

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Hasil Penelitian

#### 1. Gambaran Obyek Penelitian

Sejarah perkembangan pasar modal syariah di Indonesia dengan pasar modal Islam dunia sebenarnya tidak tertinggal jauh. Hal ini dibuktikan dengan penerbitan produk investasi syariah di pasar Internasional dengan di pasar modal syariah Indonesia waktunya berdekatan. Yang menjadi pembeda yaitu pada proses selanjutnya, Indonesia dalam merespons perkembangan pasar modal syariah dunia selalu terlambat.

Pertumbuhan pasar modal syariah Indonesia terlebih dahulu harus didorong oleh permintaan pasar, kemudian pemerintah menerbitkan regulasi pendukungnya. Berbeda dengan negara lain, misalnya Malaysia, perkembangan pasar modal syariah diciptakan oleh pemerintah terlebih dahulu kemudian pasar didorong untuk mengeluarkan produk investasi.<sup>1</sup>

Sejarah perkembangan pasar modal syariah Indonesia dibagi menjadi dua (2) bagian, yaitu :

##### a. Tonggak Kelahiran Pasar Modal Syariah Indonesia

**1997.** Diawali dengan penerbitan reksadana syariah pertama di Indonesia oleh Danareksa Investment Management (DIM).

**1999.** Majelis Ulama Indonesia membentuk Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI), sebagai lembaga independen di bawah MUI yang bertanggung jawab terhadap fatwa terkait ekonomi Islam di Indonesia.

**2000.** DIM bekerja sama dengan Bursa Efek Jakarta (BEJ) meluncurkan *Jakarta Islamic Index* (JII) sebagai indeks saham syariah pertama di Indonesia. JII adalah indeks saham syariah yang terdiri dari 30 saham syariah yang paling likuid di Indonesia. Peluncuran JII hanya berselang satu tahun dari penerbitan indeks saham syariah pertama di dunia,

---

<sup>1</sup> Irwan Abdalloh, *Pasar Modal Syariah*, ed. Aninta Mamoedi (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2018), xxiii.

*Dow Jones Islamic Market Index* (DJIM) tahun 1999.

2001. DSN-MUI menerbitkan Fatwa No. 20 tahun 2001 tentang pedoman pelaksanaan investasi untuk reksadana syariah.
2002. PT Indosat menerbitkan obligasi syariah pertama di Indonesia dengan menggunakan akad *mudharabah*.
2003. DSN-MUI menerbitkan Fatwa No. 40 tahun 2003 tentang pasar modal dan pedoman umum penerapan prinsip syariah di bidang pasar modal.
2004. PT Matahari Putra Prima (MPP) menerbitkan obligasi syariah *ijarah* pertama di Indonesia.
2006. Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan (Bapepam-LK) mengeluarkan regulasi atau peraturan tentang pasar modal syariah pertama di Indonesia, terdiri dari:
  - Peraturan No. IX.A.13 tentang penerbitan Efek Syariah.
  - Peraturan No. IX.A.14 tentang akad-akad yang digunakan dalam penerbitan efek syariah di pasar modal.
 Sejak dikeluarkan regulasi ini, istilah obligasi syariah secara resmi diganti dengan Sukuk.
2007. Bapepam-LK menerbitkan peraturan II.K.1 tentang kriteria dan penerbitan Daftar Efek Syariah (DES).
2008. Pemerintah Indonesia mengeluarkan Undang-Undang (UU) No. 19 tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) yang lebih dikenal dengan istilah Sukuk negara.
2010. BEI menyelenggarakan kegiatan edukasi pasar modal syariah pertama kali di Indonesia dengan menggunakan merk Sekolah Pasar Modal Syariah (SPMS).<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Irwan Abdalloh, *Pasar Modal Syariah*, ed. Aninta Mamoedi, xxiv-xxviii.

## b. Tonggak Kebangkitan Pasar Modal Syariah Indonesia

**2011.** BEI menerbitkan Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI). ISSI adalah indeks komposit seluruh saham syariah yang tercatat di BEI.

DSN-MUI menerbitkan Fatwa No. 80 tahun 2011 tentang penerapan prinsip syariah dalam mekanisme perdagangan efek bersifat ekuitas di pasar reguler bursa efek.

BEI memperkenalkan model bisnis *Shariah Online Trading System* (SOTS) sebagai alat bantu transaksi bagi investor yang ingin melakukan perdagangan saham syariah yang sesuai prinsip Islam.

**2013.** Bank Syariah Mandiri menjadi bank RDN Syariah pertama di Indonesia.

**2014.** Bank Panin Syariah menjadi emiten syariah pertama yang tercatat di BEI.

**2015.** Universitas Islam Indonesia (UII) bekerjasama dengan BEI dan Phintraco Sekuritas mendirikan Galeri Investasi Syariah (GIS) pertama di Indonesia.

**2016.** BEI memperoleh penghargaan sebagai *The Best Supporting Institution of the Year 2016* dari GIFA (*Global Islamic Finance Award*).

**2017.** Henan Putihrai Sekuritas bersama dengan Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) meluncurkan zakat saham. Penghargaan *The Best Supporting Institution of the Year 2017* dari GIFA kembali diperoleh oleh BEI.<sup>3</sup>

## a. Galeri Investasi Syariah IAIN Kudus

Galeri investasi syariah IAIN Kudus diresmikan pada tanggal 26 Juli 2019 yang bertempat di kampus barat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Kudus. Peresmian dilakukan oleh IAIN Kudus bersama PT Bursa Efek Indonesia (BEI) dan PT Phintraco Sekuritas.<sup>4</sup> Ruang dan kelengkapan galeri yang dimiliki IAIN Kudus sudah cukup bagus, seperti halnya terdapat layar yang menampilkan pergerakan saham sehingga mahasiswa yang

---

<sup>3</sup> Irwan Abdalloh, *Pasar Modal Syariah*, ed. Aninta Mamoedi, xxviii-xxxii.

<sup>4</sup> Ali Mustofa, *BEI Pusat Resmikan Galeri BEI IAIN Kudus*, 27 Juli 2019, <https://radarkudus.jawapos.com/read/2019/07/27/148253/bei-pusat-resmikan-galeri-bei-iain-kudus>

berkunjung bisa langsung menganalisisnya. Terdapat petugas yang senantiasa membantu ketika ada mahasiswa yang berkunjung ke galeri tersebut. Pembelajaran di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus menjadi lebih lengkap setelah diresmikannya galeri investasi syariah IAIN Kudus.

Di galeri investasi syariah IAIN Kudus mahasiswa tidak hanya bisa mempraktikkan teori pada materi perkuliahan, akan tetapi mereka juga bisa langsung berinvestasi. Galeri investasi syariah IAIN Kudus tidak hanya untuk Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, akan tetapi fakultas lain atau bahkan masyarakat bisa memanfaatkannya.

## 2. Deskripsi Identitas Responden

### a. Jenis Kelamin

Frekuensi jenis kelamin responden bisa diamati pada bagan berikut :

**Tabel 4.1**  
**Jenis Kelamin Responden**

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	18	22,0	22,0	22,0
	Perempuan	64	78,0	78,0	100,0
Total		82	100,0	100,0	

*Sumber: Data primer setelah diolah, 2020*

Dengan total 82 responden, terdapat 18 mahasiswa laki-laki (22,0%) dan 64 mahasiswa perempuan (78,0%). Dari tabel tersebut menunjukkan mahasiswi lebih banyak daripada mahasiswa. Ini disebabkan komposisi antara mahasiswa dan mahasiswi di IAIN Kudus lebih banyak jumlah mahasiswinya. Selain itu, angket disebar random serta tidak membagi proporsi jenis kelamin karena sesuai dengan batasan *purposive sampling* yang ditentukan dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa responden yang menjadi sampel tidak memiliki batasan dari segi jenis kelamin. Selain itu dalam menjawab kuesioner penelitian ini juga bersifat sukarela.

## b. Program Studi Responden

Data mengenai program studi responden bisa diamati sebagai berikut:

**Tabel 4.2**  
**Program Studi Responden**

		Program Studi			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ekonomi Syariah	32	39,0	39,0	39,0
	Manajemen Bisnis Syariah	46	56,1	56,1	95,1
	Manajemen Zakat Wakaf	4	4,9	4,9	100,0
	Total	82	100,0	100,0	

*Sumber: Data primer setelah diolah, 2020*

Berdasarkan bagan, total 82 responden yang program studi Ekonomi Syariah sebanyak 32 mahasiswa (39,0%), program studi Manajemen Bisnis Syariah sebanyak 46 mahasiswa (56,1%), dan program studi Manajemen Zakat Wakaf sebanyak 4 mahasiswa (4,9%).

Dari tabel tersebut menunjukkan bahwa kebanyakan yang mengisi kuesioner penelitian adalah program studi Manajemen Bisnis Syariah, salah satu yang bisa menjadi alasannya yaitu peneliti termasuk ke dalam mahasiswa program studi Manajemen Bisnis Syariah, jadi besar kemungkinan relasi yang dimiliki dan dengan sukarela menjawab kuesioner tersebut kebanyakan mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah.

Sementara Manajemen Zakat Wakaf yang mengisi hanya 4 orang, salah satu yang bisa menjadi penyebab yaitu program studi tersebut angkatan 2016 terdiri dari satu kelas tidak ada mata kuliah pasar modal syariah jadi besar kemungkinan mereka kurang begitu tertarik untuk mengisi kuesioner tersebut. Selama perkuliahan mahasiswa angkatan 2016, mata kuliah pasar modal syariah hanya ada di program studi Ekonomi Syariah dan Manajemen Bisnis Syariah.

Terlepas dari itu semua, peneliti menyebarkan kuesioner secara acak di grup whatsapp kelas dan tidak membaginya berdasarkan proporsi program studi responden.

Selain itu dalam mengisi kuesioner tersebut juga bersifat sukarela.

### 3. Analisis Deskriptif

#### a. Variabel Pengetahuan Investasi (X1)

Frekuensi pengetahuan mahasiswa IAIN Kudus angkatan 2016 terhadap pasar modal syariah:

**Tabel 4.3**  
**Frekuensi Variabel Pengetahuan Investasi (X1)**

Item Pertanyaan	Total SS	%	Total S	%	Total KS	%	Total TS	%	Total STS	%
X1.1	44	53,7	38	46,3	0	0	0	0	0	0
X1.2	31	37,8	51	62,2	0	0	0	0	0	0
X1.3	22	26,8	55	67,1	4	4,9	1	1,2	0	0
X1.4	20	24,4	59	72,2	3	3,7	0	0	0	0
X1.5	16	19,5	59	72,0	6	7,3	1	1,2	0	0

*Sumber: Data primer setelah diolah, 2020*

Penjelasan tabel di atas berarti:

- 1) Pernyataan pertama, 53,7% responden menyatakan sangat setuju bahwa sebagai calon investor syariah, pengetahuan yang cukup mengenai investasi syariah sangatlah penting. Sedangkan 46,3% menyatakan setuju.
- 2) Pernyataan kedua, 62,2% responden menyatakan setuju bahwa pengetahuan yang cukup mengenai investasi syariah wajib dikuasai sebelum melakukan investasi syariah. Sedangkan 37,8% menyatakan sangat setuju.
- 3) Pernyataan ketiga, 67,1% responden menyatakan setuju bahwa pengalaman mengenai investasi syariah yang sudah diperoleh, bisa membantu dalam berinvestasi syariah. Sedangkan 26,8% menyatakan sangat setuju, 4,9% menyatakan kurang setuju, dan 1,2% tidak setuju.
- 4) Pernyataan keempat, 72,0% menjawab setuju dalam berinvestasi, memilih produk investasi yang diketahui. Sedangkan 24,4% sangat setuju, 3,7% kurang setuju.

- 5) Pernyataan kelima, 72,0% responden menyatakan setuju bahwa sukuk adalah salah satu produk investasi syariah. Sedangkan 19,5% memilih sangat setuju, 7,3% kurang setuju, dan 1,2% tidak setuju.

**b. Variabel Persepsi Risiko (X2)**

Frekuensi persepsi risiko bagi mahasiswa IAIN Kudus angkatan 2016 terhadap pasar modal syariah.

**Tabel 4.4**  
**Frekuensi Variabel Persepsi Risiko (X2)**

Item Pertanyaan	Total SS	%	Total S	%	Total KS	%	Total TS	%	Total STS	%
X2.1	18	22,0	54	65,9	10	12,2	0	0	0	0
X2.2	12	14,6	67	81,7	3	3,7	0	0	0	0
X2.3	19	23,2	58	70,7	5	6,1	0	0	0	0
X2.4	37	45,1	44	53,7	1	1,2	0	0	0	0
X2.5	14	17,1	62	75,6	6	7,3	0	0	0	0

Sumber: Data primer setelah diolah, 2020

Penjelasan tabel di atas berarti:

- 1) Pernyataan pertama, 65,9% responden menyatakan setuju bahwa seseorang yang sampai saat ini belum berinvestasi memiliki kekhawatiran pada aspek kerugian finansial. Seperti halnya khawatir ditipu. Sedangkan 22,0 % menjawab sangat setuju, 12,2% kurang setuju.
- 2) Pernyataan kedua, 81,7% memilih setuju masyarakat masih enggan beralih dari kebiasaan *saving society* ke *investment society* karena khawatir apakah produk investasi akan berfungsi sebagaimana yang diharapkan. Sedangkan 14,6% sangat setuju, dan 3,7% kurang setuju.
- 3) Pernyataan ketiga, 70,7% responden setuju untuk meminimalisir risiko kinerja, harus memilih produk investasi yang banyak direkomendasikan oleh para ahli finansial. Sedangkan 23,2% sangat setuju, dan 6,1% kurang setuju.

- 4) Pernyataan keempat, 53,7% responden menyatakan setuju bahwa sebagai calon investor, memilih produk investasi yang aman adalah sesuatu yang sangat penting. Sedangkan 45,1% sangat setuju, dan 1,2% kurang setuju.
- 5) Pernyataan kelima, 75,6% responden menyatakan setuju bahwa kekhawatiran terhadap keamanan produk investasi bisa diatasi dengan cara memilih perusahaan yang memiliki saham *blue chip*. 17,1% sangat setuju, 7,3% menyatakan kurang setuju.

**c. Variabel Kampanye Social Marketing (X3)**

Frekuensi kampanye *social marketing* bagi mahasiswa IAIN Kudus angkatan 2016 terhadap pasar modal syariah.

**Tabel 4.5**

**Frekuensi Variabel Kampanye Social Marketing (X3)**

Item Pertanyaan	Tot al SS	%	Tot al S	%	Tot al KS	%	Tot al TS	%	Tot al ST S	%
X3.1	18	22,0	52	63,4	11	13,4	0	0	1	1,2
X3.2	12	14,6	61	74,4	8	9,8	1	1,2	0	0
X3.3	7	8,5	40	48,8	23	28,0	10	12,2	2	2,4
X3.4	9	11,0	49	59,8	14	17,1	10	12,2	0	0
X3.5	10	12,2	47	57,3	20	24,4	4	4,9	1	1,2
X3.6	6	7,3	30	36,6	24	29,3	19	23,2	3	3,7

Sumber: Data primer setelah diolah, 2020

Penjelasan tabel di atas berarti:

- 1) Pernyataan pertama, 63,4% setuju adanya Kampanye *Social Marketing*, rasa ingin tahu terhadap kegiatan investasi semakin meningkat. Sedangkan 22,0% menyatakan sangat setuju, 13,4% kurang setuju, dan 1,2% sangat tidak setuju.
- 2) Pernyataan kedua, 74,4% setuju berinvestasi bisa dengan cara membeli saham secara tekun dan juga disiplin.



Sedangkan 14,6% sangat setuju, 9,8% kurang setuju, dan 1,2% tidak setuju.

- 3) Pernyataan ketiga, 48,4% responden menyatakan setuju bahwa pertama kali mengetahui program Kampanye Yuk Nabung Saham melalui seminar pasar modal syariah yang ada di kampus. Sedangkan 28,0% kurang setuju, 12,2% tidak setuju, 8,5% sangat setuju, dan 2,4% sangat tidak setuju.
- 4) Pernyataan keempat, 59,8% responden menyatakan setuju bahwa pertama kali mengetahui program Kampanye Yuk Nabung Saham melalui media sosial, sedangkan 17,1% menyatakan kurang setuju, 12,2% tidak setuju, dan 11,0% sangat setuju.
- 5) Pernyataan kelima, 57,3% memilih setuju setelah mengetahui Kampanye Yuk Nabung Saham, yang awalnya memiliki kebiasaan *saving society* sekarang beralih ke *investment society*. Sedangkan 24,4% kurang setuju, 12,2% sangat setuju, 4,9% tidak setuju, dan 1,2% sangat tidak setuju.
- 6) Pernyataan keenam, 36,6% responden menyatakan setuju bahwa pertama kali membuka rekening saham pada saat ada seminar pasar modal syariah di kampus. Sedangkan 29,3% menyatakan kurang setuju, 23,2% menyatakan tidak setuju, 7,3% sangat setuju, dan 3,7% sangat tidak setuju.

**d. Variabel Aktifitas Galeri Investasi Syariah (X4)**

Frekuensi aktifitas galeri investasi syariah bagi mahasiswa IAIN Kudus angkatan 2016 terhadap pasar modal syariah.

**Tabel 4.6**  
**Frekuensi Variabel Aktifitas Galeri Investasi Syariah (X4)**

Item Pertanyaan	Total SS	%	Total S	%	Total KS	%	Total TS	%	Total STS	%
X4.1	22	26,8	52	63,4	8	9,8	0	0	0	0
X4.2	11	13,4	50	61,0	17	20,7	4	4,9	0	0

X4.3	12	14, 6	67	81, 7	1	1,2	2	2, 4	0	0
X4.4	13	15, 9	55	67, 1	10	12, 2	4	4, 9	0	0

*Sumber: Data primer setelah diolah, 2020*

Penjelasan tabel di atas berarti:

- 1) Pernyataan pertama, 63,4% responden menyatakan setuju bahwa Aktifitas Galeri Investasi Syariah di IAIN Kudus menjadi media pembelajaran pasar modal syariah dari sisi teori dan praktik di dunia akademisi. Sedangkan 26,8% sangat setuju, dan 9,8% kurang setuju.
- 2) Pernyataan kedua, 61,0% responden menyatakan setuju bahwa sarana prasarana yang dimiliki Galeri Investasi Syariah IAIN Kudus sangat lengkap sehingga calon investor bisa memperoleh informasi yang valid dan bisa digunakan sebagai pedoman untuk memulai berinvestasi syariah. Sedangkan 20,7% kurang setuju, 13,4% sangat setuju, dan 4,9% tidak setuju.
- 3) Pernyataan ketiga, 81,7% setuju keberadaan galeri investasi syariah memudahkan para akademisi atau masyarakat sekitar jika sewaktu-waktu ingin berlatih secara langsung atau ingin membuka akun untuk kegiatan investasi syariah tanpa harus jauh-jauh ke pusat Bursa Efek Indonesia. Sedangkan 14,6% menyatakan sangat setuju, 2,4% tidak setuju, dan 1,2% kurang setuju.
- 4) Pernyataan keempat, 67,1% setuju dengan melihat dan mempraktekkan secara langsung teori yang diberikan oleh dosen ke galeri investasi syariah membuat mahasiswa semakin yakin untuk segera memulai berinvestasi syariah. Sedangkan 15,9% sangat setuju, 12,2% kurang setuju, dan 4,9% tidak setuju.

**e. Variabel Minat (Y)**

Frekuensi minat mahasiswa IAIN Kudus angkatan 2016 terhadap pasar modal syariah.

**Tabel 4.7**  
**Frekuensi Variabel Minat (Y)**

Item Pertanyaan	Tot al SS	%	Tot al S	%	Tot al KS	%	Tot al TS	%	Tot al ST S	%
Y.1	7	8,5	55	67,1	16	19,5	2	2,4	2	2,4
Y.2	12	14,6	53	64,6	17	20,7	0	0	0	0
Y.3	9	11,0	56	68,3	17	20,7	0	0	0	0
Y.4	9	11,0	55	67,1	16	19,5	1	1,2	1	1,2
Y.5	11	13,4	52	63,4	15	18,3	2	2,4	2	2,4
Y.6	19	23,2	60	73,2	2	2,4	1	1,2	0	0

*Sumber: Data primer setelah diolah, 2020*

Penjelasan tabel di atas berarti:

- 1) Pernyataan pertama, 67,1% setuju mereka merasa senang ketika membaca buku tentang investasi syariah. Sedangkan 19,5% kurang setuju, 8,5% sangat setuju, 2,4% tidak setuju, dan 2,4% sangat tidak setuju.
- 2) Pernyataan kedua, 64,6% setuju merasa senang setiap kali membuka akun-akun di media sosial yang selalu memposting kegiatan investasi syariah. Sedangkan 20,7% menyatakan kurang setuju, dan 14,6% sangat setuju.
- 3) Pernyataan ketiga, 68,3% setuju mereka meluangkan waktu mempelajari investasi syariah yaitu dengan cara mengikuti seminar atau pelatihan yang diadakan di kampus ataupun luar kampus. Sedangkan 20,7% kurang setuju, 11,0% sangat setuju.
- 4) Pernyataan keempat, 67,1% setuju ketertarikan mereka terhadap investasi syariah salah satunya dengan cara menonton video di Youtube yang berkaitan dengan investasi syariah. Sedangkan 19,5% menyatakan kurang setuju, 11,0% menyatakan sangat setuju, 1,2% tidak setuju, dan 1,2% sangat tidak setuju.

- 5) Pernyataan kelima, 63,4% setuju mengikuti akun-akun instagram yang khusus memberikan informasi mengenai pasar modal syariah merupakan salah satu bentuk ketertarikan mereka terhadap investasi syariah. Sedangkan 18,3% menyatakan kurang setuju, 13,4% sangat setuju, 2,4% tidak setuju, dan 2,4% sangat tidak setuju.
- 6) Pernyataan keenam, 73,2% setuju menjadi investor syariah karena berbagai informasi yang didapatkan mengenai manfaat investasi untuk masa depan. Sedangkan 23,2% menyatakan sangat setuju, 2,4% kurang setuju, dan 1,2% tidak setuju .

#### 4. Analisis Data

##### a. Hasil Uji Validitas

Untuk tingkat validitas, membandingkan nilai  $r$  hitung dengan nilai  $r$  tabel. *Degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-k$  dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel dan  $k$  adalah jumlah konstruk. Pada kasus ini, besarnya  $df$  dihitung  $82-2$  atau  $df = 80$  dengan  $\alpha$  0,1 di dapat  $r$  tabel 0,1829. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dan nilai  $r$  positif, maka pertanyaan valid.

**Tabel 4.8.**

**Hasil Uji Validitas Instrumen**

Variabel	Item	<i>Corrected Item Total Correlation</i>	$r$ tabel	Keterangan
Pengetahuan Investasi (X1)	X1.1	0,677	0,1829	Valid
	X1.2	0,687	0,1829	Valid
	X1.3	0,711	0,1829	Valid
	X1.4	0,577	0,1829	Valid
	X1.5	0,595	0,1829	Valid
Persepsi Risiko (X2)	X2.1	0,735	0,1829	Valid
	X2.2	0,592	0,1829	Valid
	X2.3	0,658	0,1829	Valid
	X2.4	0,619	0,1829	Valid
	X2.5	0,628	0,1829	Valid
Kampanye <i>Social Marketing</i> (X3)	X3.1	0,700	0,1829	Valid
	X3.2	0,694	0,1829	Valid
	X3.3	0,644	0,1829	Valid
	X3.4	0,483	0,1829	Valid
	X3.5	0,749	0,1829	Valid

	X3.6	0,699	0,1829	Valid
Aktifitas Galeri Investasi Syariah (X4)	X4.1	0,716	0,1829	Valid
	X4.2	0,819	0,1829	Valid
	X4.3	0,731	0,1829	Valid
	X4.4	0,733	0,1829	Valid
Minat Investasi (Y)	Y.1	0,475	0,1829	Valid
	Y.2	0,754	0,1829	Valid
	Y.3	0,701	0,1829	Valid
	Y.4	0,629	0,1829	Valid
	Y.5	0,709	0,1829	Valid
	Y.6	0,605	0,1829	Valid

Sumber: Data primer setelah diolah, 2020

Hasil pengamatan dari jumlah sampel ( $N$ ) = 82, didapatkan nilai  $r$  tabel  $df = (N-2) = (82-2) = 80$  dengan tingkat signifikansi 0,1 sebesar 0,1829. Bagan menyatakan semua pertanyaan mulai variabel independen ( $X$ ) yang terdiri dari  $X1$ ,  $X2$ ,  $X3$ ,  $X4$  menghasilkan nilai  $r$  hitung lebih dari  $r$  tabel ( $r$  hitung  $>$   $r$  tabel). Selain itu variabel dependen ( $Y$ ), semua pertanyaan juga menghasilkan  $r$  hitung lebih dari  $r$  tabel ( $r$  hitung  $>$   $r$  tabel). Sehingga ditetapkan bahwa semua pertanyaan valid.

#### b. Hasil Uji Reliabilitas

Kuesioner bisa dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban responden konsisten. Data diolah program SPSS 21 dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Di bawah ini terdapat hasil uji reliabilitas penelitian.

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Reliability Coefficients	Alpha	Keterangan
Pengertian Investasi (X1)	5 item	0,656	Reliabel
Persepsi Risiko (X2)	5 item	0,653	Reliabel
Kampanye <i>Social Marketing</i> (X3)	6 item	0,723	Reliabel
Aktifitas Galeri Investasi Syariah (X4)	4 item	0,735	Reliabel
Minat Investasi (Y)	6 item	0,705	Reliabel

Sumber: Data primer setelah diolah, 2020

Berdasarkan tabel di atas didapatkan hasil variabel X1, X2, X3, X4, dan Y menghasilkan nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60. Sehingga seluruh pertanyaan dikatakan reliabel.

**c. Hasil Uji Asumsi Klasik**

**1) Uji Normalitas**

Tujuan uji normalitas untuk melihat data terdistribusi normal atau tidak.

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		82
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,68696565
Most Extreme Differences	Absolute	,106
	Positive	,068
	Negative	-,106
Kolmogorov-Smirnov Z		,962
Asymp. Sig. (2-tailed)		,313

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

*Sumber: Data primer setelah diolah, 2020*

Dari hasil uji normalitas metode Kolmogorov Smirnov didapatkan hasil signifikansi dari uji normalitas sebesar 0,313, hasil tersebut lebih besar dari taraf signifikansi 10% (0,1). Jadi, uji normalitas penelitian ini terdistribusi normal.

**2) Uji Multikolinieritas**

Tujuannya untuk menguji apakah terdapat korelasi antar variabel bebas atau tidak.

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,542	2,889		,188	,852		
	Pengetahuan Investasi (X1)	,254	,151	,174	1,681	,097	,559	1,788
	Persepsi Risiko (X2)	,248	,148	,164	1,677	,098	,628	1,593
	Kampanye Social Marketing (X3)	,352	,072	,442	4,882	,000	,729	1,372
	Aktifitas Galeri Investasi Syariah (X4)	,280	,134	,212	2,090	,040	,581	1,721

a. Dependent Variable: Minat Investasi (Y)

*Sumber: Data primer setelah diolah, 2020*

Dari tabel dikatakan, variabel bebas memperlihatkan nilai VIF X1 = 1,788, nilai VIF X2 = 1,593, nilai VIF X3 = 1,372, dan nilai VIF X4 = 1,721. Nilai VIF tersebut lebih kecil dari 10, sehingga tidak ada multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

**3) Uji Heterokedastisitas (Uji Glejser)**

Uji homoskedastisitas berfungsi untuk menguji apakah sebuah grup mempunyai varians yang sama di antara anggota grup tersebut. Dan sebaliknya jika varians tidak sama, maka terjadi heteroskedastisitas.

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Heterokedastisitas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,603	1,770		,906	,368
	Pengetahuan Investasi (X1)	,066	,093	,106	,711	,479
	Persepsi Risiko (X2)	,034	,091	,052	,370	,712
	Kampanye Social Marketing (X3)	-,032	,044	-,096	-,734	,465
	Aktifitas Galeri Investasi Syariah (X4)	-,106	,082	-,187	-1,284	,203

a. Dependent Variable: RES2

*Sumber: Data primer setelah diolah, 2020*

Hasil uji heterokedastisitas metode glejser terlihat hasil signifikansi dari variabel bebas atau variabel X1 =

0,479,  $X_2 = 0,712$ ,  $X_3 = 0,465$ , dan  $X_4 = 0,203$ . Hasil tersebut diatas nilai standar signifikansi 10% (0,1). Sehingga penelitian ini tidak terjadi heterokedastisitas.

#### 4) Uji Autokorelasi

Digunakan untuk menguji apakah model regresi linier terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pada periode  $t-1$  (sebelumnya).

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Autokorelasi**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,734 <sup>a</sup>	,539	,515	1,730	2,196

a. Predictors: (Constant), Aktifitas Galeri Investasi Syariah (X4), Persepsi Risiko (X2), Kampanye Social Marketing (X3), Pengetahuan Investasi (X1)

b. Dependent Variable: Minat Investasi (Y)

*Sumber: Data primer setelah diolah, 2020*

Dari tabel di atas untuk  $DW = 2,196$ , dibandingkan dengan nilai tabel signifikansi 5% (0,05) dengan 82 sampel dan variabel independen sebanyak 4 ( $K=4$ ) = 4,82 sehingga didapatkan hasil  $dU$  dari tabel  $r = 1,743$ . Nilai  $DW$  lebih besar dari batas  $dU$  dan  $DW$  kurang dari  $(4-dU) = 4 - 1,743 = 2,257$ . Sehingga dalam penelitian ini tidak terdapat autokorelasi.

#### d. Hasil Uji Statistik

##### 1) Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk melihat apakah terdapat pengaruh antara variabel pengetahuan investasi, persepsi risiko, kampanye *social marketing*, dan aktifitas galeri investasi syariah terhadap minat berinvestasi mahasiswa dapat digunakan persamaan berikut :

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan :

$\hat{Y}$  = Variabel dependen

$a$  = Konstanta

$b_1, b_2, b_3, b_4$  = Koefisien regresi

$X_1$  = Pengetahuan investasi

$X_2$  = Persepsi risiko



$X_3$  = Kampanye *social marketing*  
 $X_4$  = Aktifitas galeri investasi syariah  
 $e$  = Standar error

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Regresi Linear Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,542	2,889		,188	,852
	Pengetahuan Investasi (X1)	,254	,151	,174	1,681	,097
	Persepsi Risiko (X2)	,248	,148	,164	1,677	,098
	Kampanye Social Marketing (X3)	,352	,072	,442	4,882	,000
	Aktifitas Galeri Investasi Syariah (X4)	,280	,134	,212	2,090	,040

a. Dependent Variable: Minat Investasi (Y)

*Sumber: Data primer setelah diolah, 2020*

Berdasarkan analisis data menggunakan SPSS 21, didapatkan hasil persamaan regresi :

$$Y = 0,542 + 0,254X_1 + 0,248X_2 + 0,352X_3 + 0,280X_4 + e$$

Persamaan diatas memperlihatkan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen secara parsial, sehingga dapat diambil kesimpulan :

- 1) Nilai *constant* 0,542, artinya jika tidak terjadi perubahan variabel pengetahuan investasi, persepsi risiko, kampanye *social marketing*, dan aktifitas galeri investasi ( $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ ,  $X_4$  adalah 0) maka minat investasi (Y) pada mahasiswa FEBI IAIN Kudus ada sebesar 0,542 satuan.
- 2) Nilai koefisien regresi pengetahuan investasi 0,254, artinya jika variabel pengetahuan investasi ( $X_1$ ) meningkat sebesar 1% dengan asumsi variabel persepsi risiko ( $X_2$ ), kampanye *social marketing* ( $X_3$ ), aktifitas galeri investasi ( $X_4$ ) dan *constant* adalah 0, maka minat investasi pada mahasiswa FEBI IAIN Kudus meningkat sebesar 0,254 satuan. Ini menandakan variabel pengetahuan investasi berkontribusi positif bagi minat investasi, sehingga semakin tinggi pengetahuan investasi yang dimiliki mahasiswa FEBI IAIN Kudus, maka semakin tinggi

pula tingkat minat investasi mahasiswa FEBI IAIN Kudus.

- 3) Nilai koefisien regresi persepsi risiko 0,248, artinya apabila variabel persepsi risiko ( $X_2$ ) meningkat sebesar 1% dengan asumsi variabel pengetahuan investasi ( $X_1$ ), kampanye *social marketing* ( $X_3$ ), aktifitas galeri investasi ( $X_4$ ) dan *constant* adalah 0, maka minat investasi pada mahasiswa FEBI IAIN Kudus meningkat sebesar 0,248 satuan. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel persepsi risiko berkontribusi positif bagi minat investasi, sehingga semakin tinggi persepsi risiko yang dimiliki mahasiswa FEBI IAIN Kudus, maka semakin tinggi pula tingkat minat investasi mahasiswa FEBI IAIN Kudus.
- 4) Nilai koefisien regresi kampanye *social marketing* adalah 0,352, artinya jika variabel kampanye *social marketing* ( $X_3$ ) meningkat sebesar 1% dengan asumsi variabel pengetahuan investasi ( $X_1$ ), persepsi risiko ( $X_2$ ), aktifitas galeri investasi ( $X_4$ ) dan *constant* adalah 0, maka minat investasi pada mahasiswa FEBI IAIN Kudus meningkat sebesar 0,352 satuan. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel kampanye *social marketing* berkontribusi positif bagi minat investasi, sehingga makin tinggi kampanye *social marketing* yang diterima mahasiswa FEBI IAIN Kudus, maka semakin tinggi pula tingkat minat investasi mahasiswa FEBI IAIN Kudus.
- 5) Nilai koefisien regresi aktifitas galeri investasi syariah adalah 0,280, artinya jika variabel aktifitas galeri investasi syariah ( $X_4$ ) meningkat sebesar 1% dengan asumsi variabel pengetahuan investasi ( $X_1$ ), persepsi risiko ( $X_2$ ), kampanye *social marketing* ( $X_3$ ), dan *constant* adalah 0, maka minat investasi pada mahasiswa FEBI IAIN Kudus meningkat sebesar 0,280 satuan. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel aktifitas galeri investasi syariah berkontribusi positif bagi minat investasi, sehingga semakin lengkap aktifitas galeri investasi syariah IAIN Kudus, maka

semakin tinggi pula tingkat minat investasi mahasiswa FEBI IAIN Kudus.

2) Uji t

Digunakan untuk mengetahui masing-masing kontribusi variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen dengan tingkat kesalahan 10% (0,1). Nilai signifikansi kurang dari 0,1 (Sig < 0,1) berarti variabel tersebut memberikan pengaruh yang signifikan.

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji t (Parsial)**  
Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,542	2,889		,188	,852
	Pengetahuan Investasi (X1)	,254	,151	,174	1,681	,097
	Persepsi Risiko (X2)	,248	,148	,164	1,677	,098
	Kampanye Social Marketing (X3)	,352	,072	,442	4,882	,000
	Aktifitas Galeri Investasi Syariah (X4)	,280	,134	,212	2,090	,040

a. Dependent Variable: Minat Investasi (Y)

Sumber: Data primer setelah diolah, 2020

Dari Tabel 4.15 kolom t dan sig memberikan keterangan sebagai berikut :

1) Pengaruh Variabel Pengetahuan Investasi terhadap Minat Investasi (H1)

Variabel pengetahuan investasi (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi. Terlihat dari hasil t hitung = 1,681 dan t tabel =  $t(\alpha/2; n-k-1) = t(0,1/2; 82-4-1) = (0,05; 77) = 1,664885$ . Berarti t hitung lebih besar dari t tabel ( $1,681 > 1,664885$ ). Sementara nilai signifikansi yang didapat sebesar 0,097 (SIG < 0,1). Maka H0 ditolak dan H1 diterima. Sehingga hipotesis yang berbunyi terdapat pengaruh pengetahuan investasi terhadap minat investasi secara parsial diterima.

2) Pengaruh Variabel Persepsi Risiko terhadap Minat Investasi (H2)

Variabel persepsi risiko (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi. Hal ini terlihat dari hasil data t hitung = 1,677 dan nilai t tabel =  $t(\alpha/2; n-k-1) = t(0,1/2; 82-4-1) = (0,05; 77) =$

1,664885. Berarti nilai  $t$  hitung lebih kecil dari nilai  $t$  tabel ( $1,677 > 1,664885$ ). Sementara nilai signifikansi yang didapat sebesar 0,098 ( $SIG < 0,1$ ). Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima. Sehingga hipotesis yang berbunyi terdapat pengaruh persepsi risiko terhadap minat investasi secara parsial diterima.

### 3) Pengaruh Kampanye *Social Marketing* terhadap Minat Investasi (H3)

Variabel kampanye *social marketing* ( $X_3$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi. Hal ini terlihat dari hasil data  $t$  hitung = 4,882 dan nilai  $t$  tabel =  $t(\alpha/2; n-k-1) = t(0,1/2; 82-4-1) = (0,05; 77) = 1,664885$ . Berarti nilai  $t$  hitung lebih besar dari nilai  $t$  tabel ( $4,882 > 1,664885$ ). Sementara nilai signifikansi yang didapat sebesar 0,000 ( $SIG < 0,1$ ). Dengan ini  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hipotesis terdapat pengaruh kampanye *social marketing* terhadap minat investasi secara parsial diterima.

### 4) Pengaruh Aktifitas Galeri Investasi terhadap Minat Investasi (H4)

Variabel aktifitas galeri investasi ( $X_4$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi. Terlihat  $t$  hitung = 2,090 dan  $t$  tabel =  $t(\alpha/2; n-k-1) = t(0,1/2; 82-4-1) = (0,05; 77) = 1,664885$ . Berarti nilai  $t$  hitung lebih besar dari nilai  $t$  tabel ( $2,090 > 1,664885$ ). Sementara nilai signifikansi yang didapat sebesar 0,040 ( $SIG < 0,1$ ). Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hipotesis yang berbunyi terdapat pengaruh aktifitas galeri investasi syariaah terhadap minat investasi secara parsial diterima.

### 3) Uji F

Bertujuan untuk mengetahui seberapa signifikan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara serentak. Caranya dengan membandingkan signifikansi nilai  $F$  hitung  $> F$  tabel. Menghitung  $F$  tabel =  $f(k; n-k)$ ,  $F = (4; 82-4)$ ,  $F$  tabel =  $(4; 78) = 2,018360$  dengan tingkat kesalahan 10%.

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji F**

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	269,937	4	67,484	22,542	,000 <sup>b</sup>
	Residual	230,514	77	2,994		
	Total	500,451	81			

a. Dependent Variable: Minat Investasi (Y)

b. Predictors: (Constant), Aktifitas Galeri Investasi Syariah (X4), Persepsi Risiko (X2), Kampanye Social Marketing (X3), Pengetahuan Investasi (X1)

*Sumber: Data primer setelah diolah, 2020*

Pada tabel nilai F hitung = 22,542 dengan nilai F tabel = 2,018360 sehingga nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel ( $22,542 > 2,018360$ ), dan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,1$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_5$  diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan investasi (X1), persepsi risiko (X2), kampanye *social marketing* (X3), dan aktifitas galeri investasi syariah (X4) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat investasi mahasiswa FEBI IAIN Kudus.

#### 4) Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang rendah berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

**Tabel 4.17**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,734 <sup>a</sup>	,539	,515	1,730

a. Predictors: (Constant), Aktifitas Galeri Investasi Syariah (X4), Persepsi Risiko (X2), Kampanye Social Marketing (X3), Pengetahuan Investasi (X1)

*Sumber: Data primer setelah diolah, 2020*

Tabel 4.17 menunjukkan nilai koefisien determinasi sebesar 0,539. Berarti variabel pengetahuan investasi (X1), persepsi risiko (X2), kampanye *social marketing* (X3), dan aktifitas galeri investasi syariah (X4) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel minat investasi (Y) sebesar 53,9%, sisanya (100% - 53,9% = 46,1%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

## B. Pembahasan

Dari koefisien regresi tabel hasil uji t (tabel 4.15) kolom *standardized coefficients* dikatakan bahwa koefisien regresi pengetahuan investasi (X1) sebesar 0,174, persepsi risiko (X2) sebesar 0,164, kampanye *social marketing* (X3) sebesar 0,442, dan aktifitas galeri investasi syariah (X4) sebesar 0,212.

Semua koefisien tersebut bersifat positif terhadap minat berinvestasi. Ini berarti apabila terjadi peningkatan variabel pengetahuan investasi, persepsi risiko, kampanye *social marketing*, dan aktifitas galeri investasi syariah, maka variabel minat berinvestasi ikut naik. Dikarenakan ada pengaruh serentak antara pengetahuan investasi, persepsi risiko, kampanye *social marketing*, dan aktifitas galeri investasi syariah terhadap minat berinvestasi mahasiswa di pasar modal syariah.

Hipotesis pertama pengetahuan investasi (X1) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat berinvestasi mahasiswa. Terbukti dari t hitung lebih besar daripada nilai t tabel (1,681 > 1,664885), maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima. Dengan diterimanya

H1 maka dinyatakan terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan investasi terhadap minat berinvestasi mahasiswa di pasar modal syariah.

Hipotesis kedua menyatakan variabel persepsi risiko (X2) mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap minat berinvestasi mahasiswa. Terbukti dari  $t$  hitung lebih besar daripada nilai  $t$  tabel ( $1,677 > 1,664885$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima. Dengan diterimanya  $H_2$  maka dinyatakan terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi risiko terhadap minat berinvestasi mahasiswa di pasar modal syariah.

Hipotesis ketiga yaitu kampanye *social marketing* (X3) memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat berinvestasi mahasiswa. Terbukti dari  $t$  hitung lebih besar daripada  $t$  tabel ( $4,882 > 1,664885$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima. Dengan diterimanya  $H_3$  maka dinyatakan terdapat pengaruh yang signifikan antara kampanye *social marketing* terhadap minat berinvestasi mahasiswa di pasar modal syariah.

Hipotesis keempat, aktifitas galeri investasi syariah (X4) mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap minat berinvestasi mahasiswa. Terbukti dari  $t$  hitung lebih besar daripada  $t$  tabel ( $2,090 > 1,664885$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_4$  diterima. Dengan diterimanya  $H_4$  maka dinyatakan terdapat pengaruh yang signifikan antara aktifitas galeri investasi syariah terhadap minat berinvestasi mahasiswa di pasar modal syariah.

Hasil analisis regresi linier berganda sebesar 0,539, ini berarti pengetahuan investasi (X1), persepsi risiko (X2), kampanye *social marketing* (X3), dan aktifitas galeri investasi syariah (X4) sebesar 53,9% dengan kata lain kontribusi variabel independen terhadap minat berinvestasi di pasar modal syariah (Y) sebesar 53,9%. Sementara sisanya 46,1% dipengaruhi faktor lain diluar penelitian.

Hasil signifikan salah satunya didukung oleh jurnal terdahulu, seperti penelitian dari Ahmad Ulil Albab Al Umar dan Saifudin Zuhri di IAIN Salatiga tentang manfaat, pengetahuan dan edukasi terhadap minat berinvestasi mahasiswa di pasar modal syariah. Dari penelitian tersebut menunjukkan manfaat, pengetahuan dan edukasi berpengaruh cukup kuat. Sebanyak 42,2% menyatakan bahwa dengan adanya pengetahuan memberikan kemudahan individu mengambil keputusan berinvestasi. Dalam Quran Surat Al Mujadilah ayat 11 juga

dijelaskan bahwa Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman diantaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat.

Adanya pengetahuan kita bisa mengetahui perbedaan pasar modal syariah dengan pasar modal pada umumnya yaitu pada mekanisme kegiatannya harus sesuai dengan prinsip syariah. Yaitu prinsip berdasarkan syariat Islam yang penetapannya melalui fatwa DSN MUI.

Penelitian yang dilakukan oleh Ni Nyoman Sri Rahayu Trisna Dewi dan kawan-kawan mengenai modal investasi awal dan persepsi risiko terhadap keputusan berinvestasi menunjukkan persepsi risiko berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal. Hal ini bisa disebabkan mahasiswa yang menjadi sampel tersebut mempunyai pengetahuan yang cukup perihal pasar modal, hasil yang tinggi harus disertai dengan risiko yang tinggi pula. Itu juga terjadi pada penelitian ini, yang mana persepsi risiko berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal syariah.

Berbagai macam persepsi risiko bisa mempengaruhi perilaku seseorang ketika ingin mulai berinvestasi. Yang awalnya bersemangat mengikuti kegiatan investasi bisa berubah pikiran. Supaya hal itu tidak terjadi kita harus berpegang teguh pada Quran Surat Luqman ayat 34 yaitu “Tiada seorang pun yang dapat mengetahui (dengan pasti) apa yang akan diusahakannya besok”.

Selain itu untuk variabel kampanye *social marketing* yang merupakan salah satu contoh dari pemasaran sosial pihak BEI, dalam penelitian ini menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi mahasiswa di pasar modal syariah. Ini membuktikan teori Philip Kotler (1989) bahwa pemasaran sosial sebagai upaya memperbaiki sikap dan perilaku masyarakat untuk mengatasi permasalahan sosial. Penelitian yang dilakukan oleh Pipin Nur Azizi dan Sanaji tentang efektivitas kampanye *social marketing* yuk nabung saham dan *theory of reasoned action* untuk memprediksi niat berinvestasi saham menjelaskan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kampanye *social marketing* terhadap norma subyektif dan sikap mahasiswa dalam berinvestasi saham.

Penelitian dari 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.

Hasil penelitian memberikan bukti empirik bahwa pengetahuan investasi, persepsi risiko, kampanye *social marketing*, dan aktifitas galeri investasi syariah dapat memberikan dorongan terhadap mahasiswa FEBI angkatan 2016 IAIN Kudus untuk berinvestasi di pasar modal syariah. Karena sewaktu kuliah beberapa pengetahuan pasar modal syariah dari teori, produk, maupun operasionalnya sudah mereka ketahui.

Seperti yang kita ketahui melakukan investasi dengan prinsip syariah adalah salah satu kegiatan yang dianjurkan untuk setiap muslim. Dalam Quran Surat Al-Hasyr ayat 18 dijelaskan bahwa “Hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat)” yaitu salah satunya dengan 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. Seperti yang terdapat pada Quran Surat An-Nisa ayat 9. Dengan prinsip dasar Islam yang harus ada di pasar modal syariah yaitu berupa pelarangan *riba*, *gharar*, judi (*maysir*) serta pelarangan barang yang tidak halal menjadikan kita tenang berinvestasi di pasar modal syariah karena prinsipnya bersumber dari Al-Quran dan Hadis Nabi Muhammad SAW.

