- e) Kegiatan investasi yang berdasarkan kinerja dari perusahaan sebagaimana tercermin pada harga sahamnya.

h. Indikator-Indikator Minat

Indikator minat menurut Slameto (2010) ada 4, yaitu: perasaan senang, ketertarikan, penerimaan, dan keterlibatan. Berikut ini terdapat penjelasan singkat mengenai keempat indikator tersebut:

1) Perasaan senang

Jika seseorang merasa senang terhadap kegiatan tertentu maka orang tersebut akan dengan senang hati atau tidak terpaksa dalam menjalankannya. Misalnya selalu bersenang hati ketika mengikuti kegiatan dan selalu hadir dalam kegiatan tersebut.

2) Ketertarikan

Seperti halnya seseorang yang bersemangat ketika mengikuti kegiatan dan tentu saja tidak menunda kegiatan tersebut.

3) Penerimaan

Misalnya mendengarkan penjelasan dari kegiatan tertentu dan kemudian langsung mencatatnya tanpa disuruh.

4) Keterlibatan

Ketika seseorang sudah tertarik dengan kegiatan tertentu maka orang tersebut akan ikut terlibat dalam kegiatannya. Misalnya aktif dalam diskusi, aktif bertanya.¹⁹

¹⁹ Slameto, *Belajar dan Faktor yang mempengaruhinya*, 180.

2. Pengetahuan Investasi

Menurut Engel (2006) pengetahuan didefinisikan sebagai informasi yang disimpan di dalam ingatan.²⁰ Pengetahuan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) *online* adalah segala sesuatu yang diketahui, kepandaian. Pengertian tersebut memberikan simpulan bahwa pengetahuan investasi berarti segala sesuatu yang diketahui tentang investasi yang tersimpan di dalam ingatan seorang individu. Pengetahuan tersebut bisa berupa pengetahuan dasar yang individu miliki sebelum memulai kegiatan investasi.

Dalam buku Metode Penelitian Akutansi, Efferin (2008) menjelaskan bahwa seseorang yang memiliki pengetahuan akan lebih mudah mengambil sebuah keputusan, karena dengan pengetahuan seseorang memiliki keyakinan dalam dirinya untuk melakukan kegiatan yang diinginkan.²¹ Pengetahuan bisa membuat seseorang terhindar dari kerugian ketika berinvestasi. Dengan begitu minat berinvestasi bisa muncul pada diri seseorang yang memiliki pengetahuan yang cukup. Pengetahuan bisa diperoleh dari manapun dan juga kapanpun, asalkan individu tersebut serius dalam mencarinya.

Allah SWT akan mengangkat derajat orang-orang yang berilmu dengan kemuliaan di dunia dan juga kelak di akhirat akan mendapatkan pahala. Hal tersebut terdapat dalam Al Quran Surat Al Mujadilah ayat 11 yang berbunyi:

يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ

Artinya : “Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat.”

Seseorang bisa memperoleh pengetahuan melalui aplikasi sosial media resmi yang dimiliki oleh Bursa Efek Indonesia maupun dari berbagai pihak yang benar-benar fokus membahas kegiatan investasi. Salah satu aplikasi sosial media yaitu *Instagram*. Berdasarkan data Statista, 62 juta pengguna aktif

²⁰Etta Mamang Sangaji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian* (Yogyakarta: ANDI, 2013), 43.

²¹Efferin, Sujoko dkk, *Metode Penelitian Akutansi: Mengungkap Fenomena dengan Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008).

instagram membuat Indonesia di nomor empat. Sementara peringkat pertama ada pada Amerika Serikat dengan 120 juta pengguna aktif bulanan.²²

Oleh karena itu, kita bisa memanfaatkan aplikasi sosial media seperti *instagram* untuk memperoleh informasi serta menambah pengetahuan mengenai kegiatan investasi, khususnya investasi syariah. Salah satu akun di *instagram* yang selalu fokus membahas kegiatan investasi yaitu @idxislamic, @pasar_modal_syariah, dan sebagainya. Kita bisa mengikuti akun-akun tersebut supaya setiap saat pengetahuan maupun informasi mengenai investasi syariah semakin bertambah.

Selain itu, bisa dengan cara menonton berbagai video di youtube yang berkaitan dengan investasi syariah. Dalam pemilihan akun instagram ataupun channel youtube tentunya harus berasal dari situs yang resmi. Semua sosial media tersebut pasti dicantumkan di website resmi Bursa Efek Indonesia, supaya mempermudah serta tidak keliru dalam menerima informasi maupun pengetahuan mengenai investasi.

a. Definisi Investasi

Investasi dalam KBBI *online* yaitu penanaman uang atau modal dalam suatu perusahaan atau proyek untuk tujuan memperoleh keuntungan.²³ Menurut Tandelilin dalam buku *Portofolio dan Investasi* menjelaskan investasi adalah komitmen atas sejumlah dana yang dimiliki atau sumber daya lainnya yang dilakukan pada saat ini, bertujuan memperoleh keuntungan di masa yang akan datang. Pembahasan disini mengenai investasi aset finansial terutama sekuritas yang bisa diperdagangkan di pasar modal syariah.²⁴

Berdasarkan definisi diatas, investasi yaitu kegiatan yang dilakukan oleh investor saat ini berupa penanaman sejumlah dana dengan harapan mendapat untung dan digunakan di masa depan. Melakukan investasi dengan

²² Lynda Hasibuan, "Instagram Error, Berapa Jumlah Penggunanya di RI?" 14 Maret 2019. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190314125824-37-60635/instagram-error-berapa-jumlah-penggunanya-di-ri>

²³KBBI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Versi Daring*, <https://kbbi.web.id/investasi>

²⁴Eduardus Tandelilin, *Portofolio dan Investasi* (Yogyakarta: Kanisius, 2010), 2.

prinsip syariah termasuk kegiatan yang dianjurkan untuk setiap muslim.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَتُنَظِرُوا نَفْسَ مَا قَدَّمْتُمْ
لِعَدْلِهِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat), dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.” (Q.S Al-Hasyr : 18)

Tafsiran “hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat)” yaitu melakukan investasi akhirat dengan cara berbuat amal sholeh saat ini untuk bekal kita di akhirat kelak.

Selain memberikan kesejahteraan bagi diri sendiri, investasi juga bisa membawa kesejahteraan bagi ahli waris keturunan sepeninggal dirinya. Hal ini seperti dijelaskan Quran Surat An-Nisa ayat 9:

وَلْيَحْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكَوْا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعَافًا خَافُوا
عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Artinya : “Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan di belakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar.”

b. Faktor Penentu Tingkat Investasi

Menurut Sadono Sukirno, faktor yang menjadi penentu tingkat investasi antara lain:²⁵

- 1) Tingkat keuntungan yang diterima investor

²⁵Sadono Sukirno, *Makro Ekonomi Teori Pengantar Edisi Ketiga* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012), 122.

- 2) Suku bunga
- 3) Kondisi perekonomian di masa depan
- 4) Teknologi yang semakin canggih
- 5) Tingkat pendapatan nasional
- 6) Keuntungan yang perusahaan peroleh

Sementara itu Kamaruddin Ahmad menjelaskan dalam buku *Manajemen Investasi* mengenai alasan seseorang melakukan investasi, yaitu:²⁶

- 1) Karena ingin hidup layak di masa depan.
- 2) Untuk mengurangi tekanan dari inflasi, yang menyebabkan nilai kekayaan menjadi turun.

c. Produk Pasar Modal Syariah

Pengetahuan dasar lainnya yang perlu diketahui para calon investor adalah jenis produk investasi syariah. Berdasarkan buku *Manajemen Pasar Uang dan Pasar Modal* menjelaskan bahwa produk syariah di pasar modal, yaitu berupa surat berharga atau efek.²⁷ Berdasarkan peraturan OJK, sekarang ini efek syariah di pasar modal Indonesia yaitu:

- 1) Saham syariah
- 2) Sukuk
- 3) Reksadana syariah
- 4) Efek Beragun Aset (EBA) syariah, dan
- 5) Dana investasi real estat syariah berbentuk kontrak investasi kolektif (DIRE) syariah.

Efek syariah yang sudah ditransaksikan yaitu saham syariah, sukuk dan reksadana syariah, termasuk *Exchange Traded Funds* (ETF) syariah.²⁸

d. Modal Investasi

Berdasarkan peraturan perubahan satuan perdagangan saham yang terdapat dalam keputusan No. Kep-0071/BEI/11/2013, yaitu merubah satuan perdagangan 1 lot yang awalnya 500 lembar saham menjadi 1 lot 100 lembar saham. Harga minimal saham yang bisa diperdagangkan Rp.50,- per lembar sahamnya. Sementara itu syarat

²⁶Khaerul Umam dan Herry Sutanto, *Manajemen Investasi* (Bandung: Pustaka Setia, 2017), 128.

²⁷Mia Lasmi Wardiyah, *Manajemen Pasar Uang dan Pasar Modal*, 297.

²⁸Irwan Abdalloh, *Pasar Modal Syariah*, ed. Aninta Mamoedi, 80.

membuka Rekening Dana Nasabah (RDN) di pihak sekuritas hanya perlu melampirkan Kartu Tanda Penduduk (KTP) dan memiliki rekening bank serta menyetor modal minimal Rp.100.000,-.²⁹

Dengan kebijakan tersebut, modal yang digunakan untuk melakukan investasi di pasar modal bisa dipenuhi oleh siapapun mulai dari pekerja kantoran, ibu rumah tangga, bahkan seorang mahasiswa yang belum mempunyai penghasilan tetap.

e. Indikator-Indikator Pengetahuan

Indikator yang digunakan untuk mengukur pengetahuan menurut Halim (2005), yaitu:

- 1) Pengetahuan yang cukup
- 2) Pengalaman
- 3) Naluri bisnis untuk menganalisis efek/produk investasi yang akan dibeli.³⁰

3. Persepsi Risiko

a. Definisi Persepsi Risiko

Persepsi merupakan proses individu memperoleh, mengolah, serta menginterpretasikan sebuah informasi. Informasi yang sama bisa diartikan berbeda oleh orang lain. Persepsi orang tentang informasi bisa dipengaruhi oleh adanya pengetahuan, pengalaman, pendidikan, atau minat dari orang tersebut.³¹

Menurut Robbins dan Timothy dalam buku *Perilaku Organisasi dan Kepemimpinan Pelayanan* menjelaskan bahwa persepsi adalah suatu proses individu mengatur, mengartikan kesan-kesan pancaindra mereka. Bisa saja apa yang diartikan individu tersebut berbeda dengan realita sesungguhnya.³² Menurut Fahmi (2013) dalam buku

²⁹ Purboyo, dkk., *Pengaruh Aktifitas Galeri Investasi, Modal Minimal Investasi, Persepsi Risiko dan Persepsi Return terhadap Minat Investasi Saham Syariah*, Jurnal Wawasan Manajemen, Vol. 7 Nomor 2, (2019): 142.

³⁰ Abdul Halim, *Analisis Investasi edisi 2* (Jakarta: Salemba Empat, 2005), 4.

³¹ Etta Mamang Sangaji dan Sopiha, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, 42.

³² Deddy Mulyadi, *Perilaku Organisasi dan Kepemimpinan Pelayanan* (Bandung: Alfabeta, 2018), 46.

Kewirausahaan dan UMKM menjelaskan pengertian risiko adalah bentuk dari keadaan ketidakpastian dari suatu keadaan yang nanti akan terjadi akibat keputusan yang diambil melalui pertimbangan saat ini.³³

Persepsi risiko dalam hal ini diartikan sebagai anggapan-anggapan yang ada dalam diri calon investor mengenai ketidakpastian yang nantinya akan terjadi akibat keputusan yang diambil saat ini. Menurut Nicky Hogan dalam buku yang berjudul *Yuk Nabung Saham* menjelaskan bahwa selama ini terjadi pemahaman yang keliru mengenai investasi seperti pemahaman bahwa investasi adalah sesuatu yang mahal, milik orang kaya, rumit, dan sebagainya. Terlebih lagi untuk investasi syariah yang belum dikenal masyarakat luas.

Sementara itu untuk mahasiswa masih enggan menyisihkan uang sakunya sedikit demi sedikit untuk berinvestasi syariah karena mereka menganggap belum memiliki pekerjaan yang tetap sehingga uang saku yang dimiliki digunakan untuk keperluan tugas kuliah ataupun untuk konsumsi mereka. Padahal saat ini dengan modal 100 ribu, siapa saja bisa dengan mudah memulai berinvestasi.

b. Macam-Macam Persepsi Risiko Investasi

Ada beberapa anggapan-anggapan yang dijadikan alasan masyarakat tidak berani memulai berinvestasi, antara lain:

1) Enggan membuka diri terhadap sesuatu yang baru

Masyarakat masih enggan beralih dari kebiasaan *saving society* ke *investment society*. Keengganan menerima perubahan tersebut, membuat banyak manfaat dari berinvestasi yang seharusnya bisa kita dapatkan menjadi terlewatkan begitu saja.³⁴

2) Takut gagal sebelum memulai berinvestasi

Cerita kegagalan dalam berinvestasi selalu menjadi topik berita yang menakutkan bagi calon investor. Padahal kegagalan tersebut terjadi karena kita bukan

³³Puji Hastuti, dkk., *Kewirausahaan dan UMKM* (Yayasan Kita Menulis, 2020), 86, <https://books.google.co.id/books?id=AaXTDwAAQBAJ>

³⁴Nicky Hogan, *Yuk Nabung Saham: Selamat Datang, Investor Indonesia!* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2017), 20.

berinvestasi, tetapi berspekulasi. Bisa juga karena kurangnya pengetahuan mengenai investasi tersebut.

Ketika kita membeli saham yang terdaftar di BEI dengan fundamental yang baik justru akan memberikan keuntungan setiap tahunnya, bahkan bisa kita wariskan untuk anak cucu kita kelak. Dan kegagalan sebenarnya adalah ketika kita tidak berani mencoba sesuatu yang baru dalam hidup kita yang sudah jelas akan memberi manfaat untuk masa depan.

3) **Ketakutan membayangkan jika kemungkinan ditipu**

Tidak bisa dipungkiri di luar sana pasti banyak pihak yang ingin melakukan penipuan. Cara menghindari risiko tertipu adalah dengan cara berpikir secara bijak dan rasional mengenai produk-produk investasi yang ditawarkan kepada kita. Hanya produk yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Bursa Efek Indonesia (BEI) yang sudah pasti keamanannya.³⁵

4) **Ketakutan dengan aspek hitungan-hitungan**

Belum juga melakukan investasi tapi sudah membayangkan segala macam analisis, perhitungan, serta angka-angka yang begitu rumit. Bisa jadi hal tersebut menjadi penyebab seorang investor menjadi pasif karena lelah memandang angka-angka yang selama ini berseliweran.

Menurut Nicky Hogan dalam buku *Yuk Nabung Saham* menjelaskan satu hal yang pasti dan perlu diingat bahwa investasi itu sederhana. Kita tidak perlu membuatnya rumit. Meskipun demikian kita juga tidak boleh meremehkan atau menganggapnya sangat mudah.

Pilih saja perusahaan-perusahaan dengan kinerja terbaik di bidangnya, sudah cukup memberikan gambaran untuk kita memulai investasi produk saham. Jika masih tetap takut dengan angka-angka yang bermunculan, kita bisa mulai berinvestasi melalui para Manajer Investasi yang akan mengelola dana kita dalam bentuk reksadana.

³⁵Nicky Hogan, *Yuk Nabung Saham: Selamat Datang, Investor Indonesia!*, 21.

Atau bisa melalui broker yang setia memberikan informasi, masukan untuk investasi saham kita.³⁶

5) Takut kalah atau rugi

Jika saham diperlakukan sebagai produk spekulasi, maka istilah menang atau kalah yang akan muncul dipikiran kita. Akan tetapi jika kita memperlakukan saham sebagai instrumen investasi, masih ada kemungkinan untuk rugi. Seperti halnya seorang pengusaha pasti ada risiko kerugiannya. Bagi sebagian calon investor kerugian adalah sesuatu hal yang sangat menakutkan.

Meskipun ada risiko kerugian, instrumen investasi yang kita miliki sampai saat ini masih tetap berdiri kokoh bahkan semakin berkembang dan terbukti memberikan keuntungan.³⁷

Berbagai macam persepsi risiko di atas bisa mempengaruhi perilaku seseorang ketika ingin mulai berinvestasi. Misalnya saja ketika seseorang memiliki minat yang kuat untuk berinvestasi tetapi setelah persepsi risiko di atas muncul dipikirkannya maka orang tersebut menjadi kurang berminat lagi. Padahal Quran Surat Luqman ayat 34 dijelaskan bahwa :

وَمَا تَدْرِي نَفْسٌ مَّاذَا تَكْسِبُ غَدًا

Artinya : “Dan tiada seorang pun yang dapat mengetahui (dengan pasti) apa yang akan diusahakannya besok.”

c. Risiko dalam Investasi

Setiap keputusan investasi selalu berkaitan dengan dua hal, yaitu risiko dan *return*. Risiko mempunyai hubungan positif dan linear dengan *return* yang diharapkan dari suatu investasi. Semakin besar *return* yang diharapkan, semakin besar pula risiko yang harus ditanggung oleh seorang investor. Menurut Jones (1996), risiko adalah kemungkinan pendapatan yang diterima dalam investasi berbeda dengan pendapatan yang diharapkan.³⁸

³⁶Nicky Hogan, *Yuk Nabung Saham: Selamat Datang, Investor Indonesia!*, 22.

³⁷Nicky Hogan, *Yuk Nabung Saham: Selamat Datang, Investor Indonesia!*, 23.

³⁸Khaerul Umam dan Herry Sutanto, *Manajemen Investasi*, 240.

Dalam teori portofolio, risiko dinyatakan sebagai kemungkinan keuntungan yang menyimpang dari yang diharapkan. Oleh karena itu, risiko mempunyai dua dimensi, yaitu menyimpang lebih besar atau lebih kecil dari return yang diharapkan.³⁹

d. Indikator-Indikator Persepsi Risiko

Berikut ini terdapat 6 (enam) indikator persepsi risiko dalam buku Ujang Sumarwan:

- 1) *Financial risk*. Kerugian secara finansial akibat pembelian suatu produk. Misalnya mengalami penipuan.
- 2) *Social risk*. Kekhawatiran konsumen terhadap pendapat orang lain mengenai produk yang telah dibeli.
- 3) *Performance risk*. Kekhawatiran mengenai produk apakah akan berfungsi sebagaimana yang diharapkan.
- 4) *Time and Convenience risk*. Kekhawatiran atas kerugian kehilangan atau waktu terbuang sia-sia akibat membeli suatu produk.
- 5) *Physical risk*. Kekhawatiran mengenai keamanan produk.
- 6) *Psychological risk*. Kekhawatiran hilangnya citra diri akibat produk tidak sesuai kepribadian.⁴⁰

4. Kampanye Social Marketing

a. Pengertian Kampanye Social Marketing

PT Bursa Efek Indonesia (BEI) menyelenggarakan sebuah kampanye atau program yang bertujuan mengajak masyarakat berinvestasi di pasar modal dengan cara membeli saham dengan tekun dan juga disiplin. Kampanye tersebut dikenal dengan istilah Yuk Nabung Saham (YNS). Dengan adanya kampanye ini diharapkan tidak hanya akan menambah jumlah investor baru akan tetapi juga bisa merubah kebiasaan menabung (*saving society*) menjadi berinvestasi (*investing society*). Dengan merubah kebiasaan tersebut, jumlah investor yang aktif di pasar modal Indonesia diharapkan bisa meningkat. Tanggal 12 November 2015 kampanye ini resmi diluncurkan oleh Wakil Presiden

³⁹ Khaerul Umam dan Herry Sutanto, *Manajemen Investasi*, 241.

⁴⁰ Ujang Sumarwan, dkk., *Riset Pemasaran dan Konsumen* (Bogor: PT Penerbit IPB Pers, 2011), 263-264.

Republik Indonesia saat itu yaitu Muhammad Jusuf Kalla di Main Hall Gedung Indonesia Stock Exchange.⁴¹

Kampanye Yuk Nabung Saham merupakan salah satu contoh dari pemasaran sosial (*social marketing*) yang dilakukan oleh pihak BEI. Pemasaran sosial menurut Philip Kotler (1989) dalam buku *Social Marketing* didefinisikan sebagai upaya *public relations* untuk mengubah sikap dan perilaku khalayak dalam rangka mengatasi permasalahan sosial. Pemasaran sosial merupakan penerapan dari konsep pemasaran untuk kegiatan non-komersial mengenai kepedulian terhadap masyarakat, kesejahteraan, serta pelayanan sosial.

Pemasaran sosial juga disebut sebagai kampanye sosial, karena dalam praktiknya ada unsur strategi kampanye. Definisi kampanye menurut Ann Gregory (2000) adalah tindakan yang memiliki tujuan mendapatkan perhatian publik dengan menggunakan berbagai media komunikasi. Dengan kampanye sosial yang semakin gencar disampaikan, para mahasiswa ataupun calon investor lainnya akan menjadi semakin tertarik dengan kegiatan tersebut. Hal ini dikarenakan masyarakat akan mengikuti sesuatu yang sedang diikuti atau sedang menjadi perhatian orang banyak.

Yang menjadi perhatian kampanye sosial adalah aktivitas komunikasinya. Ada beberapa unsur yang harus ada dalam komunikasi, yaitu komunikator, pesan, media, dan komunikan.⁴² Beberapa media sosial yang bisa menyampaikan pesan kampanye Yuk Nabung Saham. Mulai dari instagram, youtube, twitter, dan sebagainya. Semua media sosial tersebut memiliki karakter masing-masing akan tetapi tujuannya tetap untuk berkomunikasi dengan mudah dan tentu lebih menarik.

Dengan menyampaikan kampanye melalui media sosial tersebut akan lebih mudah menjangkau calon investor millenials. Seperti yang kita ketahui barang yang selalu ada di setiap kegiatan millenials adalah *smartphone*, yang mana dalam *smartphone* tersebut di dalamnya pasti ada salah satu

⁴¹<http://yuknabungsaham.idx.co.id/>

⁴² Wahyuni Pudjiastuti, *Social Marketing: Strategi Jitu Mengatasi Masalah Sosial di Indonesia* (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2016), 4.

media sosial di atas. Dengan begitu calon investor bisa memperoleh informasi mengenai kampanye Yuk Nabung Saham kapanpun dan dimanapun mereka berada.

Dalam pemasaran sosial, Kotler dan Seymore menggunakan bauran pemasaran yaitu berupa 4 P:⁴³

- 1) *Product*, berupa variasi produk, kualitas, desain, nama merek dan sebagainya.
- 2) *Price*, berupa daftar harga, potongan harga, penyesuaian atau penawaran harga, dan sebagainya.
- 3) *Place*, berupa tempat, saluran, jangkauan, dan sebagainya.
- 4) *Promotion*, berupa *sales promotion*, iklan, *public relations*, dan sebagainya.

Selain itu Kotler juga menambahkan 3 (tiga) unsur lagi. Unsur-unsur tersebut yaitu :⁴⁴

- 1) *Personnel*, adalah pihak yang menyampaikan produk sosial ke masyarakat. Contohnya petugas kesehatan, petugas dari Badan Narkotika Nasional, petugas dari pertanian, dan sebagainya.
- 2) *Process*, berupa langkah-langkah yang jelas yang disampaikan oleh *social marketer* supaya masyarakat bisa dengan mudah menerima produk yang ditawarkan.
- 3) *Presentation*, pemaparan produk yang jelas dari *social marketer* yang bisa membuat masyarakat yakin dan selanjutnya mau memanfaatkan produk tersebut.

Seymore juga menambahkan 3 (tiga) unsur lagi. Unsur-unsur tersebut yaitu :⁴⁵

- 1) *Producer*, adalah pihak yang menyampaikan produk sosial ke masyarakat.
- 2) *Purchaser*, adalah pasar sasaran yang benar-benar membutuhkan solusi atas suatu permasalahan.
- 3) *Probing*, adalah proses penelitian yang dilakukan untuk menghadapi perubahan permasalahan di masa depan sehingga bisa dijadikan acuan untuk program selanjutnya.

⁴³ Wahyuni Pudjiastuti, *Social Marketing: Strategi Jitu Mengatasi Masalah Sosial di Indonesia*, 6.

⁴⁴ Wahyuni Pudjiastuti, *Social Marketing: Strategi Jitu Mengatasi Masalah Sosial di Indonesia*, 7.

⁴⁵ Wahyuni Pudjiastuti, *Social Marketing: Strategi Jitu Mengatasi Masalah Sosial di Indonesia*, 8.

Perbedaan antara *social marketing* dengan *marketing* yang lain yaitu terletak pada tujuannya. *Social marketing* merupakan bentuk pemasaran yang berisikan pesan sosial dengan tujuan untuk mempengaruhi sikap dan perilaku sosial serta memberi manfaat untuk target *audiens* ataupun masyarakat.⁴⁶

Sementara itu, *marketing* komersial lebih berfokus membujuk masyarakat untuk membeli barang yang diproduksi serta mendapatkan keuntungan. Dengan adanya kampanye *social marketing* berupa kampanye Yuk Nabung Saham masyarakat akan di dorong untuk berfikir bahwa ide yang disampaikan adalah solusi terbaik untuk merubah perilakunya. Sehingga semakin yakin untuk mulai berinvestasi di pasar modal syariah.

b. Indikator-Indikator Kampanye Social Marketing

Menurut Adiguna (2018) dalam strategi Kampanye Yuk Nabung Saham ada 3 (tiga) tahapan mensosialisasikan produk Kampanye Yuk Nabung Saham yang didalamnya terdapat indikator pelaksanaan program kampanye, yaitu:

1) *Awareness*

Sebuah upaya untuk menarik perhatian dan rasa ingin tahu masyarakat terhadap kegiatan menabung saham.

2) *Education*

Memberikan informasi dan pemahaman mengenai cara menabung saham secara lebih lengkap.

3) *Engagement*

Tahap ini merupakan tahap inklusi dengan cara menjalin interaksi dengan calon investor.⁴⁷

5. Aktifitas Galeri Investasi Syariah IAIN Kudus

a. Pengertian Galeri Investasi Syariah

Galeri investasi adalah bentuk kerjasama antara Bursa Efek Indonesia (BEI), perguruan tinggi, dan perusahaan sekuritas untuk memperkenalkan pasar modal di wilayah

⁴⁶Lili Adi Wibowo dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran* (Bandung: Alfabeta, 2017), 186.

⁴⁷Richad Saputra Adiguna, *Kampanye Yuk Nabung Saham IDX untuk Mengubah Mindset Saving Society menjadi Investing Society*, Jurnal Komunikasi Vol. 9 No. 1, 2018, 95.

akademisi.⁴⁸ Dengan adanya galeri investasi ini berbagai pihak mulai dari mahasiswa, dosen, masyarakat luar kampus bisa memanfaatkannya untuk memperoleh informasi tidak hanya teori saja tetapi juga bisa langsung mempraktekkannya.

Seperti yang sudah dijelaskan dalam buku *E-Commerce* bahwa jarak antara minat dan perilaku tidak boleh terlalu lama. Karena minat seseorang bisa berubah seiring waktu berjalan.⁴⁹ Oleh karena itu, setelah seseorang sudah merasa berminat dengan kegiatan investasi maka langkah selanjutnya yaitu langsung melakukan pelatihan. Pelatihan bisa diartikan sebagai pendidikan jangka pendek yang biasanya lebih fokus pada praktik yang berguna untuk meningkatkan kinerja seseorang dan untuk mengurangi kesalahan dalam pekerjaan.⁵⁰

Menurut Rivai (2010) faktor yang berperan dalam sebuah pelatihan yaitu identifikasi kebutuhan, pelatih, peserta, materi, metode, tujuan pelatihan, dan lingkungan yang menunjang.⁵¹ Pada dasarnya faktor-faktor tersebut ada dalam galeri investasi syariah IAIN Kudus. Ketika fasilitas dan sarana yang dibutuhkan untuk praktik tersedia secara lengkap maka mahasiswa akan semakin tertarik untuk berlatih secara langsung teori-teori yang sudah diberikan oleh dosen.

Oleh karena itu, dengan keberadaan galeri investasi syariah di IAIN Kudus ini dapat menjadi faktor untuk memunculkan atau bahkan meningkatkan rasa keingintahuan para mahasiswa terhadap investasi syariah. Selain itu juga bisa langsung memberikan akses kepada siapa saja yang ingin berlatih tanpa harus jauh-jauh ke pusat Bursa Efek Indonesia.

⁴⁸ <https://www.idx.co.id/produk/galeri-investasi-bei-komunitas-pasar-modal/>

⁴⁹ Romindo, dkk., *E-Commerce: Implementasi, Strategi dan Inovasinya*, 88.

⁵⁰ Yoyo Sudaryo, dkk., *Manajemen Sumber Daya Manusia, Kompensasi Tidak Langsung dan Lingkungan Kerja Fisik* (Yogyakarta: ANDI, 2018), 121, <https://books.google.co.id/books?id=ahx5DwAAQBAJ>

⁵¹ Yoyo Sudaryo, dkk., *Manajemen Sumber Daya Manusia, Kompensasi Tidak Langsung dan Lingkungan Kerja Fisik*, 127.

Semua bahan publikasi bisa diperoleh mulai dari yang berbentuk cetakan, laporan keuangan, hingga pergerakan indeks harga saham yang ditampilkan di monitor bisa langsung kita tanyakan kepada petugas yang sedang berjaga di galeri tersebut. Berdasarkan data galeri investasi BEI per Oktober 2019 sudah ada 443 galeri investasi yang tersebar di seluruh Indonesia. Di Kota Kudus ada 2 galeri investasi yang sudah didirikan yaitu di Universitas Muria Kudus dengan perusahaan sekuritas PT FAC Sekuritas Indonesia dan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kudus dengan perusahaan sekuritas PT Phintraco Sekuritas yang resmi dibuka pada tanggal 26 Juli 2019 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Kampus Barat IAIN Kudus.

Dengan keberadaan Galeri Investasi Syariah beberapa kegiatan yang bisa dilakukan untuk menumbuhkan minat berinvestasi antara lain berupa edukasi, pelatihan, pemberian informasi mengenai pasar modal syariah. Seperti Sukmadinata kemukakan bahwa faktor yang bisa mempengaruhi minat individu yaitu pengetahuan, pengalaman dan informasi.

b. Indikator-Indikator Aktifitas Galeri Investasi Syariah

Keberadaan galeri investasi syariah merupakan infrastruktur (sarana-prasarana) yang berada di lingkungan kampus yang bisa dimanfaatkan oleh siapa saja yang ingin belajar investasi syariah. Menurut Ketentuan Umum Permendiknas (Peraturan Menteri Pendidikan Nasional) No. 24 Tahun 2007, sarana merupakan perlengkapan pembelajaran yang bisa dipindah-pindahkan misalnya gedung, meja, kursi dan media pembelajaran lainnya. Prasarana adalah fasilitas dasar dalam menjalankan fungsi sekolah, seperti jalan menuju sekolah, lapangan, taman dan sebagainya.

Menurut Ismaulina dan Suryani (2018) indikator yang diukur dari infrastruktur tersebut, yaitu:

- 1) Sarana dan prasarana dasar pada galeri investasi

- 2) Laboratorium untuk praktik langsung calon investor dengan cara membuka akun di pasar modal melalui bantuan perusahaan sekuritas.⁵²

B. Penelitian Terdahulu

1. **Pipin Nur Azizi dan Sanaji (2018) dengan judul “Efektifitas Kampanye *Social Marketing* Yuk Nabung Saham dan *Theory of Reasoned Action* untuk Memprediksi Niat Berinvestasi Saham”.**

Jurnal tersebut membahas pengaruh kampanye *social marketing* terhadap sikap dan norma subyektif, serta pengaruh sikap dan norma subyektif terhadap niat berinvestasi saham. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasinya adalah sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. Kuesioner dibagikan kepada 110 responden dan data dianalisis menggunakan *Structural Equation Model* (SEM).

2. **Ni Nyoman Sri Rahayu Trisna Dewi, Komang Fridagustina Adnantara, Gde Herry Sugiarto Asana (2017) dengan judul “Modal Investasi Awal dan Persepsi Risiko dalam Keputusan Berinvestasi”.**

Jurnal tersebut membahas pengaruh modal investasi awal dan persepsi risiko terhadap minat berinvestasi di pasar modal. Sampel penelitiannya yaitu mahasiswa. Dan analisis datanya berupa regresi linier berganda.

3. **Ahmad Ulil Albab Al Umar dan Saifudin Zuhri (2019) dengan judul “Pengaruh Manfaat, Pengetahuan dan Edukasi terhadap Minat Mahasiswa dalam Berinvestasi di Pasar Modal Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa IAIN Salatiga)”.**

Jurnal tersebut bertujuan menguji pengaruh manfaat, pengetahuan dan edukasi terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal syariah. Pendekatan yang digunakan yaitu deskriptif kuantitatif. Sampel yang digunakan sebanyak 96 mahasiswa FEBI IAIN Salatiga.

⁵² Ismaulina & Suryani, *Pengaruh Kualitas SDM dan Infrastruktur terhadap Pertumbuhan Investasi di Galeri Investasi BEI FEBI IAIN Lhokseumawe, Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas ekonomi UNIAT*, Vol. 4 No. 1, 2019, 34.

Analisis datanya yaitu regresi linear berganda. Teknik pengambilan sampel menggunakan *slovin* dan *stratified proportional random sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan kuisisioner.

4. **Purboyo, Rizka Zulfikar, dan Teguh Wicaksono (2019) dengan judul “Pengaruh Aktifitas Galeri Investasi, Modal Minimal Investasi, Persepsi Risiko, dan Persepsi Return terhadap Minat Investasi Saham Syariah (Studi pada Mahasiswa Uniska MAB Banjarmasin)”**.

Jurnal tersebut membahas pengaruh aktifitas galeri investasi, modal minimal investasi, persepsi risiko, dan persepsi return terhadap minat investasi saham syariah pada mahasiswa Uniska MAB Banjarmasin. Penentuan sampel dengan rumus *slovin* menghasilkan sampel sebanyak 137 responden, metode yang diterapkan yaitu *purposive sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data dengan SEM (*Structural Equation Model*) menggunakan *software* IBM AMOS versi 22 sehingga dapat diketahui hubungan antar variabel terhadap minat berinvestasi di saham syariah.

5. **Theresia Tyas Listyani, Muhammad Rois, dan Slamet Prihati (2019) dengan judul “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)”**.

Jurnal tersebut membahas 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). Merupakan penelitian kuantitatif terapan kausal. Menggunakan data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik pengambilan sampel dengan teknik *purposive sampling*, dan sampel sebanyak 98 orang. Uji coba instrumen menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

Tabel di bawah ini akan menjelaskan mengenai hasil dari penelitian terdahulu serta mengungkapkan perbedaan, persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang sedang dilakukan.

Tabel 2.1. Hasil Penelitian Terdahulu yang Relevan

Judul Penelitian Penulis	Judul Penelitian Terdahulu	Nama Peneliti Terdahulu	Perbedaan	Persamaan	Hasil Penelitian
Pengaruh Pengetahuan Investasi, Persepsi Risiko, Kampanye <i>Social Marketing</i> , dan Aktifitas Galeri Investasi Syariah terhadap Minat Berinvestasi di Pasar Modal Syariah pada Mahasiswa FEBI IAIN Kudus	1. Efektifitas Kampanye <i>Social Marketing</i> Yuk Nabung Saham dan <i>Theory of Reasoned Action</i> untuk Memprediksi Niat Berinvestasi Saham	Pipin Nur Azizi dan Sanaji (2018)	Penelitian terdahulu tidak menggunakan variabel Pengetahuan Investasi, Persepsi Risiko dan Aktifitas Galeri Investasi Syariah.	Menggunakan variabel Kampanye <i>Social Marketing</i> .	Terdapat pengaruh positif dan signifikan kampanye <i>social marketing</i> terhadap norma subyektif dan sikap mahasiswa dalam berinvestasi saham. Terdapat pengaruh positif dan signifikan sikap dan norma subyektif terhadap niat berinvestasi pada mahasiswa. Akan tetapi tidak ada pengaruh signifikan kampanye <i>social marketing</i> terhadap niat

					berinvestasi pada mahasiswa. Hal ini dikarenakan kebanyakan responden tidak hanya melihat Kampanye Yuk Nabung Saham sebagai motivasi utama dalam berinvestasi akan tetapi ada program yang melengkapi kampanye tersebut seperti pelatihan pasar modal di galeri investasi.
	2. Modal Investasi Awal dan Persepsi Risiko dalam Keputusan Berinvestas	Ni Nyoman Sri Rahayu Trisna Dewi, Komang Fridagustina Adnantara,	Penelitian terdahulu tidak menggunakan variabel Pengetahuan Investasi, Kampanye	Menggunakan variabel Persepsi Risiko.	Persepsi atas risiko berpengaruh positif terhadap minat berinvestasi di pasar

	i.	Gde Herry Sugiarto Asana (2017)	<i>Social Marketing</i> dan Aktifitas Galeri Investasi Syariah.		modal dengan nilai signifikansi 0,000. Sementara modal investasi awal berpengaruh negatif terhadap minat berinvestasi di pasar modal dengan nilai signifikansi sebesar 0,012.
	3. Pengaruh Manfaat, Pengetahuan dan Edukasi terhadap Minat Mahasiswa dalam Berinvestasi di Pasar Modal Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa IAIN Salatiga)	Ahmad Ulil Albab Al Umar dan Saifudin Zuhri (2019)	Penelitian terdahulu tidak menggunakan variabel Persepsi Risiko, Kampanye <i>Social Marketing</i> , dan Aktifitas Galeri Investasi Syariah.	Menggunakan variabel Pengetahuan Investasi.	Dari penelitian tersebut menunjukkan hasil bahwa manfaat, pengetahuan dan edukasi berpengaruh cukup kuat. Sebanyak 42,2% menyatakan bahwa dengan adanya

					<p>pengetahuan akan memudahkan seseorang mengambil keputusan berinvestasi .</p> <p>Manfaat, pengetahuan, dan edukasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat berinvestasi mahasiswa FEBI IAIN Salatiga.</p>
	<p>4. Pengaruh Aktifitas Galeri Investasi, Modal Minimal Investasi, Persepsi Risiko, dan Persepsi Return terhadap Minat Investasi Saham Syariah (Studi pada</p>	<p>Purboyo, Rizka Zulfikar, dan Teguh Wicaksono (2019)</p>	<p>Penelitian terdahulu tidak menggunakan variabel Pengetahuan Investasi dan Kampanye <i>Social Marketing</i>.</p>	<p>Menggunakan variabel Persepsi Risiko dan Aktifitas Galeri Investasi.</p>	<p>Pertama, variabel aktifitas galeri investasi berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa untuk berinvestasi di saham syariah. Kedua, variabel persepsi</p>

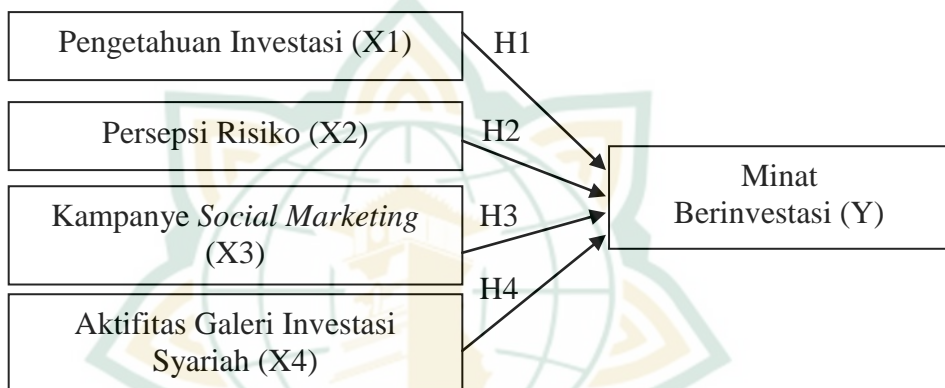
	Mahasiswa Uniska MAB Banjarmasin)				return tidak berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa untuk berinvestasi di saham syariah. Ketiga, variabel persepsi risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap minat untuk berinvestasi di saham syariah. Keempat, variabel modal minimal investasi berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa untuk berinvestasi di saham syariah.
	5. Analisis Pengaruh Pengetahuan Investasi, Pelatihan	Theresia Tyas Listyani, Muhammad Rois, dan	Penelitian terdahulu tidak menggunakan variabel	Menggunakan variabel Pengetahuan Investasi dan	Uji t menunjukkan pengetahuan investasi

	<p>Pasar Modal, Modal Investasi Minimal dan Persepsi Risiko terhadap Minat Investasi Mahasiswa di Pasar Modal (Studi pada PT Phintraco Sekuritas Branch Office Semarang)</p>	<p>Slamet Prihati (2019)</p>	<p>Kampanye <i>Social Marketing</i> dan Aktifitas Galeri Investasi Syariah.</p>	<p>Persepsi Risiko.</p>	<p>dan persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap minat investasi mahasiswa. Pelatihan pasar modal dan modal investasi minimal berpengaruh terhadap minat investasi mahasiswa. Uji F menunjukkan pengetahuan investasi, pelatihan pasar modal, modal investasi minimal dan persepsi risiko secara simultan berpengaruh terhadap minat investasi mahasiswa.</p>
--	--	------------------------------	---	-------------------------	--

C. Kerangka Berpikir

Sebagai gambaran dalam penyelesaian masalah maka diperlukan adanya kerangka teoritik yang terperinci, agar penelitian ini akan lebih terarah. Adapun kerangka teori tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.4. Kerangka Berpikir



Keterangan:

1. Variabel independen dalam penelitian ini adalah, Pengetahuan Investasi (X1), Persepsi Risiko (X2), Kampanye *Social Marketing* (X3), dan Aktifitas Galeri Investasi Syariah (X4).
2. Variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah, Minat Berinvestasi.

Kerangka pemikiran di atas memberikan penjelasan bahwa terdapat empat variabel bebas yang meliputi pengetahuan investasi, persepsi risiko, kampanye *social marketing*, dan aktifitas galeri investasi syariah dengan simbol X1, X2, X3, dan X4. Variabel ini digambarkan terhubung dengan variabel terikat yaitu minat berinvestasi dengan simbol Y secara parsial yang melahirkan hipotesis dengan simbol H1, H2, H3, dan H4.

D. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara yang terdapat rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan

sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.⁵³

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, landasan teori, dan kerangka berpikir di atas maka diperoleh hipotesis penelitian sebagai berikut :

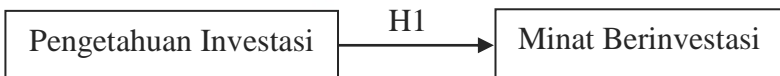
1. Pengaruh pengetahuan investasi terhadap minat berinvestasi mahasiswa di pasar modal syariah.

Pengetahuan menurut Engel (2006) adalah informasi yang disimpan di dalam ingatan. Pengetahuan investasi berarti segala sesuatu yang diketahui tentang investasi yang tersimpan di dalam ingatan seorang individu. Pengetahuan tersebut bisa berupa pengetahuan dasar yang dimiliki seseorang sebelum melakukan kegiatan investasi.

Efferin (2008) menjelaskan bahwa seseorang yang memiliki pengetahuan akan lebih mudah mengambil sebuah keputusan, karena dengan pengetahuan seseorang memiliki keyakinan dalam dirinya untuk melakukan kegiatan yang diinginkan.

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Ulil Albab Al Umar dan Saifudin Zuhri di IAIN Salatiga tentang manfaat, pengetahuan, dan edukasi terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal syariah menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat berinvestasi di pasar modal syariah. Dari pengetahuan investasi yang signifikan terhadap pasar modal syariah tersebut dapat mempengaruhi responden untuk berinvestasi di pasar modal syariah.

Gambar 2.5. Hipotesis Pengetahuan Investasi



H1 : Diduga ada pengaruh positif dan signifikan pengetahuan investasi terhadap minat berinvestasi di pasar modal syariah.

2. Pengaruh persepsi risiko terhadap minat berinvestasi mahasiswa di pasar modal syariah.

⁵³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 64.

Menurut Robbins dan Timothy persepsi adalah suatu proses individu mengatur dan mengartikan kesan-kesan pancaindra mereka. Sementara risiko menurut Fahmi (2013) adalah bentuk dari keadaan ketidakpastian dari suatu keadaan yang nanti akan terjadi akibat keputusan yang diambil melalui pertimbangan saat ini. Persepsi risiko dalam hal ini diartikan sebagai anggapan-anggapan yang ada dalam diri calon investor mengenai ketidakpastian yang nantinya akan terjadi akibat keputusan yang diambil saat ini.

Dari hasil penelitian yang dilakukan Ni Nyoman Sri Rahayu Trisna Dewi dan kawan-kawan mengenai modal investasi awal dan persepsi risiko dalam keputusan berinvestasi menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal. Hal ini bisa juga disebabkan oleh mahasiswa yang menjadi sampel penelitian tersebut memiliki pengetahuan yang cukup mengenai pasar modal, di mana untuk memperoleh hasil yang tinggi harus disertai dengan risiko yang tinggi pula. Dari persepsi risiko yang positif terhadap pasar modal syariah tersebut dapat mempengaruhi responden untuk berinvestasi di pasar modal syariah.

Gambar 2.6. Hipotesis Persepsi Risiko



H2 : Diduga ada pengaruh positif dan signifikan persepsi risiko terhadap minat berinvestasi di pasar modal syariah.

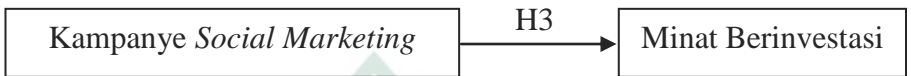
3. Pengaruh kampanye *social marketing* terhadap minat berinvestasi mahasiswa di pasar modal syariah.

Kampanye Yuk Nabung Saham merupakan salah satu contoh dari pemasaran sosial (*social marketing*) yang dilakukan oleh pihak BEI. Pemasaran sosial menurut Philip Kotler (1989) didefinisikan sebagai upaya *public relations* untuk mengubah sikap dan perilaku khalayak dalam rangka mengatasi permasalahan sosial.

Dari hasil penelitian yang dilakukan Pipin Nur Azizi dan Sanaji menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kampanye *social marketing* terhadap sikap mahasiswa dalam berinvestasi. Dari kampanye *social marketing*

yang positif dan signifikan terhadap pasar modal syariah tersebut dapat mempengaruhi responden untuk berinvestasi di pasar modal syariah.

Gambar 2.7. Hipotesis Kampanye Social Marketing



H3 : Diduga ada pengaruh positif dan signifikan kampanye *social marketing* terhadap minat berinvestasi di pasar modal syariah.

4. Pengaruh aktifitas galeri investasi syariah terhadap minat berinvestasi mahasiswa di pasar modal syariah.

Galeri investasi adalah bentuk kerjasama antara Bursa Efek Indonesia (BEI), perguruan tinggi, dan perusahaan sekuritas untuk memperkenalkan pasar modal di wilayah akademisi.

Penelitian yang dilakukan oleh Purboyo dan kawan-kawan mengenai pengaruh aktifitas galeri investasi, modal minimal investasi, persepsi risiko dan persepsi return terhadap minat investasi saham syariah juga menyatakan bahwa aktivitas galeri berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa untuk berinvestasi di saham syariah. Dari keberadaan galeri investasi yang signifikan terhadap pasar modal syariah tersebut dapat mempengaruhi responden untuk berinvestasi di pasar modal syariah.

Gambar 2.8. Hipotesis Aktifitas Galeri Investasi Syariah



H4 : Diduga ada pengaruh positif dan signifikan aktifitas galeri investasi terhadap minat berinvestasi di pasar modal syariah.