

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behavior*)

Teori Perilaku Terencana atau TPB (*Theory of Planned Behavior*) merupakan teori yang dikembangkan oleh Ajzen pada tahun 1991. Teori ini merupakan pengembangan lebih lanjut dari Teori Perilaku Beralasan (*Theory of Reasoned Action*). Dalam Teori ini menjelaskan bahwa niat seseorang dipengaruhi oleh sikap individu terhadap niat yang ingin dilakukannya. Teori ini menganalisis sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan konsumen. Oleh karena itu manusia cenderung bertindak sesuai dengan intensi atau niat perilaku dan persepsi pengendalian melalui perilaku tertentu.¹²

Menurut Ajzen (1991) mengembangkan *Theory of Planned Behavior* menjadi 3 konsep faktor yaitu :¹³

¹² Aminatun Nisa dan Luki Zulaika, *Pengaruh Pemahaman Investasi, Modal Minimal Investasi dan Motivasi terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal*, Jurnal Penelitian Teori dan Terapan Akuntansi, vol. 2 no. 2, diakses pada tanggal 25 Juni 2021

¹³ [http://ariqa-ayni-fpsi13.web.unair.ac.id/artikel_detail-150562-Perilaku%20Sehat-Theory%20of%20Planned%20Behavior%20\(TPB\).html](http://ariqa-ayni-fpsi13.web.unair.ac.id/artikel_detail-150562-Perilaku%20Sehat-Theory%20of%20Planned%20Behavior%20(TPB).html) diakses pada tanggal 25 Juni 2021

1. Sikap atas Perilaku

Sikap atas perilaku mengukur cara seseorang merasakan suatu objek sebagai sesuatu hal yang positif atau negatif, serta menguntungkan atau merugikan.

2. Norma Subjektif

Norma Subjektif adalah norma yang dibentuk orang-orang disekitar individu yang akan berpengaruh dalam pengambilan keputusan.

3. Kontrol Perilaku

Kontrol perilaku adalah pengalaman pribadi, atau orang disekitar akan mempengaruhi pengambilan keputusan individu.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa *Theory of Planned Behavior* menjelaskan mengenai tindakan individu yang didasarkan pada faktor diatas. Sehingga dapat dijelaskan bahwa apabila seseorang memiliki minat untuk melakukan investasi maka dia akan cenderung melakukan suatu tindakan agar keinginan untuk berinvestasi tercapai.

B. Minat Investasi

1. Pengertian Minat

Minat merupakan kecenderungan dalam diri seseorang untuk tertarik pada suatu objek atau menyenangi suatu benda,

adapun cara mengetahui minat seseorang adalah dengan memberikan sebuah pertanyaan baik secara tertulis maupun non tertulis.¹⁴ Minat seseorang terhadap suatu objek akan lebih kelihatan apabila objek tersebut sesuai sasaran dan berkaitan dengan keinginan dan kebutuhan seseorang yang bersangkutan (Sardiman, 1990: 76).¹⁵

Menurut Tampubolon mengatakan bahwa minat adalah suatu perpaduan keinginan dan kemauan yang dapat berkembang jika ada motivasi. Minat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) diartikan sebagai kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu gairah ataupun keinginan.

Menurut Sudirman (2013: 76) minat seseorang terhadap suatu objek akan lebih kelihatan apabila objek tersebut sesuai sasaran dan berkaitan dengan keinginan dan kebutuhan seseorang yang bersangkutan. Dari beberapa pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa Minat merupakan kecenderungan pada seseorang yang ditandai dengan rasa senang disertai dengan adanya pemusatan perhatian kepada objek tersebut dan keinginan untuk terlibat dalam aktivitas

¹⁴ M. Samsul Haidir, *Pengaruh Pemahaman Investasi, dengan modal minimal dan motivasi terhadap minat mahasiswa melakukan investasi di pasar modal syariah*, Jurnal Hukum Islam, ekonomi dan bisnis, vol. 5 no. 2, 2019, hal. 200

¹⁵ Ibid, hal. 202

objek tertentu, sehingga mengakibatkan seseorang memiliki keinginan untuk terlibat secara langsung dalam suatu objek atau aktivitas tertentu.¹⁶ Sedangkan menurut Hartono Widiyatmoko (2010: 14) Secara umum, pengertian minat adalah perhatian pada unsur-unsur perasaan. Minat merupakan dorongan dalam diri manusia pada suatu objek tertentu. Misalnya, minat terhadap belajar, bermain dan berkarya.¹⁷

Dari pendapat para ahli di atas peneliti mengambil kesimpulan bahwa timbulnya minat seseorang itu disebabkan oleh beberapa faktor penting yaitu faktor intern dan ekstern. Adapun faktor intern terdiri dari perhatian, tertarik, dan aktifitas, sedangkan faktor ekstern terdiri dari keluarga, sekolah, dan lingkungan.

2. Pengertian Investasi

Setiap manusia memerlukan harta untuk mencukupi segala kebutuhan hidupnya. Karenanya, manusia akan selalu berusaha memperoleh harta kekayaan tersebut. Salah satunya melalui kegiatan investasi.¹⁸ Seorang investor harus memiliki

¹⁶ Sri Rumini, *Pembentukan Minat dan faktor – faktor yang mempengaruhi minat*, Social Work Jurnal, vol. 5 no. 2, hlm. 10

¹⁷ Ibid, hlm. 12

¹⁸ Ari Wibowo dan purwohandoko, *Pengaruh Pengetahuan Investasi, Kebijakan Modal Minimal, dan Pelatihan Pasar Modal Terhadap Minat Investasi*, Jurnal Ilmu Manajemen, Vol. 7 no. 1, 2019 hal. 194

kemampuan menganalisis yang baik dan bijaksana dalam mengambil keputusan investasi (*Investment Decision Making*). Kemampuan ini menurut Farooq dan Sajid (2015) menjadi kegiatan tersulit yang harus dilakukan oleh investor sebelum memutuskan untuk berinvestasi.¹⁹

Kata investasi merupakan kata adopsi dari bahasa Inggris, yaitu *Investment*. Kata *Invest* sebagai kata dasar dari *Investment* yang memiliki arti menanam. Dimana maksudnya penanaman uang atau modal dalam suatu perusahaan atau proyek untuk tujuan memperoleh keuntungan. Kata *Invest* didefinisikan sebagai *to make use of for future benefits or advantages and commit (money) in order to earn a financial return (Webster's New Collegiate : 2003)*, yang artinya *invest* adalah suatu tindakan untuk memanfaatkan keuntungan (uang) atau keuntungan masa depan, dan berkomitmen untuk mendapatkan keuntungan finansial.²⁰

Sedangkan menurut Huda investasi dibedakan menjadi dua, yaitu investasi pada *financial asset* dan investasi pada *real asset*. Investasi *financial asset* dilakukan di pasar uang,

¹⁹ Faridhatun Faidah, *Pengaruh Literasi Keuangan dan Faktor Demografi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa*, Journal of applied bussiness and economic, vol. 5 no. 3, 2019, hal. 254

²⁰ Indah Yuliana, *Investasi Produk Keuangan Syariah*, (Malang : UIN-Maliki Press, 2010), hal. 1-2

misalkan berupa sertifikat deposito, *commercial paper*, surat berharga pasar uang, dan lain sebagainya. Sedangkan Investasi yang dilakukan di pasar modal misalnya, berupa saham, obligasi, *warrant*, opsi, dan lain sebagainya. Selain daripada itu, tujuan investasi merupakan suatu komitmen atas sejumlah dana atau sumber daya lainnya yang dilakukan pada saat sekarang ini, dengan tujuan untuk memperoleh sejumlah keuntungan dimasa yang akan datang.²¹

Ada 2 teori dan tentang investasi yaitu :

a) Teori Neo Klasik

Neo Klasik menekankan pentingnya tabungan sebagai sumber investasi. Investasi dipandang sebagai salah satu penggerak utama pertumbuhan ekonomi dan pembangunan. Makin cepat perkembangan investasiketimbang laju pertumbuhan penduduk, makin cepat perkembangan volume stok kapital rata-rata per tenaga kerja. Makin tinggi rasio kapital per tenaga kerja cenderung makin tinggi kapasitas produksi per tenaga kerja. Tokoh Neo Klasisk, Sollow dan Swan memusatkan perhatiannya pada bagaimana pertumbuhan penduduk,

²¹ Ahmad Rodoni, Op. Cit., hlm 29

akumulasi capital, kemajuan teknologi dan output saling berinteraksi dalam proses pertumbuhan ekonomi (Arsyad, 2010).

b) Teori Harrod-Domar

Harrod-Domar menekankan peranan pertumbuhan modal dalam menciptakan pertumbuhan ekonomi. Teori Harrod-Domar memandang bahwa pembentukan modal dianggap sebagai pengeluaran yang akan menambah kemampuan suatu perekonomian untuk menghasilkan barang dan atau jasa, maupun sebagai pengeluaran yang akan menambah permintaan efektif seluruh masyarakat. Dimana apabila pada suatu masa tertentu dilakukan sejumlah pembentukan modal, maka pada masa berikutnya perekonomian tersebut mempunyai kemampuan untuk menghasilkan barang-barang dan jasa yang lebih besar (Sukirno, 2009).²²

3. Pengertian Minat Investasi

Minat investasi adalah suatu keadaan dimana seseorang memiliki ketertarikan terhadap investasi, bisa dikarenakan seseorang tersebut sudah belajar tentang

²² Rusli Amrul dan Sofiatu Wardah, *Pengaruh Modal Minimal, Pengetahuan Investasi dan Motivasi Terhadap Minat Berinvestasi Mahasiswa di Pasar Modal*, Jurnal Ilmu Ekonomi, Vol. 6 no. 1, 2020, hal. 58

pengetahuan investasi (mengikuti mata kuliah pasar modal, mengikuti seminar atau workshop seputar investasi di pasar modal ataupun mengikuti kegiatan di luar kampus seputar pasar modal) maupun karena faktor dari luar seperti melihat teman yang sudah berkecimpung di dunia investasi dan mendapatkan untung jadi ketertarikan individu terhadap investasi semakin besar.²³

Adapun indikator minat investasi adalah menurut Thai, dkk (2017) adalah :²⁴

- a) Keinginan untuk mencari tahu tentang investasi
- b) Mau meluangkan waktu untuk mempelajari lebih jauh mengenai investasi
- c) Mencoba melakukan investasi
- d) Ketertarikan dari baik itu dari luar maupun dari dalam

Berdasarkan pengertian minat investasi diatas penulis menarik kesimpulan bahwa minat investasi adalah aktifitas meletakkan sejumlah dana di sekuritas / perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dimasa yang akan datang.

²³ Dewi Arina Rusda, Skripsi : *Faktor – faktor yang mempengaruhi minat investasi di pasar modal pada mahasiswa kota semarang* (Semarang : UNNES, 2020), hal. 37

²⁴ Ibid, hal. 38 - 39

C. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

1. Pengertian Bauran Pemasaran

Dalam Manajemen Pemasaran tidak pernah lepas dari Bauran Pemasaran atau biasa disebut *Marketing Mix*, karena pada umumnya bauran pemasaran adalah salah satu elemen terpenting dalam hal pemasaran dan merupakan dasar pokok dari pemasaran itu sendiri. Pengertian bauran pemasaran itu sendiri adalah strategi pemasaran yang dilaksanakan secara terpadu atau strategi pemasaran yang dilakukan secara bersamaan dalam menerapkan elemen strategi yang ada dalam *marketing mix* itu sendiri.

Menurut Kotler, “*Marketing mix is the set of marketing tools that the firm uses to pursue its marketing objectives in the target market*” yang kurang lebih memiliki arti bahwa bauran pemasaran adalah sejumlah alat-alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk menyakinkan obyek pemasaran atau target pasar yang dituju.²⁵

Adapun Menurut Elbert dan Griffin dalam merencanakan dan melaksanakan strategi, para manajer bergantung pada empat komponen dasar. Elemen itu sering

²⁵ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prenhallindo, 1997), hlm. 92

disebut dengan “4P” dalam pemasaran, dan disebut sebagai alat untuk menjalankan strategi.²⁶ Sedangkan Menurut Kotler Bauran Pemasaran merupakan strategi kombinasi yang dilakukan oleh berbagai perusahaan dalam bidang pemasaran. Hampir semua perusahaan melakukan strategi ini guna mencapai tujuan pemasarannya, apalagi dalam kondisi persaingan yang demikian ketat saat ini.²⁷

2. Faktor – Faktor Bauran Pemasaran

McCarthy mempopulerkan pembagian kiat pemasaran ke dalam 4 (empat) faktor yang disebut *the four P's: product, price, place, and promotion*. Keempat bauran pemasaran tersebut secara singkat dijelaskan sebagai berikut :

a) *Product* (Produk)

Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan kepada masyarakat untuk dilihat, dipegang, dibeli atau dikonsumsi. Produk seringkali didefinisikan sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk dapat terdiri dari *product variety, quality, design, feature, brand name, packaging, sizes, services, warranties, dan returns*.

²⁶ Nurul Huda, Khamim Hudori, Rizal Fahlevi, Badrusa'diyah, Dea Mazaya, dan Dian Sugiarti, *Pemasaran Syariah : Teori dan Aplikasi*, (Depok : Kencana, 2017), hlm. 16

²⁷ Kasmir, *Pemasaran Perbankan*, (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2010), hlm. 119

Dalam perspektif syariah, memproduksi suatu barang harus mempunyai hubungan dengan kebutuhan hidup manusia. Islam juga mengajarkan untuk memperhatikan kualitas dan keberadaan produk tersebut, dan melarang jual beli produk yang belum jelas (*gharar*). Rasulullah mengharamkan jual beli *gharar* (yang tidak jelas produknya). Barang yang dijual harus terang dan jelas kualitasnya, pernyataan tegas disebutkan dalam Hadits Bukhari nomor 1937 tentang jika dua orang bertransaksi berlaku terus terang dan tidak menutupi :

The image shows a line of Arabic calligraphy in a traditional style. The text is a Hadith from the collection of Al-Bukhari and Muslim. It discusses the conditions for a sale to be blessed (baraka) or cursed (maha) based on the honesty and transparency of the buyer and seller. The text is written in black ink on a white background.

Artinya : *“Jika penjual dan pembeli jujur serta menjelaskan cacat barang niscaya akad jual-beli mereka diberkahi, tetapi jika keduanya berdusta serta menyembunyikan cacat barang niscaya dihapus keberkahan dari akad jual-beli mereka,” (hadits riwayat Al-Bukhari dan Muslim)*

Uraian diatas jelas mengatakan bahwa hukum menjual produk cacat dan disembunyikan adalah haram. Artinya, produk meliputi barang dan jasa yang ditawarkan pada calon

pembeli haruslah yang berkualitas sesuai dengan yang dijanjikan.

b) *Price* (Harga)

Harga adalah yaitu sejumlah uang yang konsumen bayar untuk membeli produk atau mengganti hak milik produk. Harga meliputi *last price*, *discount*, *allowance*, *payment period*, *credit terms*, dan *retail price*. Namun harga bukan hanya sejumlah uang yang dibayarkan atas barang atau jasa, ia juga meliputi nilai lain yang “diberikan” konsumen dalam proses transaksi. Karenanya, harga sesungguhnya yang dibayarkan konsumen juga meliputi biaya nonmoneter seperti waktu, usaha, risiko psikologis, atau ketidaknyamanan fisik yang mungkin saja dialami. Kotler mengatakan harga adalah satu-satunya elemen dalam *marketing mix* yang menghasilkan pendapatan sedangkan elemen lain hanya menghasilkan biaya.

Dalam konsep Islam, Praktik yang dilarang dalam islam adalah *ikhtikar*, yakni mengambil keuntungan di atas keuntungan normal dengan cara menjual lebih sedikit barang untuk harga yang lebih tinggi, atau istilah ekonominya *monopoly's rent-seeking*. Dalam praktik *fiqih muamalat*, *pricing* mengambil posisi tengah, tidak melebihi-

lebihkan, tidak pula merendahkan. Ini berarti *pricing* mestinya proporsional. Allah SWT berfirman dalam Al Qur'an surat *al-Furqaan* ayat 67:²⁸

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Artinya : “Dan orang-orang yang saleh apabila membelanjakan hartanya, mereka tidak berlebih-lebihan, tidak pula kikir, dan adalah (pembelajaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian.”

c) *Place* (Tempat)

Tempat yaitu berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan/dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran. Tempat meliputi antara lain *channels, coverage, assortments, locations, inventory*, dan *transport*. Tempat juga meliputi keputusan penting berkaitan dengan dimana, kapan, dan bagaimana pelanggan akan mengakses tawaran, seringkali disebut sebagai jalur distribusi.

²⁸ Ibid, hlm. 24

Tujuan dari fungsi distribusi adalah mempercepat sampainya barang di tangan konsumen atau pasar pada saat yang tepat. Kebijakan distribusi setidaknya harus memenuhi tiga kriteria. Pertama, yaitu ketepatan dan kecepatan waktu tiba di tangan konsumen. Kedua, keamanan yang terjaga dari kerusakan, dan yang ketiga sarana kompetisi dalam memberikan kecepatan dan ketepatan memenuhi kebutuhan konsumen.²⁹

d) *Promotion* (Promosi)

Promosi yaitu berbagai kegiatan perusahaan untuk mengkomunikasikan dan memperkenalkan produk pada pasar sasaran. Variabel promosi meliputi antara lain *sales promotion, advertising, sales force, public relation, dan direct marketing*.³⁰

Komponen ini terlihat tidak nyata karena mengacu pada teknik-teknik untuk mengkomunikasikan informasi mengenai produk. Promosi merupakan bagian terpenting, yang berperan aktif dalam memperkenalkan, memberitahukan dan mengingatkan kembali manfaat suatu produk agar mendorong konsumen untuk membeli produk yang di promosikan tersebut, setiap perusahaan harus dapat

²⁹ Ibid, hlm. 26

³⁰ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, hlm. 604

menentukan dengan tepat alat promosi manakah yang digunakan agar dapat mencapai keberhasilan dalam penjualan untuk mengadakan promosi.³¹

Untuk Perusahaan atau Instansi Jasa, Boom dan Bitner menambahkan dalam bisnis jasa, bauran pemasaran disamping 4P seperti dikemukakan diatas, ada tambahan 3P, yaitu :

- a. *People* (Orang), yaitu semua orang yang terlibat aktif dalam pelayanan dan memengaruhi persepsi pembeli, nama, pribadi pelanggan, dan pelanggan – pelanggan lain yang ada dalam lingkungan pelayanan. *People* meliputi kegiatan untuk karyawan, seperti kegiatan rekrutmen, pendidikan dan pelatihan motivasi, balas jasa, dan kerja sama, serta pelanggan yang menjadi nasabah atau calon nasabah
- b. *Physical Evidence* (Bukti Fisik), adalah terdiri dari adanya logo atau symbol perusahaan, motto, fasilitas yang dimiliki, seragam karyawan, laporan, kartu nama, dan jaminan perusahaan
- c. *Process* (Proses), merupakan keterlibatan pelanggan dalam pelayanan jasa, proses aktivitas, standard pelayanan,

³¹ Nurul Huda, *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi*, hlm. 17

kesederhaan atau kompleksitas prosedur kerja yang ada di instansi yang bersangkutan.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan secara keseluruhan bahwa indikator Bauran Pemasaran yaitu :³²

- ✓ Keragaman suatu produk dan kualitas yang merupakan bagian dari produk itu sendiri
- ✓ Daftar harga produk sesuai dengan kualitas agar bisa dijangkau
- ✓ Lokasi Pembelian yang strategi atau mudah dijangkau
- ✓ Periklanan promosi penjualan dan hubungan masyarakat
- ✓ Bukti fisik telah diterimanya suatu produk

Berdasarkan uraian diatas, Penulis menyimpulkan bahwa Bauran Pemasaran yang terdiri dari Produk, Harga, Tempat, Promosi (Produk) namun pada pemasaran jasa ditambahkan elemen Orang, Bukti Fisik, Proses, semuanya harus berjalan sesuai dengan prinsip syariah dan dilakukan dengan jujur sehingga tidak ada yang menganiaya atau yang didzalimi.

³² Kasmir, *Pemasaran Perbankan*, (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2010), hlm. 120-121

D. Kemampuan Finansial

1. Kemampuan

Kemampuan merupakan hal telah ada dalam diri kita sejak lahir. Kemampuan yang ada pada diri manusia juga bisa disebut dengan potensi. Potensi yang ada pada manusia pada dasarnya bisa diasah.

Dalam hal ini banyak para ahli mengartikan kemampuan secara bervariasi akan tetapi pada dasarnya masih memiliki konteks yang sama. Salah satunya ialah Mohammad Zain, ia berpendapat bahwa kemampuan merupakan potensi yang ada berupa kesanggupan, kecakapan, kekuatan kita berusaha dengan diri sendiri.

Sedangkan Anggiat M.Sinaga dan Sri Hadiati lebih mendefinisikan kemampuan lebih pada keefektifan orang tersebut dalam melakukan segala macam pekerjaan. Yang artinya kemampuan merupakan dasar dari seseorang tersebut melakukan sebuah pekerjaan secara efektif dan tentunya efisien. Hal tersebut didukung oleh pendapat Robbin yang mengartikan bahwa kemampuan merupakan sebuah kapasitas yang dimiliki oleh tiap-tiap individu untuk melaksanakan tugasnya. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa kemampuan merupakan suatu penilaian atau ukuran dari apa yang dilakukan oleh orang

tersebut.³³ Pada dasarnya kemampuan terdiri atas dua kelompok faktor, yaitu :³⁴

- Kemampuan intelektual (intellectual ability) yaitu kemampuan yang dibutuhkan untuk melakukan berbagai aktifitas mental-berfikir, menalar dan memecahkan masalah.
- Kemampuan fisik (physical ability) yaitu kemampuan melakukan tugas-tugas yang menuntut stamina, keterampilan, kekuatan, dan karakteristik serupa.

Berdasarkan penjelasan diatas, penulis berkesimpulan bahwa kemampuan adalah kapasitas melakukan suatu pekerjaan yang dimiliki oleh individu, dan terdiri dari dua jenis kemampuan yaitu kemampuan intelektual dan kemampuan fisik.

2. Finansial

Finansial adalah istilah yang berhubungan dengan urusan keuangan. Saat membahas finansial pasti tidak bisa lepas dari ekonomi. Finansial merupakan salah satu bidang dalam ekonomi yang berfokus pada keuangan.³⁵ Finansial atau penghasilan

³³ “*Pengertian Kemampuan*” diakses pada tanggal 27 Mei 2021 pukul 20.36 dari <https://idtesis.com/pengertian-kemampuan/>

³⁴ Stephen P. Robbins dan Tim Judge, *Organizational Behavior*,(Pearson/Prentice Hall, 2007), hlm. 57.

³⁵ <https://www.akselaran.co.id/blog/finansial-adalah/> diakses pada tanggal 24 Juni 2021 pukul 14.27

menurut Undang-Undang No. 17 Tahun 2004 adalah “Setiap tambahan kemampuan ekonomis yang diterima atau diperoleh Wajib Pajak, baik berasal dari Indonesia maupun dari luar Indonesia, yang dapat dipakai untuk konsumsi atau untuk menambah kekayaan Wajib Pajak bersangkutan, dengan nama dan dalam bentuk apapun”.

Dalam pengertian umum, pendapatan adalah hasil pencaharian usaha. Budiono³⁶ mengemukakan bahwa pendapatan adalah hasil dari penjualan faktor-faktor produksi yang dimilikinya kepada sektor produksi. Selanjutnya, pendapatan juga dapat di definisikan sebagai jumlah seluruh uang yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu (biasanya satu tahun), pendapatan terdiri dari upah, atau penerimaan tenaga kerja, pendapatan dari kekayaan seperti sewa, bunga dan deviden, serta pembayaran transfer atau penerimaan dari pemerintah seperti tujangan sosial atau asuransi pengangguran.³⁷

Pendapatan bisa dibagi atas 4 macam pengeluaran yaitu *Consumption, Social, Saving, and Investation*. Misal sebagai perbandingan secara berturut-turut adalah 70:10:10:10. Apabila

³⁶ Budiono, *Ekonomi Makro: Seri Sinopsis Pengantar Ilmu Ekonomi No.2, Edisi 4*, (Yogyakarta: BPFE, 1992), hlm. 180

³⁷ Samuelson dan Nordhaus, *Makro Ekonomi Edisi Keempatbelas*, Op. Cit., hlm 36

pendapatan 1.000.000 maka dapat dibagi menjadi 700.000 untuk konsumsi, 100.000 untuk sosial (termasuk sumbangan-sumbangan, infaq), 100.000 tabungan, dan 100.000 untuk investasi. Semakin besar pendapatan maka porsi konsumsi semakin kecil sehingga porsi yang lain bisa lebih besar.³⁸

Dalam praktek pembagian pendapatan tidak dilakukan atas empat golongan diatas, disamping bekerja kepada perusahaan lain yang menerima gaji/upah, ada juga orang yang bekerja mandiri (Self-Employed) yang tidak tergantung kepada orang lain. Orang yang bekerja mandiri menerima semua unsur pendapatan untuk dirinya sendiri, termasuk didalamnya gaji, sewa, bunga, bahkan juga laba, semuanya termasuk dalam kategori pendapatan perorangan. Dibawah ini pembagian pendapatan yang diterima dari faktor-faktor produksi Self-Employed yaitu:³⁹

- ✓ Pendapatan atas sewa, yaitu seluruh sewa atas sumber daya khususnya tanah dan faktor produksi lainnya
- ✓ Pendapatan tenaga Kerja berupa gaji/upah (jika orang bersangkutan bekerja di perusahaan lain), mencakup kompensasi, gaji, sumbangan dana, dsb.

³⁸ Bussiness Lounge, "Financial Literacy (Kecerdasan Finansial)", diakses pada 27 Mei 2021 pukul 21.03 dari <http://businesslounge.co/2013/04/01/financial-literacy-kecerdasan-finansial/>

³⁹ Deliarnov, *Pengantar Ekonomi Makro*, (Jakarta : Universitas Indonesia Press, 1995), hlm. 43

- ✓ Pendapatan dari usaha perorangan (jika orang bersangkutan bekerja mandiri), golongan masyarakat seperti petani kecil dan pengusaha kecil.
- ✓ Pendapatan dari modal berupa bunga neto, yaitu selisih antara total bunga yang diterima secara keseluruhan dengan bunga pinjaman untuk konsumsi dan bunga pinjaman pemerintah.

Menurut Kaly, Hudson dan Vush, indikator dari Kemampuan Finansial dikategorikan yaitu :⁴⁰

- a) Penghasilan atau pendapatan yang diterima dalam kurun waktu sebulan
- b) Konsumsi, biaya dan pengeluaran yang dilakukan dalam kurun waktu sebulan
- c) Tabungan
- d) Pembayaran Investasi (jika ada)

Berdasarkan penjelasan diatas kemampuan finansial ialah kemampuan seseorang dalam memecahkan masalah atau mengelola keuangannya, baik yang didapat dari gaji ataupun uang saku, yang berarti menunjuk pada *economic situation* dimana keadaan ekonomi seseorang akan mempengaruhi

⁴⁰ Dwi Latifiana, *Studi Literasi Keuangan Pengelola Usaha Kecil Menengah (UKM)*, 2016

pemilihan produk dan keputusan pembelian pada suatu produk tertentu. Keadaan ekonomi yang dimaksud adalah jumlah pendapatan yang dihasilkannya setiap periodenya.

E. Reksadana Syari'ah

1. Gambaran Umum Reksadana Syari'ah

Reksadana merupakan suatu bentuk pemberian jasa yang didirikan untuk membantu investor yang ingin berpartisipasi dalam pasar modal tanpa adanya keterlibatan secara langsung dalam prosedur, administrasi, dan analisis dalam sebuah pasar modal. Hal ini dikarenakan Reksadana, termasuk yang dikenal di Indonesia baik yang berbentuk Kontrak Investasi Kolektif (KIK) maupun Reksadana berbentuk perseroan dikelola oleh Manajer Investasi yang mewakili para investor yang berpartisipasi dalam Reksadana.⁴¹

Reksadana merupakan salah satu dari investasi (penanaman modal). Penanaman modal berdasarkan pasal 1 angka (1) UU penanaman modal diartikan sebagai segala bentuk kegiatan menanam modal, baik oleh penanam modal dalam negeri maupun penanam modal asing untuk melakukan usaha di wilayah Negara Republik Indonesia, sedangkan penanaman modal asing dalam pasal 1 angka (3) UU penanaman modal

⁴¹ Gunawan Widjaja dan Almira Prajna Ramaniya, *Pasar Modal: Reksa Dana & Peran serta Tanggung Jawab Manajer Investasi dalam Pasar Modal*, (Jakarta : Kencana, 2006), hlm. 7

didefinisikan sebagai kegiatan menanam modal untuk melakukan usaha di wilayah republic Indonesia yang dilakukan oleh penanam modal asing, baik yang menggunakan modal asing sepenuhnya maupun yang berpatungan dengan penanam modal dalam negeri.⁴²

Reksadana adalah sarana investasi yang sederhana dimana setiap orang dengan tujuan investasi jangka panjang yang sama mengumpulkan dana dari masyarakat. Kemudian mereka menunjuk manajer yang profesional untuk dana tersebut sesuai dengan tujuan investasinya, yaitu investasi pada saham dan atau dalam instrumen-instrumen berpendapatan tetap (*fixed income*). Kekayaan atau aset suatu reksadana bukan milik manajer investasinya, ia hanya mengelola aset tersebut mewakili para investor. Aset tersebut adalah milik para investor dimana kepemilikannya dinyatakan dalam unit saham reksadana.⁴³

Reksadana (*Mutual Fund*) adalah sertifikat yang menyatakan bahwa pemiliknya menitipkan uang kepada pengelola reksadana (disebut manajer investasi), untuk digunakan sebagai modal berinvestasi di pasar uang dan pasar

⁴² Davin Kairupan, *Aspek Hukum Penanaman Modal Asing di Indonesia*, (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2013), hlm. 21

⁴³ Veithzal rivai, dan Andria Permata Veithzal, *Bank and Financial Institution Management Conventional & Sharia System*, (Jakarta : PT Rajagrafindo Persada, 2007), hlm. 944

modal.⁴⁴ Dalam pengertian ini terkandung tiga unsur penting. Pertama, adanya dana dari masyarakat pemodal (investor). Kedua, dana tersebut diinvestasikan dalam portofolio efek. Ketiga, dana tersebut dikelola oleh Manajer Investasi. Dana yang dikelola oleh Manajer Investasi tersebut merupakan milik bersama dari para pemodal, dan Manajer Investasi adalah pihak yang dipercayakan untuk mengelola atau menginvestasikan dana tersebut dalam reksadana.⁴⁵

Panduan bagi masyarakat muslim untuk berinvestasi pada produk Reksadana Syariah sudah diberikan melalui fatwa DSN-MUI No.20 tahun 2001 tentang Pedoman Pelaksanaan Investasi Untuk Reksa Dana Syariah.⁴⁶ Pemilik dana (investor) yang menginginkan investasi halal akan mengamankan dananya dengan akad wakalah kepada Manajer Investasi. Reksadana merupakan jalan keluar bagi para pemodal kecil yang ingin ikut serta dalam pasar modal dengan modal minimal yang relatif kecil dan kemampuan menanggung resiko yang sedikit.

Pembeda reksadana syariah dan reksadana konvensional adalah reksadana syariah memiliki kebijaksanaan investasi yang

⁴⁴ Ibid, hlm. 945 - 952

⁴⁵ Gunawan Widjaja, hlm. 7

⁴⁶ DSN MUI, "Fatwa Dewan Syari'ah Nasional Nomor 20/DSN-MUI/IV/2001 Tentang Pedoman Pelaksanaan Investasi Untuk Reksa Dana Syari'ah Dewan Syari'ah Nasional MUI," diakses pada tanggal 1 Juni 2021 pukul 20.00 dari <http://www.dsnmui.or.id/index.php?mact=News,cntnt01,detail,0&cntnt01articleid=21&cntnt01origid=59&cntnt01detailtemplate=Fatwa&cntnt01returnid=61>.

berbasis instrumen investasi pada portfolio yang dikategorikan halal. Dikatakan halal, jika perusahaan yang menerbitkan instrumen investasi tersebut tidak melakukan usaha yang bertentangan dengan prinsip-prinsip Islam. Tidak melakukan riba atau membungakan uang. Saham, obligasi dan sekuritas lainnya yang dikeluarkan bukan perusahaan yang usahanya berhubungan dengan produksi atau penjualan minuman keras, produk mengandung babi, bisnis hiburan berbau maksiat, perjudian, pornografi, dan sebagainya.⁴⁷

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis menyimpulkan bahwa reksadana syariah ialah produk investasi dimana pemodal menitipkan dananya kepada manajer investasi untuk selanjutnya diinvestasikan ke dalam portofolio efek yang dikategorikan halal, dan manajer investasilah yang mengelola dana tersebut dimana kegiatan operasionalnya harus sesuai syariah.

2. Pandangan Islam Tentang Reksadana

Pada prinsipnya setiap sesuatu dalam muamalat adalah dibolehkan selama tidak bertentangan dengan syariah, mengikuti

⁴⁷ MUI, "Reksadana Syariah", Lokakarya Alim Ulama tentang Reksadana Syariah, yang diselenggarakan oleh Majelis Ulama Indonesia bekerjasama dengan Bank Muamalat Indonesia tanggal 24-25 Rabiul Awal 1417 H. 29-30 Juli 1997 M. Jakarta, diakses pada tanggal 15 Desember 2020 pukul 20.06 dari <http://mui.or.id/wp-content/uploads/2014/11/19.-Reksadana-Syariah.pdf>, hlm. 341

kaidah *fiqih* yang dipegang oleh *mazhab* Hambali dan para *fuqaha* lainnya yaitu :

الأَصْلُ فِي الْعُقُودِ وَمَا يَتَّصِلُ بِهَا مِنْ شُرُوطِ الْإِبَاحَةِ مَا لَمْ يَمْنَعَهَا الشَّرْعُ أَوْ تُخَالِفُ
نُصُوصَ الشَّرْعِ

Artinya : “Prinsip dasar dalam transaksi dan syarat-syarat yang berkenaan dengannya ialah boleh diadakan, selama tidak dilarang oleh Syariah atau bertentangan dengan nash Syariah.”

Allah SWT memerintahkan orang-orang yang beriman agar memenuhi akad yang mereka lakukan seperti yang disebut, dalam Al Qur’an surat al Maidah ayat 1 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, penuhilah akad-akad itu!”. (QS. Al-Maidah : 1)

Syarat-syarat yang berlaku dalam sebuah akad, adalah syarat- syarat yang ditentukan sendiri kaum muslimin, selama tidak melanggar ajaran Islam. adapun dalam reksadana konvensional juga terdapat banyak *maslahat*, seperti : memajukan perekonomian, saling memberi keuntungan diantara para pelakunya, meminimalkan resiko dalam pasar modal dan

sebagainya. Namun didalamnya juga ada hal-hal yang bertentangan dengan syariah, baik dalam segi akad, operasi, investasi, transaksi dan pembagian keuntungannya. Syariah dapat menerima usaha semacam reksadana sepanjang hal yang tidak bertentangan dengan syariah.⁴⁸

Berdasarkan beberapa penjelasan diatas, penulis menarik kesimpulan bahwa selama suatu kegiatan muamalah tidak bertentangan dengan prinsip syariah baik dalam segi akad, operasi, investasi, transaksi dan pembagian keuntungannya, kegiatan tersebut boleh dilakukan. Maka kegiatan reksadana syariah boleh dilakukan selama tidak bertentangan dengan prinsip syariah.

3. Jenis – Jenis Reksadana

Terdapat 4 jenis reksadana jika ditinjau dari portofolio investasinya yaitu :

➤ Reksadana pasar uang (*money market funds*)

Reksadana jenis ini bersifat utang dagang dalam tempo kurang dari setahun, dengan tujuan untuk menjaga likuiditas dan pemeliharaan modal.

➤ Reksadana pendapatan tetap (*fixed income funds*)

⁴⁸ Ibid, hlm. 341-342

Reksadana jenis ini melakukan investasi sekurang-kurangnya 80% seperti Sertifikat deposito, *Commercial Paper*, maupun sertifikat obligasi yang dikeluarkan oleh perusahaan swasta, BUMN, dan pemerintah. Instrumen-instrumen tersebut memberikan tingkat suku bunga yang lebih tinggi dibandingkan tabungan bank, tetapi tetap bersifat konservatif. Reksadana ini untuk orang yang ingin berinvestasi jangka pendek, Tujuannya untuk menghasilkan tingkat pengembalian yang stabil.

➤ Reksadana saham (*Equity Funds*)

Reksadana ini diperuntukkan untuk investor yang ingin berinvestasi jangka panjang, untuk beberapa tahun atau untuk beberapa dekade.

➤ Reksadana campuran (*Discretionary Funds*)

Reksadana ini melakukan investasi dalam efek bersifat ekuitas dan utang, dimana bersifat moderat dengan tingkat pengembalian yang cukup tinggi. Reksadana jenis ini mengoptimalkan keuntungannya melalui saham-saham di pasar modal.⁴⁹

Berdasarkan penjelasan diatas Pemilihan jenis portofolio yang tepat sesuai dengan tingkat risiko yang

⁴⁹ Veithzal Rivai, hlm. 946

diinginkan tentunya akan lebih memberikan kenyamanan bagi investor itu sendiri dan bagi manajer investasi.

F. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan telaah yang sudah dilakukan terhadap beberapa sumber kepustakaan, penulis melihat bahwa apa yang menjadi masalah pokok penulisan ini tampaknya sangat penting dan prospektif untuk diteliti. Berikut penelitian terdahulu yang dijadikan tinjauan pustaka penulis :

Annika Pramesti Putri dengan berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Membeli Saham (Studi Pada Sekolah Pasar Modal Yang Diselenggarakan Oleh Kantor Perwakilan Bei Jakarta)” Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Variabel *Product, Price, Promotion and Place*, yang merupakan bagian dari Bauran Pemasaran terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli saham atau minat berinvestasi.⁵⁰

Amrina Rida Hafsari dan Tandiyo Pradekso dengan berjudul “Pengaruh Terpaan Promosi Reksadana dan Terpaan Komunikasi Keluarga Mengenai Keuangan Terhadap Minat Berinvestasi Reksadana” Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Variabel Promosi

⁵⁰ Annika Pramesti Putri, *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Membeli Saham (Studi Pada Sekolah Pasar Modal yang Diselenggarakan Oleh Kantor Perwakilan BEI Jakarta)*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 2018 diakses tanggal 25 Juni 2021

yang merupakan bagian dari Bauran Pemasaran berpengaruh signifikan terhadap minat berinvestasi reksadana, dan juga variabel komunikasi keluarga atau bisa disamakan dengan kemampuan finansial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berinvestasi reksadana.⁵¹

Erdinda Santoso dan Rachman Indra Rin dengan berjudul “Analisis Pengaruh *Marketing Mix* terhadap Minat Masyarakat Membeli Sukuk” Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Variabel *Marketing Mix* atau nama lain dari Bauran Pemasaran Mempengaruhi Variabel Minat Membeli Sukuk, dengan kata lain Minat Berinvestasi Sukuk.⁵²

Nine Septa Maharani dengan berjudul “Pengaruh Promosi dan Fluktasi Harga Emas terhadap Minat Nasabah pada Produk Tabungan Emas” Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Variabel Promosi atau bagian dari Bauran Pemasaran tidak berpengaruh sama sekali terhadap minat produk tabungan emas, atau minat berinvestasi.⁵³

⁵¹ Amrina Rida Hafsani dan Tandiyo Pradekso, *Pengaruh Telaah Promosi Reksadana dan Komunikasi Keluarga terhadap Minat Berinvestasi Reksadana*, Jurnal Ilmu Komunikasi, 2020 diakses pada tanggal 25 Juni 2021

⁵² Erdinda Santoso dan Rachman Indra Rin, *Analisis Pengaruh Marketing Mix terhadap Minat Masyarakat Membeli Sukuk*, Jurnal Ekonomi Syariah dan Hukum Ekonomi Syariah, vol. 6 no. 2, 2020, diakses pada tanggal 25 Juni 2021

⁵³ Nine Septa Maharani, *Pengaruh Promosi dan Fluktasi Harga Emas terhadap Minat Nasabah pada Produk Tabungan Emas*, Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam, vol. 1 no. 1, 2020, diakses pada tanggal 25 Juni 2021

Guspia Ningsih, Muhammad Dayyan dan Nurjanah dengan berjudul “Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Berinvestasi Logam Mulia di Pegadaian Syariah Langsung Barat” Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Variabel Promosi atau bagian dari Bauran Pemasaran Berpengaruh Signifikan terhadap Minat Masyarakat dalam Berinvestasi.⁵⁴

Zakaria Harahap dengan berjudul “Pengaruh Program Yuk Nabung Saham Terhadap Minat Investasi pada Kelompok UKM di Kota Prabumulih Sumatera Selatan” Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Variabel Program Yuk Nabung Saham bisa disamakan dengan Variabel Promosi yang merupakan bagian dari Bauran Pemasaran Berpengaruh Signifikan atau berpengaruh positif terhadap Minat Investasi.⁵⁵

Sitti Aisya dan Yohansyah Adiputra Riyadi dengan berjudul “Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kelurahan Siranindi di Bank Muamalat Indonesia Palu Sulawesi Tengah”. Hasil penelitian ini menunjukkan

⁵⁴ Guspia Ningsih, Muhammad Dayyan dan Nurjanah *Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Berinvestasi Logam Mulia di Pegadaian Syariah Langsung Barat*, Jurnal Manajemen Keuangan Syariah, vol. 3 no. 2, 2019, diakses pada tanggal 25 Juni 2021

⁵⁵ Zakaria Harahap, *Pengaruh Program Yuk Nabung Saham Terhadap Minat Investasi pada Kelompok UKM di Kota Prabumulih Sumatera Selatan*, Journal of economic, bussiness and accounting, vol. 4 no. 1, 2020, diakses pada tanggal 25 Juni 2021

bahwa variabel promosi atau bagian dari bauran pemasaran tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat.⁵⁶

Ari Wibowo dan Purwohandoko dengan berjudul “Pengaruh Pengetahuan Investasi, Kebijakan Modal Minimal, dan Pelatihan Pasar Modal terhadap Minat Investasi (Studi Kasus Mahasiswa FE Unesa yang Terdaftar di Galeri Investasi FE Unesa)” Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Variabel Modal Minimal atau Kemampuan Finansial Berpengaruh Signifikan terhadap Minat Investasi.⁵⁷

Luh Putu Ayu Eka Devianti, Gusti Ayu Purnamawati dan Nyoman Putra Yasa dengan berjudul “Pengaruh Norma Subjektif, Persepsi Return dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Mahasiswa untuk Berinvestasi Saham di Pasar Modal” Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Variabel Literasi Keuangan atau Kemampuan Finansial Berpengaruh positif dan Signifikan terhadap Minat Mahasiswa untuk Investasi.⁵⁸

M. Samsul Haidir dengan berjudul “Pengaruh Pemahaman Investasi, Modal Minimal dan Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa

⁵⁶ Sitti Aisyah dan Yohansyah, *Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kelurahan Siranindi di Bank Muamalat Indonesia Palu Sulawesi Tengah*, Journal Islamic Economic and Bussiness, vol. 2 no. 1, diakses pada tanggal 16 Juli 2021

⁵⁷ Ari Wibowo dan Purwohandoko, *Pengaruh Pengetahuan Investasi, Kebijakan Modal Minimal, dan Pelatihan Pasar Modal terhadap Minat Investasi (Studi Kasus Mahasiswa FE Unesa yang Terdaftar di Galeri Investasi FE Unesa)*, Jurnal Ilmu Manajemen, vol. 7 no. 1, 2019, diakses pada tanggal 25 Juni 2021

⁵⁸ Luh Putu Ayu Eka Devianti, Gusti Ayu Purnamasari dan Nyoman Putra Yasa, *Pengaruh Norma Subjektif, Persepsi Return dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Mahasiswa untuk Berinvestasi Saham di Pasar Modal*, Jurnal Akuntansi, vol 8 no. 2, 2017, diakses pada tanggal 25 Juni 2021

dalam Melakukan Investasi Di Pasar Modal Syariah” Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Variabel Modal Minimal atau Kemampuan Finansial Berpengaruh positif dan Signifikan terhadap Minat Mahasiswa dalam Melakukan Investasi.⁵⁹

Faridhatun Faidah dengan berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan dan Faktor Demografi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa” Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Variabel Literasi Keuangan atau bisa disamakan dengan Kemampuan Finansial Berpengaruh positif Signifikan terhadap Minat Investasi Mahasiswa.⁶⁰

Rusli Amrul dan Sofiati Wardah dengan berjudul “Pengaruh Modal Minimal, Pengetahuan Investasi dan Motivasi Terhadap Minat Berinvestasi Mahasiswa di Pasar Modal” Hasil pengujian dengan uji hipotesis menunjukkan bahwa Variabel Modal Minimal atau Kemampuan Finansial tidak berpengaruh Signifikan terhadap Minat Berinvestasi Mahasiswa.⁶¹

Aminatun Nisa dan Luki Zulaika dengan berjudul “Pengaruh Pemahaman Investasi, Modal Minimal Investasi dan

⁵⁹ M. Samsul Haidir, Pengaruh Pemahaman Investasi, Modal Minimal dan Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa dalam Melakukan Investasi Di Pasar Modal Syariah, Jurnal Hukum Islam, Ekonomi dan Bisnis, vol. 5 no. 2, 2019, diakses pada tanggal 25 Juni 2021

⁶⁰ Faridhatun Faidah, *Pengaruh Literasi Keuangan dan Faktor Demografi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa*, Journal of Applies Bussiness and economic, vol. 5 no. 3, 2019, diakses pada tanggal 25 Juni 2021

⁶¹ Rusli Amrul dan Sofiati Wardah, *Pengaruh Modal Minimal, Pengetahuan Investasi dan Motivasi Terhadap Minat Berinvestasi Mahasiswa di Pasar Modal*, JBMA, vol. 7 no. 1, 2020, diakses pada tanggal 2021

Motivasi terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal” Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Modal Minimal atau kemampuan finansial berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa berinvestasi.⁶²

Sura Klaudia, Titik Nur Rohmah, Yuwanda Vintia Devi dan Caecellia Ratu Lumphita Ayu dengan berjudul “Menakar Pengaruh Risiko, Return, Pemahaman Investasi, Dan Modal Investasi Terhadap Minat UMKM Dalam Memilih Jenis Investasi” Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Modal Minimal atau Kemampuan Finansial tidak berpengaruh sama sekali terhadap Minat berinvestasi.⁶³

Rine Gesta Erawati Supriyanto, Erdah Andayani dan Aulia Farrabanie Al-Arsy dengan berjudul “Pengaruh Preferensi Resiko, Literasi Ekonomi, Pengetahuan Galeri Investasi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Fakultas Ekonomika Dan Bisnis”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan atau

⁶² Aminatun Nisa dan Luki Zulaika, *Pengaruh Pemahaman Investasi, Modal Minimal Investasi dan Motivasi terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal*, Jurnal Penelitian Teori dan Terapan Akuntansi, vol. 2 no. 2, diakses pada tanggal 25 Juni 2021

⁶³ Sura Klaudia, dkk, *Menakar Pengaruh Risiko, Return, Pemahaman Investasi, Dan Modal Investasi Terhadap Minat UMKM Dalam Memilih Jenis Investasi*, Jurnal PETA, vol. 3 no. 1 diakses pada tanggal 8 Juli 2021

bisa disebut kemampuan finansial berpengaruh signifikan terhadap minat investasi mahasiswa.⁶⁴

Akhmad Darmawan, Kesih Kurnia dan Sri Rejeki dengan berjudul “Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi, Literasi Keuangan Dan Lingkungan Keluarga Pengaruhnya Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal”. Hasil penelitian ini menunjukkan literasi keuangan atau bisa disamakan dengan kemampuan finansial berpengaruh signifikan terhadap minat investasi di pasar modal.⁶⁵

Sadaquat Junayed dan Hashmat Khan dengan berjudul “*Inventory Investment and the Real Interest Rate*”. Hasil penelitian ini menunjukkan tingkat bunga tidak mempengaruhi minat investasi yang artinya, modal atau kemampuan finansial tidak berpengaruh sama sekali terhadap minat berinvestasi.⁶⁶

Flavio Leonel De Carvalho dan Aquiles Elie dengan berjudul “*Earnings quality, investment decisions, and financial constraint*”. Hasil penelitian ini menunjukkan kendala keuangan atau

⁶⁴ Rine Gesta Erawati, dkk, *Pengaruh Preferensi Resiko, Literasi Ekonomi, Pengetahuan Galeri Investasi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Fakultas Ekonomika Dan Bisnis*, Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi, vol. 4 no. 1, diakses pada tanggal 8 Juli 2021

⁶⁵ Akhmad Darmawan, Kesih Kurnia dan Sri Rejeki, *Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi, Literasi Keuangan Dan Lingkungan Keluarga Pengaruhnya Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal*, Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan, vol. 8 no. 2, diakses pada tanggal 8 Juli 2021

⁶⁶ Sadaquat Junayed dan Hashmat Khan, *Inventory Investment and the Real Interest Rate*, Journal Economic Discussion Paper, diakses pada tanggal 8 Juli 2021

bisa dikategorikan dengan kemampuan finansial berpengaruh positif dan signifikan terhadap investasi.⁶⁷

Tabel 2.1
Ringkasan Penelitian Terdahulu

| No. | Nama Peneliti | Judul Penelitian | Perbedaan Penelitian |
|-----|---|---|---|
| 1 | Annika Pramesti Putri (2018) | Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Membeli Saham (Studi Pada Sekolah Pasar Modal Yang Diselenggarakan Oleh Kantor Perwakilan Bei Jakarta) | <ul style="list-style-type: none"> Menggunakan analisis regresi linear sederhana |
| 2 | Amrina Rida Hafsari dan Tardiyo Pradekso (2020) | Pengaruh Terpaan Promosi Reksadana dan Terpaan Komunikasi Keluarga Mengenai Keuangan Terhadap Minat Berinvestasi Reksadana | <ul style="list-style-type: none"> Menggunakan variabel Komunikasi Keluarga sebagai variabel independen Menggunakan analisis regresi linear sederhana |
| 3 | Erdinda Santoso dan Rachman Indra Rin (2020) | Analisis Pengaruh <i>Marketing Mix</i> terhadap Minat Masyarakat Membeli Sukuk | <ul style="list-style-type: none"> Menggunakan variabel membeli sukuk sebagai variabel dependen Menggunakan analisis regresi logistik |
| 4 | Nine Septa Maharani (2020) | Pengaruh Promosi dan Fluktasi Harga Emas terhadap Minat Nasabah pada Produk Tabungan Emas | <ul style="list-style-type: none"> Menggunakan variabel fluktasi harga emas sebagai variabel independen |

⁶⁷ Flavio Leonel De Carvalho dan Aquiles Elie, *Earnings quality, investment decisions, and financial constraint*, Journal Bussiness and Management, diakses pada tanggal 8 Juli 2021

| | | | |
|---|--|--|---|
| 5 | Guspia Ningsih, Muhammad Dayyan dan Nurjanah (2019) | Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Berinvestasi Logam Mulia di Pegadaian Syariah Langsung Barat | <ul style="list-style-type: none"> Menggunakan variabel kualitas pelayanan dan pengetahuan sebagai variabel independen |
| 6 | Zakaria Harahap (2020) | Pengaruh Program Yuk Nabung Saham Terhadap Minat Investasi pada Kelompok UKM di Kota Prabumulih Sumatera Selatan | <ul style="list-style-type: none"> Objek penelitian pada UKM Menggunakan analisis regresi linear sederhana |
| 7 | Sitti Aisyah dan Yohansyah Adiputra Riyadi (2020) | Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kelurahan Siranindi di Bank Muamalat Indonesia Palu Sulawesi Tengah | <ul style="list-style-type: none"> Menggunakan variabel kualitas pelayanan sebagai variabel independen Hanya menggunakan variabel minat saja sebagai variabel dependen |
| 8 | Ari Wibowo dan Purwohandoko (2019) | Pengaruh Pengetahuan Investasi, Kebijakan Modal Minimal, dan Pelatihan Pasar Modal terhadap Minat Investasi (Studi Kasus Mahasiswa FE Unesa yang Terdaftar di Galeri Investasi FE Unesa) | <ul style="list-style-type: none"> Menggunakan variabel pengetahuan investasi dan pelatihan pasar modal sebagai variabel independen Tidak menggunakan uji persamaan regresi |
| 9 | Luh Putu Ayu Eka Devianti, Gusti Ayu Purnamawati dan | Pengaruh Norma Subjektif, Persepsi Return dan Literasi Keuangan Terhadap | <ul style="list-style-type: none"> Menggunakan variabel Norma Subjektif dan persepsi <i>return</i> |

| | | | |
|----|---------------------------------------|--|---|
| | Nyoman Putra Yasa (2017) | Minat Mahasiswa untuk Berinvestasi Saham di Pasar Modal | <p>sebagai variabel independen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tidak menggunakan uji simultan (uji F) |
| 10 | M. Samsul Haidir (2019) | Pengaruh Pemahaman Investasi, Modal Minimal dan Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa dalam Melakukan Investasi Di Pasar Modal Syariah | <ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan variabel pemahaman investasi dan motivasi sebagai variabel independen |
| 11 | Faridhatun Faidah (2019) | Pengaruh Literasi Keuangan dan Faktor Demografi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa | <ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan variabel faktor demografi sebagai variabel independen • Menggunakan analisis regresi linear sederhana |
| 12 | Rusli Amrul dan Sofiati Wardah (2020) | Pengaruh Modal Minimal, Pengetahuan Investasi dan Motivasi Terhadap Minat Berinvestasi Mahasiswa di Pasar Modal | <ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan variabel pengetahuan investasi dan motivasi sebagai variabel independen • Tidak menggunakan uji persamaan regresi linear berganda maupun analisis regresi linear sederhana |
| 13 | Aminatun Nisa dan Luki Zulaika (2017) | Pengaruh Pemahaman Investasi, Modal Minimal Investasi dan Motivasi | <ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan variabel pemahaman investasi dan motivasi sebagai |

| | | | |
|----|--|---|--|
| | | terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal | <p>variabel independen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tidak menggunakan uji persamaan regresi linear berganda maupun analisis regresi linear sederhana |
| 14 | Sura Klaudia, Titik Nur Rohmah, Yuwanda Vintia Devi dan Caecellia Ratu Luphita Ayu | Menakar Pengaruh Risiko, Return, Pemahaman Investasi, Dan Modal Investasi Terhadap Minat UMKM Dalam Memilih Jenis Investasi | <ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan variabel Risiko, Return dan Pemahaman investasi sebagai variabel independen • Tidak menggunakan regresi linear berganda maupun analisis regresi linear sederhana |
| 15 | Rine Gesta Erawati Supriyanto, Erdah Andayani dan Aulia Farrabanie Al-Arsy | Pengaruh Preferensi Resiko, Literasi Ekonomi, Pengetahuan Galeri Investasi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Fakultas Ekonomika Dan Bisnis | <ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan Variabel Resiko dan Pengetahuan Galeri Investasi sebagai variabel independen • Tidak menggunakan regresi linear berganda maupun analisis regresi linear sederhana |
| 16 | Akhmad Darmawan, Kesih Kurnia dan Sri Rejeki | Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi, Literasi Keuangan Dan Lingkungan Keluarga | <ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan variabel pengetahuan investasi dan motivasi investasi sebagai variabel |

| | | | |
|----|--|--|--|
| | | Pengaruhnya Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal | independen |
| 17 | Sadaquat Junayed dan Hashmat Khan | Inventory Investment and the Real Interest Rate | <ul style="list-style-type: none"> Menggunakan variabel tingkat bunga sebagai variabel independen |
| 18 | Flavio Leonel De Carvalho dan Aquiles Elie | Earnings quality, investment decisions, and financial constraint | <ul style="list-style-type: none"> Menggunakan dengan analisis metode matrix dan tidak menggunakan dengan analisis regresi berganda |

Sumber : dikumpulkan dari berbagai sumber dari tahun 2017

G. Pengembangan Hipotesis

1. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Investasi

Dalam manajemen pemasaran tidak lepas dari yang namanya Bauran Pemasaran, Bauran Pemasaran adalah strategi pemasaran yang digunakan untuk meyakinkan target pasar yang dituju. Salah satu strategi pemasaran dari Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk menjangkau konsumen potensial adalah dengan mengadakan Sekolah Pasar Modal. Sekolah Pasar Modal merupakan pemberian materi serta penjelasan mengenai struktur Pasar Modal dan produk – produk Pasar Modal dari pihak BEI dan yang telah bekerjasama dengan sekuritas. Sekolah Pasar Modal diharapkan dapat membantu masyarakat untuk

memahami lebih dalam mengenai investasi di Pasar Modal.⁶⁸ Oleh karena itu bauran pemasaran memegang peranan penting dalam mempromosikan dan memperkenalkan produk investasi seperti reksadana syariah untuk dapat dijangkau oleh para mahasiswa di universitas supaya minat mahasiswa untuk berinvestasi semakin meningkat. Hal tersebut didukung dengan hasil penelitian Annika Pramesti Putri, Amrina Rida Hafsan, Erdinda Santoso, Guspia Ningsih dan Zakaria Harahap yang dalam penelitiannya menyatakan bahwa promosi atau bagian dari bauran pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi.

Tabel 2.2
Ringkasan Penelitian Terdahulu Bauran Pemasaran berpengaruh signifikan positif terhadap Minat Investasi

| No. | Nama Peneliti | Judul Penelitian | Perbedaan Penelitian |
|-----|------------------------------|---|---|
| 1 | Annika Pramesti Putri (2018) | Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Membeli Saham (Studi Pada Sekolah Pasar Modal Yang Diselenggarakan Oleh Kantor Perwakilan Bei Jakarta) | <ul style="list-style-type: none"> Menggunakan analisis regresi linear sederhana |
| 2 | Amrina Rida Hafsan dan | Pengaruh Terpaan Promosi Reksadana | <ul style="list-style-type: none"> Menggunakan variabel |

⁶⁸ Annika Pramesti Putri, *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Membeli Saham (Studi Pada Sekolah Pasar Modal yang Diselenggarakan Oleh Kantor Perwakilan BEI Jakarta)*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 2018 diakses tanggal 26 Juni 2021

| | | | |
|---|---|--|--|
| | Tardiyo Pradekso (2020) | dan Terpaan Komunikasi Keluarga Mengenai Keuangan Terhadap Minat Berinvestasi Reksadana | Komunikasi Keluarga sebagai variabel independen <ul style="list-style-type: none"> Menggunakan analisis regresi linear sederhana |
| 3 | Erdinda Santoso dan Rachman Indra Rin (2020) | Analisis Pengaruh <i>Marketing Mix</i> terhadap Minat Masyarakat Membeli Sukuk | <ul style="list-style-type: none"> Menggunakan variabel membeli sukuk sebagai variabel dependen Menggunakan analisis regresi logistik |
| 4 | Guspia Ningsih, Muhammad Dayyan dan Nurjanah (2019) | Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Berinvestasi Logam Mulia di Pegadaian Syariah Langsung Barat | <ul style="list-style-type: none"> Menggunakan variabel kualitas pelayanan dan pengetahuan sebagai variabel independen |
| 5 | Zakaria Harahap (2020) | Pengaruh Program Yuk Nabung Saham Terhadap Minat Investasi pada Kelompok UKM di Kota Prabumulih Sumatera Selatan | <ul style="list-style-type: none"> Objek penelitian pada UKM Menggunakan analisis regresi linear sederhana |
| 6 | Sitti Aisyah dan Yohansyah Adiputra Riyadi (2020) | Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kelurahan Siranindi di Bank Muamalat Indonesia Palu Sulawesi Tengah | <ul style="list-style-type: none"> Menggunakan variabel kualitas pelayanan sebagai variabel independen Hanya menggunakan variabel minat saja sebagai variabel dependen |

Sumber : dikumpulkan dari berbagai sumber dari tahun 2018

Berdasarkan teori dan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat dirumuskan hipotesis berikut :

H1 : Bauran Pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Investasi

2. Pengaruh Kemampuan Finansial Terhadap Minat Investasi

Mahasiswa biasanya terkendala dari kondisi keuangannya / Modal, maka dari itu Mahasiswa harus memajemen finansialnya dengan modal seminimal mungkin, maka dari itu modal minimal atau kemampuan finansial menentukan minat berinvestasi terutama mahasiswa. Mahasiswa merupakan salah satu individu yang potensial untuk melakukan investasi. Berbekal pembelajaran yang didapat selama perkuliahan. Mahasiswa dapat menerapkan teori yang telah didapatkannya selama perkuliahan dengan riil berupa praktek investasi.⁶⁹ Oleh karena itu jika modal minimal atau kemampuan finansial untuk berinvestasi maka akan meningkatkan minat mahasiswa dalam berinvestasi. Hal ini didukung dengan hasil penelitian Ari Wibowo, Luh Putu Ayu Eka Devianti, M. Samsul Haidir, Farifhatun Faidah dan Aminatun Nisa yang dalam

⁶⁹ Ari Wibowo dan Purwohandoko, *Pengaruh Pengetahuan Investasi, Kebijakan Modal Minimal, dan Pelatihan Pasar Modal terhadap Minat Investasi (Studi Kasus Mahasiswa FE Unesa yang Terdaftar di Galeri Investasi FE Unesa)*, Jurnal Ilmu Manajemen, vol. 7 no. 1, 2019, diakses pada tanggal 26 Juni 2021

penelitiannya menyatakan bahwa Kemampuan Finansial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi.

Tabel 2.3
Ringkasan Penelitian Terdahulu Kemampuan Finansial berpengaruh signifikan positif terhadap Minat Investasi

| No. | Nama Peneliti | Judul Penelitian | Perbedaan Penelitian |
|-----|---|--|---|
| 1 | Ari Wibowo dan Purwohandoko (2019) | Pengaruh Pengetahuan Investasi, Kebijakan Modal Minimal, dan Pelatihan Pasar Modal terhadap Minat Investasi (Studi Kasus Mahasiswa FE Unesa yang Terdaftar di Galeri Investasi FE Unesa) | <ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan variabel pengetahuan investasi dan pelatihan pasar modal sebagai variabel independen • Tidak menggunakan uji persamaan regresi |
| 2 | Luh Putu Ayu Eka Devianti, Gusti Ayu Purnamawati dan Nyoman Putra Yasa (2017) | Pengaruh Norma Subjektif, Persepsi Return dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Mahasiswa untuk Berinvestasi Saham di Pasar Modal | <ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan variabel Norma Subjektif dan persepsi <i>return</i> sebagai variabel independen • Tidak menggunakan uji simultan (uji F) |
| 3 | M. Samsul Haidir (2019) | Pengaruh Pemahaman Investasi, Modal Minimal dan Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa dalam Melakukan | <ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan variabel pemahaman investasi dan motivasi sebagai variabel independen |

| | | | |
|---|--|---|---|
| | | Investasi Di Pasar Modal Syariah | |
| 4 | Faridhatun Faidah (2019) | Pengaruh Literasi Keuangan dan Faktor Demografi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa | <ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan variabel faktor demografi sebagai variabel independen • Menggunakan analisis regresi linear sederhana |
| 5 | Aminatun Nisa dan Luki Zulaika (2017) | Pengaruh Pemahaman Investasi, Modal Minimal Investasi dan Motivasi terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal | <ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan variabel pemahaman investasi dan motivasi sebagai variabel independen • Tidak menggunakan uji persamaan regresi linear berganda maupun analisis regresi linear sederhana |
| 6 | Rine Gesta Erawati Supriyanto, Erdah Andayani dan Aulia Farrabanie Al-Arsy | Pengaruh Preferensi Resiko, Literasi Ekonomi, Pengetahuan Galeri Investasi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Fakultas Ekonomika Dan Bisnis | <ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan Variabel Resiko dan Pengetahuan Galeri Investasi sebagai variabel independen • Tidak menggunakan regresi linear berganda maupun analisis regresi linear sederhana |
| 7 | Akhmad Darmawan, Kesih Kurnia dan Sri Rejeki | Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi, Literasi Keuangan Dan Lingkungan | <ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan variabel pengetahuan investasi dan motivasi investasi sebagai variabel |

| | | | |
|---|--|--|--|
| | | Keluarga Pengaruhnya Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal | independen |
| 8 | Flavio Leonel De Carvalho dan Aquiles Elie | Earnings quality, investment decisions, and financial constraint | <ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan dengan analisis metode matrix dan tidak menggunakan dengan analisis regresi berganda |

Sumber : dikumpulkan dari berbagai sumber

Berdasarkan teori dan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat dirumuskan hipotesis berikut :

H2 : Kemampuan Finansial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Investasi

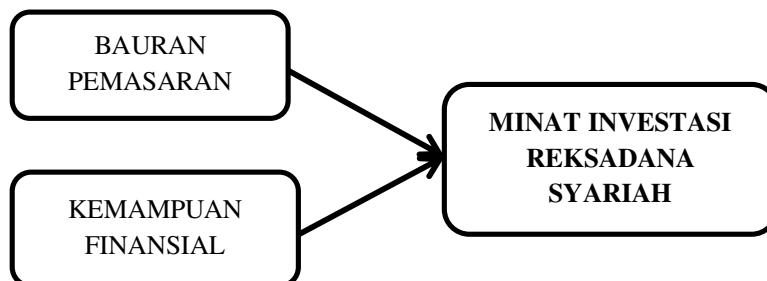
H. Kerangka Pemikiran

Menurut Uma Sekaran dalam buku Sugiyono, kerangka pemikiran adalah model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting dalam penelitian.⁷⁰ Berdasarkan tinjauan landasan teori dan penelitian terdahulu, maka dapat disusun suatu kerangka pemikiran dalam penelitian ini, seperti yang disajikan dalam gambar berikut:

⁷⁰ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2018, hlm. 60

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran



I. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap suatu rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dengan demikian, ada keterkaitan antara perumusan masalah dengan hipotesis, karena perumusan masalah merupakan pertanyaan penelitian.⁷¹ Karena sifatnya masih sementara, maka perlu dibuktikan kebenarannya melalui suatu pengujian atau test yang disebut tes hipotesis.

Berdasarkan uraian teori dan hasil penelitian terdahulu maka dirumuskan hipotesis atau dugaan sementara yaitu:

H₁ = Diduga Bauran Pemasaran Berpengaruh positif dan Signifikan Terhadap Minat Investasi Mahasiswa

H₂ = Diduga Kemampuan Berpengaruh positif dan Signifikan Terhadap Minat Investasi Mahasiswa

⁷¹ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*..... hlm. 63