

**PENGARUH SOSIALISASI PASAR MODAL SYARIAH TERHADAP  
MINAT MASYARAKAT BERINVESTASI**

**(Desa Tebat Tenong Luar)**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Salah Satu Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S.1)

Dalam Ilmu Perbankan Syariah



**OLEH:**

**M. TOMMI RAMADAN**

**NIM: 16631068**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
(IAIN) CURUP**

**2020**

**Hal : Pengajuan Skripsi**

Kepada

Yth. Bapak Rektor IAIN Curup

Di-

Curup

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah mengadakan pemeriksaan dan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara **M. Tommi Ramadan** yang berjudul "**Pengaruh Sosialisasi Pasar Modal Syariah Terhadap Minat Masyarakat Berinvestasi Di Desa Tebat Tenong Luar**" sudah dapat diajukan dalam sidang Munaqasyah Prodi Perbankan Syariah, Institut Agama Islam Negeri Curup (IAIN) Curup.

Demikian permohonan ini kami ajukan, terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Curup, September 2020

Pembimbing I



**Noprizal, M. Ag**  
**NIP. 197711052009011007**

Pembimbing II



**Muhammad Abdul Ghoni, M. Ak**  
**NIP. 199301012018011004**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP  
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM**

Jl. Dr. Ak Gani, Kotak Pos 108, Telp / Fax (0732) 21010 Curup-39119

Website/facebook : Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup Email : fakultassyariah&ekonomiislam@gmail.com

**PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA**

**No: /In.34/PS/PP.00.9/XII/2020**

Nama : **M. Tommi Ramadan**  
NIM : **16631068**  
Jurusan : **Syariah dan Ekonomi Islam**  
Program Studi : **Perbankan Syariah**  
Judul : **Pengaruh Sosialisasi Pasar Modal Syariah terhadap Minat Masyarakat Berinvestasi (Desa Tebat Tenong Luar)**

Telah dimunaqasyahkan dalam sidang terbuka Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup pada :

Hari/Tanggal : **Jumat, 04 Desember 2020**

Pukul : **14.00 WIB s/d 15.30 WIB**

Tempat : **Ruang 2 Gedung Munaqasah Fakultas Syariah IAIN Curup**

Dan telah diterima untuk memperbaiki sebagian syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Ilmu Perbankan Syariah.

Curup, Desember 2020

Ketua

Sekretaris

**Dr. Busman Edyar, S.Ag., MA**  
**NIP. 19750406 201101 1 002**

**Laras Sesha, M.H.**  
**NIP. 19920413 201801 2 003**

Penguji I

Penguji II

**Dr. Muhammad Istan, SE., M.Pd., MM**  
**NIP. 19750219 200604 1 008**

**Hendrianto, MA**  
**NIDN. 2010098702**

**Mengesahkan  
Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam**



**Dr. Yusefri, M.Ag**  
**NIP. 19700202 199803 1 007**

## **PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : M. Tommi Ramadan

Nomor Induk Mahasiswa : 16631068

Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam

Program Studi : Perbankan Syariah

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar keserjanaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan penulis juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diajukan atau dirujuk dalam naskah ini dan disebut dalam referensi.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima hukuman atau sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Curup, Januari 2021

Penulis

**M. Tommi Ramadan**  
**NIM. 16631068**

## KATA PENGANTAR

*Assalammualaikum Wr. Wb*

Subhanallah walhamdu lillah wa Laailaaha illallah wallahu Akbar. Puji dan syukur kehadirat Ilahi ALLAH SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat dan salam semoga tercurah untuk Nabi besar Muhammad SAW, keluarga, dan sahabatnya hingga akhir zaman, karena berkat beliau hingga saat ini kita berada di zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Adapun skripsi ini berjudul “**Pengaruh Sosialisasi Pasar Modal Syariah Terhadap Minat Masyarakat Berinvestasi (Desa Tebat Tenong Luar)**” yang disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi tingkat sarjana (S.1) pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Program Studi Perbankan Syariah.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa tanpa ada dorongan dan bantuan berbagai pihak, maka tidak mungkin terselesainya skripsi ini sehingga skripsi ini bukan semata-mata hasil usaha penulis sendiri. Untuk itu dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang memberikan sumbangsih dalam menyelesaikan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Dr. Rahmad Hidayat, M.Ag., M.Pd, selaku Rektor IAIN Curup.
2. Bapak Dr. Yusefri, M.Ag selaku Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup
3. Bapak Khairul Umam Khudhori, M.E.I selaku Ketua Program Studi Perbankan syariah.
4. Ibu Hj. Dwi Sulastyawati, M.Sc. selaku penasehat akademik yang selalu bersedia memberi nasehatnya khususnya dalam proses akademik penulis.
5. Bapak Noprizal M.Ag dan Bapak Muhammad Abdul Ghoni, M.Ak, selaku Dosen Pembimbing I dan II, yang telah membimbing serta mengarahkan penulis,

terimakasih atas dukungan, doa, waktu, dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

6. Ketua beserta staf perpustakaan IAIN Curup, terimakasih atas kemudahan, arahan, dan bantuan kepada penulis dalam memperoleh referensi dan data-data dalam penulisan skripsi ini.
7. Terimakasih kepada Kepala Desa, Perangkat Desa , Karang Taruna, Risma dan Masyarakat Desa Tebat Tenong Luar yang telah banyak membantu dan meluangkan waktu untuk memberikan informasi, data, yang penulis butuhkan dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Sebagai Masyarakat yang mengikuti Seminar Pasar Modal Syariah atas kesediaannya untuk mengisi kuesioner.
9. Dosen Prodi Perbankan Syariah dan karyawan IAIN Curup yang telah membantu masa perkuliahan penulis.
10. Orang tuaku tercinta teruntuk Ayahku Marwan Effendi dan Ibuku Yeny Indra Lita, serta saudara-saudaraku M. Ade Maulana dan M. Nopriyansyah yang telah memberi semangat serta doa.

Semoga ALLAH SWT memberikan balasan dan menjadi amal yang soleh disisi-Nya, akhirlatnya. Peneliti sebagai insan biasa masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan dalam penulisan skripsi ini, maka dari itu kritik dan saran dari pembaca sangat peneliti harapkan demi kesempurnaan skripsi ini, semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua. *Aamiin Ya Rabbal'alamin.*

***Wassalammualaikum Wr. Wb***

Curup, September 2020

Penulis

**M. Tommi Ramadan**  
**NIM. 16631068**

## **MOTTO**

**“YAKIN ADALAH KUNCI JAWABAN DARI SEGALA PERMASALAHAN  
DENGAN BERMODAL YAKIN MERUPAKAN OBAT MUJARAB PENUMBUH  
SEMANGAT HIDUP”**

**“OBAT HATI ADA DUA CARA, YANG PERTAMA JANGAN SUKA MEMANJAKAN  
DIRI SENDIRI DAN YANG KEDUA SELALU LIHAT KE BAWAH”**

**“LEBIH BAIK MEMPUNYAI BANYAK MIMPI, DARI PADA  
TIDAK SAMA SEKALI”**

# **PERSEMBAHAN**

Bismillaahirrahmaanirrahiim

Syukur Alhamdulillah ku ucapkan kepada ALLAH SWT atas kasih sayang dan karunia-Mu yang telah memberikanku kekuatan dan membekaliku dengan ilmu sehingga skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan.

Kupersembahkan skripsi ini untuk Ayahku Marwan Effendi dan ibuku Yeny Indra Lita serta saudaraku, M. Ade Maulana dan M Nopriyansyah ,yang telah memberikanku cinta, kasih, sayang, doa, perhatian dan pengorbanan yang selalu kalian berikan. Terimakasih atas dukungan kalian.

Kedua pembimbingku Bapak Noprizal, M.Ag dan Bapak Muhammad Abdul Ghoni, M.Ak, terimakasih telah membimbing dan mengarahkanku dalam menyelesaikan skripsi ini.

Pembimbing akademikku ibuk Hj. Dwi Sulastyawati, M.Sc, dan seluruh dosen Perbankan Syariah. Terimakasih telah memberikanku ilmu serta pengalaman yang berharga.

Untuk seluruh Masyarakat Desa Tebat Tenong Luar yang telah membantu dan mendukung dalam proses pengerjaan skripsi ini.

Untuk teman KKN Kelompok 11 Desa Tebat Tenong Luar, Yahya Setiawan, Nicko Putra, Septi Wiranti, Shinta Oktavia, Patrika, Wike Winarni, Widanti Dwi Arini dan Halima. Terima kasih atas masukan, penghibur saat kelelahan, dan memberiku motivasi.

Sabahat-sahabat perbankan syariah rumah bujang, regalaxy. Terimakasih atas motivasi, saran, semangat dan doa kalian.

Semua pihak yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, yang tak bisa disebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuannya. Dan teruntuk almamaterku



**ABSTRAK**  
**Pengaruh Sosialisasi Pasar Modal Syariah Terhadap Minat Masyarakat Berinvestasi Di Desa Tebat Tenong Luar**  
**Oleh:**  
**M Tommi Ramadan (16631068)**

**Abstrak.** Masyarakat di desa terutama di Desa Tebat Tenong Luar lebih memilih menginvestasikan uang dengan membeli emas, kebun, sawah dan lain-lain. Padahal ada investasi lain yaitu di Pasar Modal Syariah, upaya untuk mensosialisasikan mekanisme berinvestasi di Pasar Modal Syariah oleh pihak Bursa Efek Indonesia (BEI) supaya masyarakat lebih luas memahami Pasar Modal Syariah.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field reseach*) dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Dalam hal ini penulis mengambil sampel di Desa Tebat Tenong Luar sejumlah 30 responden/masyarakat. Responden pada penelitian ini yaitu masyarakat yang mengikuti sosialisasi Pasar Modal Syariah dan seluruh dijadikan sampel. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh berdasarkan jawaban responden terhadap koesioner yang dibagikan kepada masyarakat Desa Tebat Tenong Luar yang mengikuti sosialisasi Pasar Modal Syariah. Sedangkan data sekunder berupa penelitan terdahulu dari jurnal maupun skripsi sebagai data pendukung dalam penelitian ini. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan teknik analisis data menggunakan (uji validitas, uji reliabilitas dan uji hipotesis) dengan pengelolaan data menggunakan program *software* SPSS 20.0 for *windows*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh sosialisasi terhadap minat masyarakat menunjukkan Hasil regresi menghasilkan garis regresi yang disimbolkan dengan (dibaca: Y topi atau Y cap), yang berfungsi sebagai Y perkiraan. Konsatanta sebesar 7.103, mangandung arti bahwa nilai konsistensi variabel minat masyarakat berinvestasi (Y) sebesar 7.103, sedangkan koefisien X sebesar 0.635 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 % nilai minat masyarakat, maka minat masyarakat berinvestasi bertambah 0,635. Koefisien regresi tersebut dapat dikatakan bahwa arah pengaruh X terhadap Y positif, yaitu jika pengaruh sosialisasi pasar modal syariah terhadap minat masyarakat berinvestasi meningkat maka ada pengaruh terhadap minat masyarakat berinvestasi, begitupun sebaliknya dan koefisien determinasi R *Square* 0,789 dan nilai R *Square* sebesar 0,789 atau 78,9%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sosialisasi Pasar Modal Syariah berpengaruh terhadap minat masyarakat berinvestasi di Pasar Modal Syariah

**Kata Kunci:** Pengaruh, Masyarakat, Minat Berinvestasi

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGAJUAN SKRISI.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO.....</b>	<b>vii</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Batasan Masalah dan Hipotesis.....	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
D. Kajian Literatur.....	9
E. Definisi Operasional.....	15
F. Metode Penelitian.....	18
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Teori Sosialisasi.....	31
B. Teori Minat.....	41
C. Teori Pasar Modal.....	55
D. Teori Investasi.....	63

**BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN**

- A. Aspek Demografi Objek Kajian.....67
- B. Profil Responden.....78

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISI**

- A. Karakteristik Responden.....79
- B. Pengaruh Sosialisasi Terhadap Minat Masyarakat Berinvestasi.....83
- C. Pengaruh Sosialisasi Pasar Modal Syariah Terhadap Minat Berinvestasi.....95
- D. Analisis.....102

**BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN**

- A. Kesimpulan.....104
- B. Saran.....105

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar

1.1 Kerangka Pemikiran.....	66
3.1 Struktur Desa Tebat Tenong Luar.....	73

## DAFTAR TABEL

1.1 Skor Angket Minat Masyarakat.....	23
1.2 Skor Angket Pengaruh Sosialisasi.....	23
3.3 Pendidikan Penduduk Desa Tebat Tenong Luar.....	70
3.4 Keadaan Perekonomian Desa Tebat Tenong Luar.....	71
3.5 Sarana dan Perasarana Desa Tebat Tenong Luar.....	76
3.6 Golongan Umur Penduduk Desa Tebat Tenong Luar.....	77
3.7 Perkumpulan dan Organisasi Kemasyarakatan Desa Tebat Tenong Luar.....	77
4.8 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	79
4.9 Profil Responden Berdasarkan Umur.....	80
4.10 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	80
4.11 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	81
4.12 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku.....	82
4.13 Distribusi Frekuensi Pengaruh Sosialisasi Pasar Modal Syariah.....	83
4.14 Kriteria Indikator Pengaruh Sosialisasi Pasar Modal Syariah.....	85
4.15 Gambaran Indikator Pengaruh Sosialisasi Pasar Modal Syariah.....	86
4.16 Persentase Indikator Pengaruh Sosialisasi Pasar Modal Syariah.....	87
4.17 Distribusi Frekuensi Minat Masyarakat Berinvestasi.....	88
4.18 Kriteria Indikator Minat Masyarakat Berinvestasi.....	91
4.19 Gambaran Indikator Minat Masyarakat.....	91
4.20 Persentase Indikator Pengaruh Sosialisasi Pasar Modal Syariah.....	93
4.21 Uji Normalitas.....	94
4.22 Uji Validitas Pengaruh Sosialisasi (X).....	95
4.23 Uji Validitas Minat Masyarakat (Y).....	96
4.24 Hasil Uji Realibilitas Variabel X dan Y.....	97
4.25 Uji Regresi Sederhana.....	98
4.25 Tabel Uji Koefisien Determinasi.....	100

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Nasution menyatakan Ilmu Ekonomi Islam adalah ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi masyarakat yang diilhami oleh nilai-nilai dalam Islam. Sebagian dari karunia Allah SWT, Islam menganjurkan umatnya untuk tidak mendiamkan atau menumpuk hartanya, akan tetapi menggunakannya secara produktif melalui berbagai muamalah dan transaksi yang dibenarkan. Allah SWT dalam Al-Qur`an (surat At-taubah: 34)

النَّاسِ أَمْوَالَ كُلُّونَ لِيَأْ نَهَبَاوَالرُّحْبَا أَلَا مِّنْ أَكْثِيرٍ إِنَّ مَنُؤَايْنَ لَّدِ يَأْيَهُ  
وَلِ وَالْفِضَّةَ الذَّهَبَ وَنَ يَكْنِزُ بَيْنَ وَالَّذِ اللّهِ سَبِيلِ وَنَ عَنَ وَيَصُدُّ بِالْبَاطِلِ  
أَلَيْمٍ ابِ بَعْدَ هُمْ فَبَشِّرْ سَبِيلِ فَيُنْفِقُونَهُ

Artinya : Wahai orang-orang yang beriman! Sesungguhnya banyak dari orang-orang alim dan rahib-rahib mereka benar-benar memakan harta orang dengan jalan yang batil, dan (mereka) menghalang-halangi (manusia) dari jalan Allah. Dan orang-orang yang menyimpan emas dan perak dan tidak menginfakkannya di jalan Allah, maka berikanlah kabar gembira kepada mereka, (bahwa mereka akan mendapat) azab yang pedih.

Meski demikian, investasi dalam Islam tidak berarti setiap individu bebas melakukan tindakan untuk memperkaya diri atau menimbun kekayaan dengan cara tidak benar. Investasi harus dilandasi dengan niat yang benar sesuai syariat Islam serta dikelola berdasarkan ajaran syariat. Salah satu cara berinvestasi

adalah menanamkan modal dalam sektor moneter seperti investasi di dunia adalah menanamkan modal dalam sektor moneter seperti investasi di dunia perbankan dan pasar modal.<sup>1</sup>

Pasar modal merupakan sarana untuk mempertemukan pihak yang membutuhkan modal sebagai sumber pembiayaan (*issuer*) dan sarana investasi bagi pihak yang memiliki kelebihan modal. Pasar modal memegang peran penting dan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dalam perekonomian suatu negara.

Dalam rangka menjaga eksistensi dan menumbuh kembangkan pasar modal, diperlukan adanya kekuatan basis investor domestik dan ketersediaan investasi jangka panjang. Nilai investasi yang besar apabila hanya dimiliki oleh sedikit pihak kurang mendukung peningkatan basis investor domestik, sebagaimana dinyatakan dalam *Master Plan Pasar Modal Indonesia 2010-2014* bahwa kekuatan basis investor domestik ditentukan oleh nilai investasi domestik dan jumlah investor domestik.<sup>2</sup>

Investasi pada efek-efek syariah di pasar modal Indonesia pada tahun 2014 mengalami perkembangan yang sangat signifikan, sampai pertengahan Desember 2014 jumlah investor syariah meningkat 190,7% menjadi 2.334 investor, jika dibandingkan dengan jumlah keseluruhan di akhir 2012 yang hanya mencapai 803 investor (Otoritas Jasa Keuangan). Meskipun terdapat peningkatan yang sangat signifikan, namun jika dibandingkan dengan jumlah keseluruhan

---

<sup>1</sup> Nasution, Mustafa Edwin, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Penerbit Kencana Prenada Media Group), h. 72

<sup>2</sup> Otoritas Jasa Keuangan, *Master Plan Pasar Modal Indonesia 2010-2014* (Online). (<http://www.kemenkeu.go.id>, diakses 10 Maret 2015) diakses Pukul 17:50 WIB

penduduk indonesia berdasarkan data Badan Pusat Statistik Indonesia pada tahun 2010, total penduduk indonesia mencapai 238 juta jiwa dengan jumlah penganut islam mencapai 87% atau sekitar 207 juta jiwa, maka jumlah investor syariah tersebut masih sangat rendah yaitu sebesar 0,001%.<sup>3</sup>

Apabila dibandingkan dengan negara-negara Asia lainnya, mestinya Indonesia memiliki lebih banyak potensi peningkatan jumlah investor pada efek-efek syariah di pasar modal mengingat persentasi penduduk muslim yang besar. Akan tetapi kenyataannya jumlah investor di pasar modal masih sangat rendah yaitu 0,33 juta (0,14%) di bandingkan negara-negara Asia lainnya ( Tim Kajian Minat Investor Terhadap Efek Syariah di Pasar Modal). Hasil Survei Nasional Literasi Keuangan dalam *Roadmap* Pasar Modal Syariah mayoritas masyarakat Indonesia yang menggunakan instrumen pasar modal juga masih sedikit, yakni hanya sebesar <1%. Rendahnya minat berinvestasi tersebut dipengaruhi oleh tingkat pemahaman investor masih perlu ditingkatkan. Untuk meningkatkan pemahaman tersebut perlu adanya sosialisasi secara terus menerus.

Adapun beberapa kegiatan sosialisasi yang perlu dilakukan diantaranya adalah menyelenggarakan kegiatan seperti seminar dan *workshop* kepada masyarakat umum maupun kepada dunia pendidikan, sosialisasi melalui media masa, berkoordinasi dengan kementerian dan lembaga pendidikan terkait untuk memasukan materi pasar modal syariah dalam kurikulum pendidikan tinggi, serta memberikan pelatihan pasar modal syariah kepada tenaga pengajar bidang

---

<sup>3</sup> Badan Pusat Statistik Indonesia. 2010. *Jumlah Penduduk Indonesia*. (<http://sp2010.bps.go.id>. Diakses pada tanggal 16 Februari 2015). Diakses puku 15: 30 WIB



ekonomi di perguruan tinggi, melakukan promosi pasar modal syariah melalui logo, *tagline*, dan video edukasi pasar modal syariah.

Sosialisasi dalam kajian Tim Analisa Efektifitas Penyebaran Informasi dalam Rangka Sosialisasi Pasar Modal adalah suatu mekanisme penyampaian informasi Pasar Modal kepada Investor (pemodal) atau calon Investor melalui berbagai pola dan bentuk kegiatan, baik secara langsung maupun tidak langsung berhubungan dengan calon Investor.

Dengan mekanisme ini, investor atau calon investor menjadi tahu bahkan memahami pasar modal. Sebagai tindak lanjut atas informasi tersebut di harapkan dapat dijadikan referensi dalam pengambilan keputusan berinvestasi di pasar modal.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti lebih menekankan dalam hal promosi, promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk menggunakan jasa yang telah ditawarkan.<sup>4</sup> Sesuai tujuan dari pihak Bursa Efek Indonesia (BEI) melakukan Sosialisasi Pasar Modal Syariah di Desa Tebat Tenong Luar supaya masyarakat Desa Tebat Tenong Luar merubah pola pikir yang awalnya masyarakat yang hanya mengetahui berinvestasi itu hanya dalam bentuk menabung di Bank, membeli Emas dan juga membeli Tanah menjadi tertarik menabung saham di Bursa Efek Indonesia.

---

<sup>4</sup>Tim Studi Analisa Efektifitas Penyebaran Informasi Dalam Rangka Sosialisasi Pasar Modal.2006. *Analisa Efektifitas Penyebaran Informasi Dalam Rangka Sosialisasi Pasar Modal*.Jakarta, h.34

Dengan cara mempromosikan produk-produk atau jasa yang ada di Bursa Efek Indonesia (BEI) kepada masyarakat Desa Tebat Tenong Luar diharapkan supaya masyarakat lebih tertarik menanam saham di Bursa Efek Indonesia (BEI) setelah diadakannya sosialisasi pasar modal syariah.

Menurut Bayu Saputra pemateri dari Bursa Efek Indonesia (BEI) Bengkulu. Bahwasnya kecenderungan masyarakat di perdesaan lebih memilih berinvestasi dalam bentuk membeli emas, berkebun dan menyimpan uangnya di Bank. Diharapkan dengan adanya sosialisasi pasar modal syariah masyarakat akan lebih memilih menginvestasikan uangnya di pasar modal syariah, dari observasi awal yang dilakukan peneliti, ada beberapa hal yang membuat masyarakat malas untuk berinvestasi di pasar modal syariah yaitu: kurangnya pengetahuan masyarakat tentang pasar modal syariah, jarak yang jauh.

Masyarakat di perdesaan hingga saat ini belum banyak mengetahui keuntungan jika melakukan investasi di lembaga resmi, seperti pasar modal syariah dan Reksadana, pemahaman masyarakat perdesaan jika mempunyai uang, sebagian penghasilannya untuk disisihkan menabung di bank, padahal kalau bisa berinvestasi di salah satu lembaga tersebut akan mendapatkan keuntungan lebih di banding hanya menabung di bank, oleh karena itu diharapkan untuk pihak Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk terus memberikan pemahaman dan pengertian melalui edukasi dan sosialisasi ke daerah-daerah terkait cara dan mekanisme berinvestasi yang benar.

Sebelum adanya sosialisasi yang diadakan di Desa Tebat Tenong Luar masyarakat di Desa Tebat Tenong Luar belum mengetahui tentang investasi di

Pasar Modal Syariah, dengan diadakannya sosialisasi oleh pihak Bursa Efek Indonesia Masyarakat di Desa Tebat Tenong Luar menjadi tertarik untuk menjadi investor, dari kosioner yang di bagikan oleh peneliti Masyarakat di Desa Tebat Tenong Luar mayoritas memilih setuju dan ragu-ragu dalam hal berinvestasi d Pasar Modal Syariah. Ada beberapa hal yang membuat masyarakat ragu dalam berinvestasi yaitu : sosialisasi yang dilakukan baru satu kali, masih kurangnya pemahaman tentang Pasar Modal karena sosialisasi dilakukan baru satu kali.

Ada beberapa hal-hal yang membedakan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan peneliti yang pernah dilakukan sebelumnya yakni pada penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Dahlan Malik, ditemukan 6 faktor yaitu beregresi 3 positif (faktor resiko, level pendapatan, motivasi), dan 3 negatif (pengetahuan, persepsi, dan belajar dalam berinvestasi).

Sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti berfokus mengetahui pengaruh sosialisasi pasar modal syariah terhadap minat masyarakat berinvestasi di pasar modal syariah dan perbedaan lainnya pada penelitian Ahmad Dahlan Malik adalah studi kasus di galeri investasi UISI, sedangkan studi kasus pada penelitian peneliti di Desa Tebat Tenong Luar, Kecamatan Bermani Ulu Raya.

Berdasarkan permasalahan yang diuraikan dalam latar belakang, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **Pengaruh Sosialisasi Pasar Modal Syariah Terhadap Minat Masyarakat Berinvestasi Di Desa Tebat Tenong Luar.**

## **B. Batasan Masalah dan Hipotesis**

### **1. Batasan Masalah**

Untuk menghindari pembahasan yang tidak terarah dan mengakibatkan tidak tepatnya sasaran yang diharapkan, maka penulis perlu membatasi permasalahan yang akan diteliti yaitu: bagaimana pengaruh sosialisasi Galeri Investasi Syariah terkhusus saham syariah terhadap minat masyarakat berinvestasi. Studi kasus dalam penelitian ini dilakukan di Desa Tebat Tenong Luar, Kecamatan Bermani Ulu Raya Kabupaten Rejang Lebong dan yang menjadi subyek penelitian adalah Masyarakat Desa Tebat Tenong Luar Terkhusus masyarakat yang mengikuti Seminar Pasar Modal Syariah, yang diadakan pada tanggal 29 Agustus 2019 yang bertempat di Aula Serba Guna Kecamatan Bermani Ulu Raya.

### **2. Hipotesis**

Menurut Gay dan Sevilla dalam Mahmudin dan Aedy hipotesis adalah penjelasan sementara tentang sesuatu atau tingkah laku gejala-gejala atau kejadian tertentu.<sup>5</sup> Pengaruh sosialisasi pasar modal syariah terhadap minat berinvestasi. Berdasarkan penelitian husnul Khotimah, Sabar Warsini, dan Yenni Nuraeni dengan judul Pengaruh Sosialisasi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Investor Pada Efek Syariah Di Pasar Modal (Survey Pada Nasabah PT Danareksa Sekuritas Cabang FE-UI Depok). Hasil penelitian mereka menjelaskan sosialisasi dan pengetahuan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat investasi di pasar modal. Secara parsial variabel

---

<sup>5</sup> Mahmudin A. dan Hasan Aedy, *Metodologi Penelitian Dan Aplikasi* (Kendari: Deepublish, 2017). Hlm 102

sosialisasi berpengaruh signifikan positif terhadap minat investasi pada efek di pasar modal.

Dengan mengacu pada dasar pemikiran yang bersifat teoritis dan berdasarkan studi empiris yang pernah dilakukan berkaitan dengan penelitian dibidang ini, maka akan diajukan hipotesis sebagai berikut:

Ho: Sosialisasi tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat berinvestasi di pasar modal syariah.

Ha: Sosialisasi berpengaruh terhadap minat masyarakat berinvestasi di pasar modal syariah.

### **C. Rumusan Masalah**

Bagaimana pengaruh sosialisasi pasar modal syariah terhadap minat masyarakat berinvestasi di Pasar Modal Syariah.

### **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1. Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui pengaruh sosialisasi pasar modal syariah terhadap minat masyarakat berinvestasi di pasar modal syariah.

#### **2. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah diambil, maka manfaat dari penelitian ini adalah:

**a. Secara Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan terhadap ilmu pengetahuan dan memberikan kontribusi ilmiah yaitu agar pihak Bursa Efek Indonesia (BEI) dan Galeri investasi Syariah (GIS) IAIN Curup meningkatkan lagi sosialisasi kepada masyarakat dan penelitian ini dapat menjadi bahan referensi pengembangan teori bagi peneliti selanjutnya.

**b. Secara Praktisi**

**1) Bagi Peneliti**

Temuan yang didapat dalam penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan pengaruh sosialisasi pasar modal syariah terhadap minat masyarakat berinvestasi serta juga dapat digunakan sebagai wahana dalam memperoleh informasi, pengetahuan dan pengalaman dan juga memberikan jawaban atas permasalahan yang diteliti.

**2) Bagi Masyarakat Desa Tebat Tenong Luar**

Diharapkan dengan adanya penelitian ini bisa menambah pengetahuan bagi masyarakat Desa Tebat Tenong luar tentang investasi syariah serta menambah referensi dan menambah ilmu pengetahuan mengenai Pasar Modal Syariah.

**3) Bagi Bursa Efek Indonesia (BEI)**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan kepada pihak Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk meningkatkan sosialisasi

pasar modal Syariah ke desa-desa agar masyarakat desa mengetahui apa itu pasar modal syariah, serta dengan adanya sosialisasi tersebut dapat menemukan metode bagaimana mengajak masyarakat untuk menginvestasikan uangnya di pasar modal syariah dan memberikan edukasi secara langsung tentang praktisi membeli dan menjual saham secara langsung.

#### **4) Bagi Galeri Investasi Syariah (GIS) IAIN Curup**

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi lembaga Galeri Investasi Syariah (GIS) IAIN Curup untuk meningkatkan mutu dan kualitas yang di berikan sebagai suatu acuan agar banyak masyarakat berminat menjadi investor di Pasar Modal Syariah dan membuka akun saham melalui Galeri Investasi Syariah (GIS) IAIN Curup.

#### **5) Bagi Peneliti Selanjutnya**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan rujukan untuk penelitian selanjutnya yang akan meneliti dalam bidang pasar modal syariah khususnya mengetahui minat investor.

### **E. Kajian Literatur**

#### **1. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah:**

##### **a. Sosialisasi**

Menurut Charlotte adalah proses yang membantu individu-individu belajar dan menyesuaikan diri, bagaimana cara hidup, dan berfikir

kelompoknya agar ia dapat berperan dan berfungsi dengan kelompoknya.<sup>6</sup>

#### b. Minat

Kartini Kartono, mendefinisikan minat sebagai momen dari kecenderungan yang terarah secara insentif kepada satu obyek yang dianggap penting. Minat ini erat dengan keperibadian, dan selalu mengandung unsur efektif/perasaan, kognitif dan kemauan.<sup>7</sup>

### 2. Penelitian terdahulu yang memiliki relevansi dengan penelitian yang dilakukan peneliti.

- a. Hasil riset Husnul Khotimah (Keuangan dan Perbankan Syariah), Sabar Warsini (Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta), Yenni Nuraeni (Jurusan Akuntansi Politeknik Jakarta) dengan judul **“Pengaruh Sosialisasi dan Pengetahuan Terhadap Minat Investor Pada Efek Syariah di Pasar Modal (Survei Pada Nasabah PT Danareksa Sekuritas Cabang FE-UI Depok)”**

Hasil uji statistik diperoleh  $t$  hitung variabel sosialisasi lebih besar dari  $t$  tabel yaitu sebesar  $2,372 > 2,0369$  serta tingkat signifikansi  $<$  yakni  $0,000 < 0,05$   $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima, artinya bahwa variabel sosialisasi secara persial mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap minat investor pada efek syariah di pasar modal, selain itu hasil Regresi Linear Berganda juga menunjukkan variabel sosialisasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat investor dengan koefisien 0,342.

---

<sup>6</sup> Charlotte, *Pengertian Sosialisasi*, (Jakarta : Deepublish, 2017) Hlm. 17

<sup>7</sup> Kartini Kartono, *Teori Tentang Minat*, (Semarang: Aneka Ilmu,2016), H. 21



Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui pemberian kuesioner kepada 35 responden juga menerangkan bahwa variabel sosialisasi memang sangat berpengaruh terhadap minat investor pada efek syariah di pasar modal, hal tersebut tergambar dari setiap jawaban yang diberikan oleh responden.

Pada pernyataan sosialisasi melalui kegiatan formal maupun informasi dapat membuat investor tertarik pada efek syariah dengan capaian 88% dengan mayoritas menjawab sangat setuju yaitu sebanyak 18 responden yang menunjukkan bahwa dengan diadakannya sosialisasi yang dikemas dalam kegiatan yang menarik maka akan membuat investor tertarik untuk berinvestasi pada efek syariah terdapat capaian 83,4% dengan mayoritas menjawab setuju yaitu sebanyak 19 responden yang menunjukkan bahwa dengan adanya pelaksanaan sosialisasi efek syariah maka akan menambah pengetahuan investor dan membentuk sikap berinvestasi pada efek syariah terhadap capaian 80,6% dengan mayoritas menjawab sangat setuju yaitu sebanyak 13 responden yang menunjukkan bahwa media masa dapat mempengaruhi investor dalam berinvestasi. Pada pernyataan investor dapat memperoleh informasi mengenai kasus-kasus pasar modal syariah melalui media masa terdapat capaian 74,8% dengan mayoritas menjawab netral yaitu sebanyak 14 responden yang menunjukkan dengan sosialisasi melalui media masa dapat memberikan informasi kepada investor.

Letak perbedaan pada penelitian penulis adalah subyek dan studi kasus. Subyek dalam penelitian Husnul Khotimah, Sabar warsini, dan Yenni Nuraeni yaitu pada Nasabah PT Danareksa Sekuritas Cabang FE-UI Depok, sedangkan subyek dalam penelitian peneliti yaitu masyarakat Desa Tebat Tenong Luar terutama masyarakat yang mengikuti acara seminar pasar modal syariah.

Yang kedua, studi kasus yang digunakan pada penelitian Husnul Khotimah, Sabar Warsini dan Yenni Nuraeni terletak di PT Danareksa Sekuritas Cabang FE-UI Depok, sedangkan studi kasus yang digunakan peneliti di Desa Tebat Tenong Luar.<sup>8</sup>

- b. Hasil riset Rizki Chaerul Pajar dengan judul “ **Pengaruh Motivasi Investasi Dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal Pada Mahasiswa FE UNY**”

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Mengetahui pengaruh motivasi investasi di pasar modal pada mahasiswa FE UNY. (2) Mengetahui pengaruh pengetahuan investasi terhadap minat investasi di pasar modal pada mahasiswa FE UNY. (3) Mengetahui pengaruh motivasi investasi dan pengetahuan investasi terhadap minat investasi di pasar modal pada mahasiswa FE UNY. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa:

---

<sup>8</sup> Husnul Khotimah, Sabar Warsini, Yenni Nuraeni, “*Pengaruh Sosialisasi dan Pengetahuan Terhadap Minat Investor Pada Efek Syariah di Pasar Modal ( Survei Pada Nasabah PT Danareksa Sekuritas Cabang FE-UI Depok)*”. (Politeknik Negeri Jakarta), h. 22

- 1) Motivasi berpengaruh terhadap minat berinvestasi di pasar modal pada mahasiswa FE UNY, dibuktikan dengan nilai *propabilitas* sebesar  $0,000 < 0,05$ .
- 2) Pengetahuan investasi berpengaruh terhadap minat berinvestasi di pasar modal pada mahasiswa FE UNY, dibuktikan nilai propabilitas sebesar  $0,000 < 0,05$ .
- 3) Motivasi dan pengetahuan investasi secara simultan berpengaruh terhadap minat berinvestasi pada mahasiswa FE UNY, dibuktikan dengan F hitung sebesar 227,363 dan probabilitas sebesar 0,000. (4) Variabel bebas secara bersama-sama mempengaruhi variabel tidak bebas sebesar 82,4% dipengaruhi oleh variabel lainnya.<sup>9</sup>

Dalam penelitian yang dilakukan Rizki Chaerul Pajar yang menjadi perbedaan pada penelitian yaitu penelitian yang dilakukan oleh Rizki Chairul Pajar membahas mengenai pasar modal, sedangkan peneliti membahas tentang pasar modal syariah, kemudian fokus pada peneliti ini ingin mengetahui apakah motivasi dan pengetahuan berpengaruh pada minat investasi. Sedangkan peneliti ingin mengetahui minat masyarakat dalam berinvestasi setelah mengadakan acara seminar pasar modal syariah.

- c. Hasil riset Ahmad Dahlan Malik dengan judul “ **Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Berinvestasi Di Pasar Modal Syariah Melalui Bursa Galeri Investasi UISI**”

---

<sup>9</sup> Rizki Chaerul Pajar, “*Pengaruh Motivasi Investasi dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal Pada Mahasiswa FE UNY.*” ( Universitas Negeri Yogyakarta, 2017),h. 6

Penelitian ini menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi minat investor melalui bursa galeri investasi UISI berupa faktor risiko, level pendapatan, motivasi, pengetahuan, persepsi, dan belajar dalam berinvestasi di pasar modal syariah. Dari hasil penelitian yang dilakukan menghasilkan model  $Y = 0,011(+)+0,386 X1 (+)+0,380 X2 (+)+0,290 X3 (-)0,016 X4 (-)0,045 X5 (-)0,005 X6$ . Dari model tersebut yang menjadi peran signifikan adalah dari variabel resiko, pendapatan dan motivasi yang penting untuk diperhatikan terhadap responden atau investor di BGIU (Bursa Galeri Investasi UISI) dibanding yang lain karena variabel tersebut berregresi 3 positif (pada faktor resiko, level pendapatan, dan motivasi), dan 3 negatif (pengetahuan, persepsi, dan belajar dalam berinvestasi).<sup>10</sup>

Penelitian yang dilakukan Ahmad Dahlan Malik, ditemukan 6 faktor yaitu berregresi 3 positif (faktor resiko, level pendapatan, motivasi), dan 3 negatif (pengetahuan, persepsi, dan belajar dalam berinvestasi). Sedangkan penelitian berfokus mengetahui pengaruh sosialisasi pasar modal syariah terhadap minat masyarakat. Dan perbedaan lainnya adalah pada penelitian Ahmad Dahlan Malik, studi kasus di Galeri Investasi UISI, sedangkan studi kasus pada penelitian peneliti di Desa Tebat Tenong Luar, Kecamatan Bermani Ulu Raya.

---

<sup>10</sup> Rizki Chaerul Pajar, "Pengaruh Motivasi Investasi dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal Pada Mahasiswa FE UNY." ( Universitas Negeri Yogyakarta, 2017),h. 6

## **F. Definisi Operasional**

Untuk menghindari kekeliruan pemaknaan judul, peneliti akan menjelaskan arti dan istilah terkait judul penelitian ini mengenai “Pengaruh Sosialisasi Pasar Modal Syariah Terhadap Minat Masyarakat Berinvestasi (Studi Kasus Desa Tebat Tenong Luar)”, dengan penegasan sebagai berikut:

### **1. Pengaruh**

Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari suatu orang atau benda yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seorang. Keterkaitan antara beberapa faktor yang memiliki hubungan. Disini kita dapat melihat keterkaitan antara dua variabel atau lebih, serta pengaruhnya.<sup>11</sup>

### **2. Sosialisasi Pasar Modal**

Pengertian “Sosialisasi” dalam kajian Tim analisa Efektifitas Penyebaran Informasi dalam rangka Sosialisasi Pasar Modal adalah suatu mekanisme penyampaian informasi pasar modal kepada investor (pemodal) atau calon investor melalui berbagai pola dan bentuk kegiatan, baik secara langsung maupun tidak langsung berhubungan dengan investor atau calon investor.

Dengan mekanisme ini, investor atau calon investor menjadi tahu bahkan memahami pasar modal. Sebagai tindak lanjut atas informasi tersebut diharapkan dapat dijadikan referensi dalam pengambilan keputusan berinvestasi di pasar modal. Ada beberapa macam sosialisasi yang di

---

<sup>11</sup> Depdikbud. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta : Balai Pustaka.

perlu menurut Kajian Tim Analisa Efektifitas Penyebaran Informasi dalam rangka Sosialisasi Pasar Modal. Yaitu:

**a. Edukasi**

Edukasi adalah proses pembelajaran yang bertujuan untuk mengembangkan potensi diri dan mewujudkan proses pembelajaran yang lebih baik. Edukasi ini bertujuan untuk mengembangkan kepribadian, kecerdasan dan mengendalikan diri serta memiliki keterampilan.

**b. Promosi**

Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk menggunakan jasa yang telah ditawarkan. Promosi ini, dapat berupa iklan, poster, brosur dan bahkan dari mulut ke mulut.<sup>12</sup>

**3. Minat**

Minat merupakan suatu perhatian, kesukaan, atau kecenderungan hati seseorang terhadap seseorang. Minat adalah rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan diluar diri. Semakin kuat atau semakin dekat hubungan tersebut semakin besar minatnya.<sup>13</sup>

Gerungan mengatakan bahwa minat merupakan bahwa minat merupakan pengerahaan perasaan dan menafsirkan untuk suatu hal (ada unsur

---

<sup>12</sup> Tim Studi Analisa Efektifitas Penyebaran Informasi Dalam Rangka Sosialisasi Pasar Modal.2006. *Analisa Efektifitas Penyebaran Informasi Dalam Rangka Sosialisasi Pasar Modal*.Jakarta. h 23

<sup>13</sup> Ratnawati dan Rini Puspita Sari, *Psikologi Pendidikan*, (Curup : Lp2 STAIN Curup, 2013),h.6

seleksi)<sup>14</sup>. Sedangkan Hollan mengatakan bahwa minat adalah kecenderungan hal yang tinggi terhadap sesuatu. Minat itu timbul sendirian, ada unsur kebutuhan, misalnya minat belajar, dan lain-lain.<sup>15</sup> Minat bisa diartikan sebagai perasaan keterkaitan dan perasaan yang mendorong investor berinvestasi di Pasar Modal Syariah.

#### **4. Berinvestasi**

- a. Investasi didefinisikan sebagai penukaran uang dalam bentuk-bentuk kekayaan lain seperti saham atau harta tidak bergerak yang diharapkan dapat ditahan selama periode tertentu supaya menghasilkan pendapatan.
- b. Berinvestasi adalah proses melakukan investasi.<sup>16</sup>

#### **5. Pasar Modal Syariah**

Pasar modal secara sederhana dapat diartikan sebagai pasar modal yang menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam kegiatan transaksi ekonomi dan terlepas dari hal-hal yang dilarang seperti riba, perjudian dan spekulasi. Pasar modal syariah adalah pasar modal yang seluruh mekanisme kegiatannya terutama kegiatan emiten, jenis efek yang diperdagangkan telah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.<sup>17</sup>

#### **6. Masyarakat**

Menurut kamus bahasa Indonesia, masyarakat adalah sejumlah orang dalam kelompok tertentu yang membentuk peri kehidupan berbudaya.<sup>18</sup>

---

<sup>14</sup> Gerungan, *Pengertian Minat*, ( Jakarta, Rajawali, 2017) h..23

<sup>15</sup> Hollan, *Definisi Minat*, ( Yogyakarta, BFEF, 2013), h. 67

<sup>16</sup> Nurul Huda dan Mustafa Edwin Nasution. *Op. Cit*, h.7

<sup>17</sup> Mardani, *Op. Cit*, h.134

<sup>18</sup> Em Zul Pajri dan Ratu Aprilia Senja, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Semarang: Aneka Ilmu,2006), h 553

Dalam penelitian ini yang menjadi fokus adalah masyarakat Desa Tebat Tenong Luar.

## **G. Metode Penelitian**

### **1. Rancangan Penelitian**

Jenis penelitian yang dilakuakn peneliti dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode penelitian kuantitatif karena menggunakan perhitungan statistik dengan menyebarkan kuesioner dengan skala pengukuran likert serta menjelaskan bagaimana pengaruh sosialisasi pasar modal syariah terhadap minat masyarakat berinvestasi (studi kasus desa Tebat Tenong Luar).

### **2. Lokasi Penelitian**

Lokasi yang dipilih dalam penelitian ini yaitu di Desa Tebat Tenong Luar, Kecamatan Bermani Ulu Raya, Kabupaten Rejang Lebong, Provinsi Bengkulu. Peneliti memilih Desa Tebat Tenong Luar untuk mengetahui pengaruh sosialisasi pasar modal syariah terhadap minat masyarakat berinvestasi.

### **3. Sumber data**

#### **a. Data Primer**

Data primer adalah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, kelompok, fokus dan panel, atau juga data hasil wawancara peneliti dengan narasumber.<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup> Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian*, ( Yogyakarta: Pustaka Baru, 2014), h.73



Data primer dalam penelitian ini adalah data dari observasi langsung, hasil kuesioner yang diajukan kepada masyarakat Desa Tebat Tenong Luar. Tujuannya adalah untuk mengetahui pengaruh sosialisasi pasar modal syariah terhadap minat masyarakat berinvestasi.

Untuk mendapatkan data primer berupa angka, penulis menyebarkan angket melalui pertanyaan kepada masyarakat sejumlah 30 orang yang mengikuti kegiatan sosialisasi pasar modal syariah untuk mempermudah pengisian.

#### **b. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan dari tangan kedua atau dari sumber-sumber lain yang telah tersedia sebelum penelitian dilakukan. Sumber sekunder meliputi komentar, interperstasi atau pembahasan tentang materi original.<sup>20</sup>

Data sekunder merupakan data pendukung yang diperoleh dari literatur (bahan kepustakaan) dan data tersebut merupakan data yang penting untuk melengkapi data primer agar penelitian dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah. Jadi, data sekunder yang dimaksud pada penelitian ini bersumber dari bahan-bahan kepustakaan yang bersangkutan paut dengan masalah penelitian, seperti buku-buku referensi, internet, jurnal, skripsi, dan tesis.

### **4. Populasi dan Sampel**

#### **a. Populasi**

---

<sup>20</sup> Ulber Silalahi, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Bandung : Refika Aditana, 2012),h. 291

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi, populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu.<sup>21</sup>

Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Desa Tebat Tenong Luar terkhusus masyarakat yang mengikuti acara Sosialisasi Pasar Modal Syariah di Desa Tebat Tenong Luar. Adapun masyarakat Desa Tebat Tenong Luar yang mengikuti acara Sosialisasi Pasar Modal Syariah berjumlah 30 orang. Jadi, jumlah keseluruhan populasinya adalah 30 orang.

#### **b. Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut. Bila populasi besar, penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka penelitian dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.<sup>22</sup>

Menurut Suharsimi Arikunto, bahwa apabila subyeknya kurang dari 100 lebih baik diambil semuanya, sehingga penelitian merupakan

---

<sup>21</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian kuantitatif dan R&D*, (Bandung. Alfabeta, cv, 2014), h.80

<sup>22</sup> *Ibid.*, h.81

penelitian populasi, jika populasi dalam bentuk besar maka dapat diambil 10-15% atau 20-25% dari jumlah populasi yang ada.<sup>23</sup>

Jadi, jumlah populasi penelitian ini sebanyak 30 orang yang mengikuti Seminar Pasar Modal. Karena sampel kurang dari 100 orang maka penelitian akan mengambil seluruh sampel sebanyak 30 orang.

## 5. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memudahkan dalam pengumpulan data dalam penelitian ini, maka penulis menggunakan beberapa metode yaitu sebagai berikut:

### a. Observasi

Observasi yaitu melakukan pengamatan secara langsung ke obyek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan. Apabila obyek penelitian bersifat perilaku, tindakan manusia dan fenomena alam (kejadian-kejadian yang ada di alam sekitar), proses kerja dan penggunaan responden kecil. Observasi atau pengamatan adalah suatu teknik atau cara mengumpulkan data dengan jalan mengadakan pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung.<sup>24</sup>

Observasi yang dilakukan peneliti yakni merupakan pengumpulan data dengan cara mengadakan pengamatan secara langsung pada masyarakat yang telah mengikuti kegiatan sosialisasi pasar modal syariah di Desa Tebat Tenong Luar. Kemudian dijadikan bahan penelitian dalam mencatat secara sistematis mengenai masalah-masalah yang diteliti.

### b. Kuesioner/Angket

---

<sup>23</sup> Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian Edisi Revisi V*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2002),h. 12

<sup>24</sup> Sudaryono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Jakarta : Prenadamedia Group, 2016), h.87

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan beberapa pernyataan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Jenis angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah tertutup. Angket tertutup (angket berstruktur) adalah angket yang disajikan dalam bentuk sedemikian rupa sehingga responden diminta untuk memilih satu jawaban yang sesuai dengan karakteristik dirinya dengan cara memberikan tanda silang ( $\times$ ) atau tanda ceklis ( $\surd$ ).

Angket yang digunakan dalam penelitian ini merupakan angket tertutup yang terdiri dari sejumlah pertanyaan yang dipilih oleh responden, agar angket tersebut dapat diolah dengan rumus uji statistik maka peneliti menggunakan skor penelitian yang di berikan adalah sebagai berikut:

Berikut ini adalah tabel skor angket minat masyarakat sebagai berikut:

**Tabel 1.1**  
**Skor Angket Minat Masyarakat**

No	Alternatif Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu- Ragua (RR)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Berikut ini adalah tabel skor angket pengaruh sosialisasi sebagai berikut:

**Tabel 1.2**  
**Skor Angket Pengaruh Sosialisasi**

No	Alternatif Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu- Ragua (RR)	3
4	TidakSetuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Dalam hal ini, untuk menilai jawaban responden peneliti menggunakan Skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu.<sup>25</sup> Kuesioner dalam penelitian ini dibagi menjadi dua bagian, yaitu:

- 1) Pengaruh sosialisasi sebagai variabel bebas atau independen (X) digunakan untuk melihat bagaimana Pengaruh Sosialisasi Pasar Modal Syariah Terhadap Minat Masyarakat Berinvestasi.
- 2) Minat berinvestasi sebagai variabel terikat atau dependen (Y) dalam hal ini dapat dilihat bahwa yang menjadi variable terikatnya yaitu masyarakat yang telah mengikuti sosialisasi pasar modal syariah.

### c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mengambil data masyarakat Desa Tebat Tenong Luar yang mengikuti sosialisasi Pasar Modal Syariah untuk dijadikan salah satu rujukan penguat dari data-data yang diambil agar tidak terjadi manipulasi data. Bagian-bagian (struktur organisasi dan sebagainya), grafik-grafik, arsip-arsip dan lain-lain, sebenarnya dalam penelitian tertentu (*survey*) merupakan bukti tertulis saja dari penjelasan wawancara.<sup>26</sup>

Dalam penelitian ini, metode dokumentasi yang penulis terapkan adalah penulis mengambil data di Desa Tebat Tenong Luar berupa data

---

<sup>25</sup>Sofyan Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. 25

<sup>26</sup> Tatang M. Amirin, *Menyusun Rencana Penelitian*, ( Jakarta: Rajawali, 1990), h. 94

masyarakat, struktur organisasi, dan lain-lain, sehingga data dalam penelitian bisa kongkrit atau nyata sehingga tidak adanya manipulasi data dalam penulisan ini.

#### **d. Kepustakaan**

Teknik ini digunakan untuk mendapatkan data yang berkenaan dengan teori yang sesuai dengan penelitian penulis yakni informasi yang diperoleh bahan-bahan kepustakaan yang bersangkutan paut dengan masalah penelitian, seperti buku-buku referensi, internet, jurnal, skripsi dan tesis.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kepustakaan untuk mendapatkan bahan penulisan, karena kepustakaan sangat dibutuhkan. Jika tidak ada kepustakaan, maka penulisan skripsi tidak dapat dilaksanakan, karena jenis penelitian ini adalah kuantitatif, maka harus banyak menggunakan teori dan sumber referensi untuk mengisi menjalankan program SPSS 20.0. Kepustakaan yang penulis ambil didapatkan dari buku-buku referensi, internet, jurnal, skripsi dan tesis.

#### **6. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan penulis untuk menggambarkan data kuantitatif yaitu teknik statistik deskriptif. Teknik ini diartikan sebagai statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau

generalisasi dan akan menggunakan statistik deskriptif dalam proses analisisnya.

Regresi sederhana dikatakan jika hanya ada variabel bebas (independen).<sup>27</sup> Dapat juga dikatakan regresi sederhana apabila terdapat hubungan kausal (sebab akibat) antara satu variabel bebas (independen) dengan satu variabel terikat (dependen).

Penelitian ini, pengolahan data statistik selain dihitung secara manual juga dihitung dengan menggunakan program komputer yaitu SPSS 20.0 agar semakin kuat kebenarannya. SPSS (*statistical package for the social sciences*) adalah salah satu program aplikasi statistik yang paling banyak dipakai oleh pengguna komputer. Program ini memiliki kemampuan analisis cukup tinggi, memiliki *interface* pada lingkungan grafis dengan cara pengoperasian yang cukup sederhana sehingga mudah untuk dipahami pemakainya. Dari sisi ilmu ststistik, SPSS memiliki model-model analisis yang cukup lengkap dibanding aplikasi lain sejenisnya.<sup>28</sup>

Metode yang digunakan untuk penelitian ini akan dimulai dengan:

#### a. Uji Statistik Data

Ada dua cara yang digunakan dalam mengukur gambaran per indikator, yaitu:

##### 1) Mencari Mean<sup>29</sup>

$$M = \frac{\sum fx}{N}$$

<sup>27</sup> Singgih S. (2001), *Data Statistik Secara Profesional Versi 7.5*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2001), n. 236

<sup>28</sup> Teguh Wahyono, *25 Model Analisis Statistik Dengan SPSS 17*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2009), h. 17

<sup>29</sup> Anas Sudijono, *Pengantar Statistik Pendidikan*, (Jakarta: Rajawali, 1991), h. 80



M = Mean/Rata-rata yang dicari

$\sum fx$  = Jumlah dari hasil perkalian antara *midpoint* dari masing-masing interval dengan frekuensi.

N = *Number of cases* (banyaknya subjek yang diteliti).

## 2) Mencari Standar Deviasi<sup>30</sup>

$$SD = \sqrt{\frac{\sum fx^2}{N}}$$

SD = Standar Deviasi

$\sum fx$  = Jumlah hasil perkalian antara frekuensi masing-masing interval

N = *Number of cases* (banyaknya subjek yang diteliti)

Berdasarkan perhitungan standar deviasi ini maka dapat disusun kriteria Pengaruh sosialisasi Terhadap Minat Masyarakat Berinvestasi di Pasar Modal Syariah, yaitu sebagai berikut:

M +1.SD = Sangat Berpengaruh / Sangat Setuju

M+ 0,5.SD = Berpengaruh / Setuju

M-0.SD = Cukup Berpengaruh / Ragu-ragu

M-0,5. SD = Tidak Berpengaruh / Tidak Setuju

M-1.SD = Sangat Tidak Bepengaruh / Sangat Tidak Setuju

---

<sup>30</sup>*Ibid.*, h. 149



## **b. Uji Asumsi Klasik (Uji Kualitas Data)**

### **1) Uji Normalitas**

Uji normalitas adalah uji yang digunakan untuk melihat apakah nilai yang residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Jadi uji normalitas bukan untuk dilakukan pada masing-masing variabel tetapi pada nilai residualnya.<sup>31</sup> Uji Normalitas berguna untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal.

### **1) Uji Validitas**

Menurut Riduwan uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau kesahihan suatu alat ukur. Alat ukur yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah.<sup>32</sup> Adapun alat ukur dalam penelitian ini berupa kuesioner. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi, sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah, atau tidaknya suatu kuesioner.

---

<sup>31</sup> Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), h. 159

<sup>32</sup> Riduwan, *Metode dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian (Untuk Mahasiswa S-1, S-2, dan S-3)* [Selanjutnya disebut Riduwan Metopen 1], (Bandung: Alfabeta, 2013), h.73

## 2) Uji Reliabilitas

Menurut Riduwan uji reliabilitas dilakukan untuk mendapatkan tingkat ketepatan instrument yang digunakan.<sup>33</sup> Uji reliabilitas instrumen dilakukan dengan rumus *alpha*. Metode mencari reliabilitas internal yaitu menganalisis alat ukur dari satu kali pengukuran dan dibantu dengan SPSS.

Generalisasi dari signifikansi hubungan secara persial dan simultan variabel X terhadap variabel Y. Uji Reliabilitas digunakan untuk memastikan apakah kuesioner penelitian yang akan dipergunakan untuk mengumpulkan data variabel penelitian reliabel atau tidak.

## C. Uji Hipotesis

### 1). Uji Regresi Linear Sederhana

Analisis Regresi Linear Sederhana dilakukan untuk mengetahui sejauh mana variabel berpengaruh terhadap variabel lainnya bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen (pengaruh sosialisasi) dan variabel dependen (minat masyarakat). Manfaat dari analisis regresi adalah untuk membuat keputusan apakah naik atau turunnya variabel dependen dapat dilakukan melalui peningkatan variabel independen atau tidak. Uji Regresi Linear sederhana berfungsi untuk menghitung nilai estimasi rata-rata dan nilai variabel terikat berdasarkan pada nilai variabel bebas.

---

<sup>33</sup> *Ibid.*, h. 74

## 2). Uji koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi adalah *proposisi varian* dalam variabel dependen yang dapat diprediksi dari variabel independen. Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu, semakin besar  $R^2$  semakin baik hasil.

Untuk model regresi tersebut dan semakin mendekati nol maka variabel independen secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel dependen.<sup>34</sup>

Untuk menentukan nilai koefisien determinasi dinyatakan dengan nilai *adjusted R Square*. Adapun rumus koefisien determinasi adalah:

$$jR^2 = (r)^2 \times 100\%$$

Keterangan :

$R^2$  : Koefisien determinasi

R : Koefisien korelasi

---

<sup>34</sup> Muhammad, *Op. Cit.*, h. 158

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Teori Pengaruh

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang.<sup>35</sup> Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari suatu orang atau benda yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang keterkaitan antara beberapa faktor yang memiliki hubungan. Disini kita dapat melihat keterkaitan antara variabel atau lebih .<sup>36</sup>

Pengertian pengaruh menurut beberapa ahli yaitu:

1. Menurut Wiryanto, pengaruh adalah tokoh formal dan informal di masyarakat yang memiliki ciri-ciri kosmopolitan, inovatif, kompeten, dan aksesibel dibandingkan dengan pihak yang dipengaruhi.<sup>37</sup>
2. Menurut Uwe Becker, pengaruh adalah kemampuan yang terus berkembang dan tidak terlalu terkait dengan usaha memperjuangkan dan memaksakan kepentingan.<sup>38</sup>

---

256 <sup>35</sup> Pius Abdillah & Danu Prasetya, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Arloka ), h.

<sup>36</sup> Depdikbud, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka

<sup>37</sup> Wiryanto, *Pengertian Pengaruh*, (Yogyakarta: Pustaka Baru, 2015) .h. 71

<sup>38</sup> Uwe Becker, *Definisi Pengaruh*, ( Jakarta: Rajawali, 2013), h. 7

## **B. Teori Sosialisasi**

### **1. Pengertian Sosialisasi**

Sosialisasi mencakup pemeriksaan mengenai lingkungan kultural lingkungan sosial dari masyarakat yang bersangkutan, interaksi sosial dan tingkah laku sosial. Berdasarkan hal tersebut, sosialisasi merupakan mata rantai paling penting di antara sistem-sistem sosial lainnya, karena dalam sosialisasi adanya keterlibatan individu-individu sampai dengan kelompok-kelompok dalam satu sistem untuk berpartisipasi.

Pengertian sosialisasi menurut Charles R Wright yang dikutip oleh Sutaryo adalah “Proses ketika individu mendapatkan kebudayaan kelompoknya dan menginternalisasikan sampai tingkat tertentu norma-norma sosialnya, sehingga membimbing orang tersebut untuk memperhitungkan harapan-harapan orang lain”.<sup>39</sup>

Sosialisasi merupakan proses belajar, pada dasarnya sifat manusia adalah tidak akan pernah puas untuk belajar sesuatu hal yang belum diketahuinya, seperti belajar norma-norma untuk dapat beradaptasi dengan lingkungan sosialnya, hal tersebut sejalan dengan pendapat Peter L Berger.

---

<sup>39</sup> Sutaryo, *Dasar-Dasar Sosialisasi*, (Jakarta: Rajawali Press, 2004), h.156

Berdasarkan uraian diatas terdapat persamaan mengenai sosialisasi, terletak pada objek dari sosialisasi yaitu masyarakat yang dilihat dari sudut hubungan antara manusia, dan proses yang timbul dari hubungan manusia di dalam masyarakat. Jadi, dalam sosialisasi terdapat interaksi antara manusia sebagai anggota kelompok. Timbulnya kelompok-kelompok dalam masyarakat ialah karena kedua sifat dari manusia yang bertentangan satu sama lain, disitu pihak ingin bekerjasama, di pihak lain cenderung untuk bersaing dengan sesama manusia untuk dapat berkuasa. Kekuasaan merupakan kajian dan konsep dari politik mengenai hubungan sosialisasi.

Sosialisasi merupakan suatu proses bagaimana memperkenalkan sebuah sistem pada seseorang dan bagaimana orang tersebut menentukan tanggapan serta reaksinya. Sosialisasi ditentukan oleh lingkungan sosial, ekonomi dan kebudayaan dimana individu berada, selain itu juga ditentukan oleh interaksi pengalaman-pengalaman serta kepribadiannya.<sup>40</sup>

Pentingnya teori sosialisasi bagi peneliti yaitu karena peneliti ingin mengetahui bagaimana teori sosialisasi dapat mempengaruhi minat masyarakat berinvestasi, ada beberapa bagian yang diambil peneliti di dalam teori sosialisasi seperti, sasaran sosialisasi, materi sosialisasi, faktor-faktor sosialisasi dan pola sosialisasi, itu semua di letakan sebagai susunan kerangka pemikiran untuk Variabel (X) yaitu pengaruh sosialisasi.

---

<sup>40</sup> Sutaryo, *Dasar-Dasar Sosialisasi*, (Jakarta: Rajawali Press, 2004), h. 230



## 2. Jenis Sosialisasi

Sosialisasi apabila dikaitkan dengan prosesnya, terdapat jenis-jenis sosialisasi. Menurut Peter L Berger dan Luckman terdapat 2 jenis sosialisasi yaitu:

- a. Sosialisasi primer, sosialisasi pertama yang dijalani individu semasa kecil dengan belajar menjadi anggota masyarakat (keluarga). Sosialisasi ini berlangsung pada saat kanak-kanak.
- b. Sosialisasi sekunder, adalah suatu proses sosialisasi lanjutan setelah sosialisai primer yang memperkenalkan individu kedalam kelompok tertentu dalam masyarakat.<sup>41</sup>

Kedua proses tersebut berlangsung dalam institusi total, yaitu tempat tinggal dan tempat kerja. Dalam keduanya institusi tersebut, terdapat sejumlah individu dalam situasi yang sama, terpisah dari masyarakat luas dan jangka waktu tertentu, bersama-sama menjalani proses kehidupan dan diatur secara formal.

## 3. Syarat Terjadinya Sosialisasi

Sosialisasi merupakan sistem dalam kehidupan masyarakat yang sangat penting. Berdasarkan hal tersebut sosialisasi memberikan dua kontribusi fundamental bagi kehidupan masyarakat yaitu:

- a. Memberikan dasar atau kondisi kepada individu bagi terciptanya partisipasi yang efektif dalam masyarakat.

---

<sup>41</sup> Sudarsono, *Pengantar Sosialisasi*, (wikipediaindonesia.melalui<http://id.wikipedia.org/wiki/sosialisasi> di akses [25/05/2020])

- b. Memungkinkan lestarynya suatu masyarakat karena tanpa sosialisasi akan hanya ada satu generasi saja hingga kelestarian masyarakat akan sangat terganggu.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa melalui sosialisasi masyarakat dapat berpartisipasi untuk kepentingan hidupnya dan menciptakan generasi untuk kelestarian kehidupan selanjutnya. Selain itu, terdapat faktor lain yang menunjang proses sosialisasi yaitu faktor lingkungan, dimana didalamnya interaksi sosial. Selain faktor lingkungan terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi sosialisasi, diantaranya adalah:

- a. Apa yang disosialisasikan, merupakan bentuk informasi yang akan diberikan kepada masyarakat berupa nilai-nilai, norma-norma dan peran.
- b. Bagaimana cara mensosialisasikan, melibatkan proses pembelajaran.
- c. Siapa yang mensosialisasikan, institusi, media massa, individu dan kelompok.

Agen sosialisasi merupakan peran utama dalam keberhasilan proses sosialisasi untuk menyebarkan atau menanamkan nilai-nilai dan norma-norma yang terletak dalam materi sosialisasi. Keberhasilan terdapat ditentukan oleh mekanisme yang terencana dan digambarkan dalam pola proses sosialisasi yang baik. Apabila proses-proses tersebut

dapat tersusun maka penyebaran informasi mengenai materi sosialisasi dapat dengan tepat disampaikan kesasaran sosialisasi.

#### **4. Agen Sosialisasi**

Agen sosialisasi adalah pihak-pihak yang melaksanakan atau melakukan sosialisasi. Terdapat empat agen sosialisasi yang utama, yaitu keluarga, kelompok bermain, media massa dan lembaga pendidikan sekolah. Akan tetapi media dalam proses sosialisasi merupakan sarana tambahan, hal tersebut sejalan dengan pendapat Lane bahwa dasar sosialisasi dalam keluarga dan peran media massa hanyalah bersifat tambahan.<sup>42</sup>

#### **5. Peranan Media dalam Proses Sosialisasi**

Pesan-pesan yang disampaikan agen sosialisasi bernilai dan tidak samanya sejalan satu sama lain, contohnya apa yang diajarkan keluarga mungkin saja berbeda dan dapat bertentangan dengan apa yang diajarkan oleh agen sosialisasi yang lain, tetapi yang menerima pesan dapat dengan leluasa mempelajarinya dari teman-teman sebaya dan media massa.

#### **6. Materi Sosialisasi**

Materi sosialisasi merupakan isi yang akan disampaikan kepada sasaran sosialisasi. Pada dasarnya, materi sosialisasi harus mengandung nilai-nilai dan norma-norma. Adapun pengertian dari nilai dan norma menurut Hasan Mustafa adalah nilai adalah prinsip-prinsip etika yang

---

<sup>42</sup> Susanto, *Sosialisasi Pelayanan*, (Malang: Universitas Kanjuruhan, 1992), h.163

dipegang kuat oleh individu atau kelompok sehingga mengikatnya dan sangat berpengaruh pada perilaku yang harus dipatuhi oleh setiap anggota suatu unit sosial sehingga ada sanksi negatif dan positif.

Selain kedua unsur tersebut, dalam materi sosialisasi harus mengandung peran. Peran adalah seperangkat harapan atau tuntutan kepada seseorang untuk menampilkan perilaku tertentu karena orang tersebut menduduki suatu status sosial tertentu, jadi peran materi sosialisasi harus mengandung peran materi sosialisasi harus mengandung peran yang berupa pengetahuan.

Pengetahuan secara mendasar sifatnya adalah faktual (walaupun tidak eksklusif), pengetahuan dapat mendahului pembentukan nilai-nilai dan sikap-sikap begitupun sebaliknya. Pengetahuan digunakan untuk mendukung suatu nilai khusus atau suatu sikap setelah nilai dan sikap terbentuk, selain itu pengetahuan dipengaruhi oleh nilai-nilai dan sikap-sikap. Sikap-sikap berkaitan dengan nilai-nilai dalam makna kepercayaan individu dapat memainkan peranan yang penting dalam menentukan reaksi terhadap rangsangan khusus dan terhadap pembentukan sikap-sikap ataupun pendapat-pendapat khusus, akan tetapi sikap-sikap dapat mendahului nilai-nilai khususnya yang berlangsung pada dasar sosialisasi.

## **7. Subyek atau Sasaran Sosialisasi**

Subyek atau sasaran sosialisasi adalah masyarakat agen sosialisasi mempunyai tujuan untuk menanamkan nilai-nilai dan

norma-norma yang terdapat dalam materi sosialisasi kepada masyarakat. Agen sosialisasi akan memobilisasi masyarakat untuk mendukung program yang dapat pada materi sosialisasi dengan tujuan untuk memujudkan cita-cita bersama.

Pengertian masyarakat menurut Harold J. Laski adalah sekelompok manusia hidup bersama dan bekerja sama untuk tercapai terkabulnya keinginan-keinginan mereka bersama. Kehidupan masyarakat, mencakup hubungan antara individu dan kelompok, dalam lingkungan kelompok terdapat interaksi sosial antara masing-masing individu untuk dapat memahami lingkungan satu sama lain.<sup>43</sup>

Peranan sosialisasi dalam masyarakat pada umumnya tampak jelas, khususnya dalam masyarakat yang tengah atau telah cukup lama berdiri untuk menegakkan berdirinya tradisi-tradisi kemasyarakatan yang kuat, yang menetapkan struktur dan penerapan-penerapan masyarakat. Sosialisasi merupakan bagian yang sangat penting dari kegiatan mempelajari peranan kemasyarakatan. Proses sosialisasi dengan sendirinya telah memberikan pelajaran terhadap kelompok masyarakat mengenai sistem interaksi antara kelompok-kelompoknya.

## **8. Pola Sosialisasi**

Pola sosialisasi adalah proses yang berlangsung lama dan rumit yang dihasilkan dari usaha saling mempengaruhi diantara kepribadian individu dengan pengalaman-pengalaman yang relevan. Oleh karena itu, untuk mempermudah hasil proses sosialisasi dibentuklah pola

---

<sup>43</sup> Harold J. Laski, *Pengertian Masyarakat*, ( Jakarta: Kencana, 2010), h 126

sosialisasi yang diilustrasikan dalam sebuah gambar. Pembuatan pola tersebut dilakukan setelah proses sosialisasi berjalan yang akan berkaitan dengan unsur-unsur sebelumnya.

Lebih lanjut Ramlan Subakti mengemukakan bahwa dari segi penyampaian pesan sosialisasi di bagi 2 yaitu: pendidikan merupakan suatu proses dialogika diantara pemberi dan penerima pesan melalui proses ini para anggota masyarakat mengenal dan mempelajari nilai-nilai, norma-norma dan simbol politik dari berbagai pihak dalam sistem politik. Indoktrinasi proses sepihak ketika penguasa memobilisasi dan memanipulasi warga masyarakat untuk menerima nilai. Norma dan simbol yang dianggap pihak yang bersangkutan, sebagai ideal dan baik, melalui berbagai forum pengarahan yang penuh paksa psikologis dan latihan yang penuh disiplin.<sup>44</sup>

Salah satu dari agen sosialisasi dapat kelompok-kelompok kepentingan yang mempunyai tujuan untuk memobilisasi masa dengan cara memberikan pendidikan mengenai nilai-nilai dan norma-norma. Harapan dari kelompok kepentingan adalah timbal balik dari warga masyarakat yang telah mendapatkan pendidikan politik untuk dapat berpartisipasi dalam mendukung pergerakan politik dan tujuan utama dari kelompok kepentingan.<sup>45</sup>

---

<sup>44</sup> Ramlan Subakti, *Penyampaian Pesan Sosialisasi*, ( Yogyakarta: Selemba Empat, 2001) h.21

<sup>45</sup> Bagong Suyanto, *Sosialisasi Teks Pengantar dan Terapan*, (Jakarta: Kencana, 2006), h.121

Dalam pola sosialisasi terdapat sarana sosialisasi, diantaranya yaitu metode periklanan, metode promosi dan metode publisitas.

**a. Metode Periklanan**

Iklan adalah sarana promosi yang digunakan oleh bank guna menginformasikan, segala sesuatu produk yang dihasilkan oleh bank. Informasi yang diberikan adalah manfaat produk, harga produk serta keuntungan-keuntungan produk dibandingkan pesaing. Tujuan promosi lewat iklan adalah berusaha untuk menarik, dan mempengaruhi calon nasabahnya.<sup>46</sup>

Terdapat paling tidak lima macam tujuan penggunaan iklan sebagai media promosi, yaitu:

- 1) Untuk memberikan tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan produk dan jasa bank yang dimiliki oleh suatu bank. Seperti peluncuran produk baru, manfaat produk atau di mana dapat diperoleh, keuntungan dan kelebihan suatu produk atau informasi lainnya.
- 2) Untuk meningkatkan kembali kepada nasabah tentang keberadaan atau keunggulan jasa bank yang ditawarkan.
- 3) Untuk menarik perhatian dan minat para nasabah baru dengan harapan akan memperoleh daya tarik dari para calon nasabah.

---

<sup>46</sup> Kamsir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2008), h. 177

- 4) Mempengaruhi nasabah agar berpindah ke bank yang mengiklankan. Dalam hal ini sasarannya adalah nasabah yang sudah mengerti dan sudah menjadi nasabah kita.
- 5) Membangun citra perusahaan untuk jangka panjang, baik untuk produk yang dihasilkan maupun nama perusahaan.

#### **b. Metode Promosi**

Promosi merupakan fungsi pemberitahuan, pembujukan dan pengimbasan keputusan pembelian konsumen. Dalam promosi terjadi proses penyajian pesan-pesan yang ditunjukkan untuk membantu penjualan barang atau jasa. Promosi merupakan aktivitas pemasaran yang paling tenara dan mungkin paling kontroversial yang secara rutin dilaksanakan oleh sebuah perusahaan.<sup>47</sup> Promosi juga merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir. Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung..

#### **c. Metode Publisitas**

Publisitas adalah penempatan berupa artikel, tulisan, foto, atau layanan visual yang sarat nilai berita baik karena luar biasa, penting atau mengantung unsur-unsur emosional, kemanusiaan dan humor. Secara garis besar bertujuan untuk memusatkan perhatian terhadap satu tempat, orang atau suatu institusi yang biasanya

---

<sup>47</sup> Henry Simamora, *Manajemen Pemasaran Internasional Jilid II*, (Jakarta: Salemba Empat, 2000), h. 753.



dilakukan melalui penerbitan umum. Publisitas merupakan kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan pameran, bakti sosial serta kegiatan lainnya. Kegiatan publisitas dapat meningkatkan pamor bank dimata para nasabahnya.

Tujuannya adalah agar nasabah mengenal bank lebih dekat. Dengan ikut kegiatan tersebut, nasabah akan selalu mengingat bank tersebut dan diharapkan akan menarik nasabah.

## C. Teori Minat

### 1. Pengertian Minat

Secara sederhana, minat (*interest*) berarti kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu.<sup>48</sup> Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), minat adalah sebuah perhatian, kesukaan dan kecenderungan hati.<sup>49</sup> Minat juga diartikan sebagai keinginan dan dorongan yang muncul dari dalam diri atau luar diri (lingkungan) yang menjadi faktor penggerak ke arah tujuan yang ingin dicapai. Sedangkan menurut para ahli, pengertian minat, yaitu:

Kartini Kartono, mendefenisikan minat sebagai momen dari kecenderungan yang terarah secara insentif kepada satu obyek yang dianggap penting. Minat ini erat dengan keperibadian, dan selalu mengandung unsur efektif/perasaan, kognitif dan kemauan.<sup>50</sup>

---

<sup>48</sup> Muhibbin Syah, *Psikologi Pendidikan*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009), h. 133

<sup>49</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia, *Op.Cit.*, h. 586

<sup>50</sup> Kartini Kartono, *Psikologi Umum*, (Bandung: Bandar Maju, 1996), h. 112

Menurut Ahmadi minat adalah sikap jiwa orang seorang termasuk ketiga fungsi jiwanya (kognisi, konasi, emosi) yang tertuju pada sesuatu dan dalam hubungan itu unsur perasaan yang terkuat.<sup>51</sup> Witherington, minat adalah kesadaran seseorang dalam sesuatu obyek seseorang, suatu soal atau situasi mengandung sangkut paut dengan dirinya. Pengetahuan atau informasi tentang seseorang atau obyek pasti harus ada terlebih dahulu untuk dapat mendapatkan minat obyek tadi.<sup>52</sup>

Menurut Purwanto minat sebagai suatu yang mengarah kepada suatu tujuan dan merupakan dorongan bagi perbuatan.<sup>53</sup> Slameto, menyatakan minat adalah kecenderungan yang tetap utuh memperhatikan dan menyenangkan beberapa kegiatan. Di halaman lain, beliau juga mengartikan minat sebagai suatu rasa yang lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang mempengaruhi.<sup>54</sup> Tidjan, mendefinisikan minat merupakan gejala psikologi yang menunjukkan pemusatan perhatian terhadap suatu obyek sebab ada perasaan senang.<sup>55</sup> Dari pengertian tersebut jelaslah bahwa minat itu sebagai pemusatan perhatian atau reaksi terhadap suatu obyek seperti benda tertentu atau situasi tertentu yang didahului oleh perasaan senang terhadap obyek tersebut.<sup>56</sup>

---

<sup>51</sup> Abu Ahmadi, *Psikologi Umum*, (Surabaya: Bina Ilmu, 1992), h. 98-99

<sup>52</sup> Witherington dalam Ratnawati dan Rini Puspitasari, *Op.Cit.*, h. 239

<sup>53</sup> M. Ngalim Purwanto, *Psikologi Pendidikan*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1990), h. 56

<sup>54</sup> Slameto, *Belajar dan Faktor yang Mempengaruhinya*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1987), h. 59

<sup>55</sup> Tidjan, *Pengertian Minat*, (Bandung: Prenada Media, 2004), h. 7

<sup>56</sup> Ratnawati Dan Rini Puspitasari, *Loc.Cit.*, h. 59

Pentingnya teori minat bagi peneliti yaitu karena minat di jadikan variabel (Y) oleh peneliti yaitu untuk mengetahui pengaruh sosialisasi terhadap minat masyarakat ada beberapa hal yang diambil oleh peneliti didalam teori minat yaitu: minat factor dari dalam, minat berbobot egoisme, minat keinginan untuk hidup dan lain-lain.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa pengertian minat adalah kecenderungan seseorang yang memiliki keinginan, kehendak dan kesukaan terhadap tujuan yang diminati yang dianggap penting bagi dirinya.

## **2. Jeni-jenis Minat**

Menurut Ratnawati dan Rini Puspitasari, jenis-jenis minat terbagi menjadi enam jenis, yaitu:

### **a. Realistis**

Orang realistis umumnya mapan, kasar, praktis, berfisik, kuat, dan sangat atletis, memiliki koordinasi otot yang baik dan terampil. Akan tetapi, ia kurang mampu menggunakan medium komunikasi verbal dan kurang memiliki keterampilan berkomunikasi dengan orang lain. Oleh karena itu, pada umumnya mereka kurang menyenangi hubungan sosial, cenderung mengatakan bahwa mereka senang pekerjaan tukang, memiliki sifat langsung, stabil, normal, dan kukuh, menyukai masalah konkrit dibanding abstrak, menduga diri sendiri sebagai agresif jarang melakukan, kegiatan kreatif dalam bidang seni dan ilmu pengetahuan, tetapi suka membuat sesuatu dengan bantuan

alat. Orang realistis menyukai pekerjaan montir, insinyur, ahli listrik, ikan, kehidupan satwa liar, operator alat berat, dan perencanaan alat.

**b. Investigatif**

Orang investigatif termasuk orang yang berorientasi keilmuan. Mereka umumnya pada tugas, intropektif, dan *asosial*, lebih menyukai memikirkan sesuatu daripada melaksanakannya, memiliki dorongan kuat untuk memahami alam, menyukai tugas-tugas yang tidak pasti (ambiguous), suka bekerja sendirian, kurang pemahaman dalam kepemimpinan akademis dan intelektualnya, menyatakan diri sendiri sebagai analis, selalu ingin tahu, bebas dan bersyarat, dan kurang menyukai pekerjaan yang berulang. Kecenderungan pekerjaan yang disukai termasuk ahli perbintangan, biologis, bintang, kimia, penulis, dan ahli jiwa.

**c. Sosial**

Tipe ini dapat bergaul, bertanggung jawab, berkemanusiaan, dan sering alim, suka bekerja dalam kelompok, senang menjadi pusat perhatian kelompok, memiliki kemampuan verbal, terampil bergaul, menghindari pemecahan masalah, secara intelektual, suka memecahkan masalah yang ada kaitannya dengan perasaan, menyukai kegiatan menginformasikan, melatih dan mengajar. Pekerjaan yang disukai menjadi pekerjaan sosial, pendeta, ulama dan guru.

**d. Enterprising**

Tipe ini cenderung menguasai atau memimpin orang lain, memiliki keterampilan verbal untuk berdagang, memiliki kemampuan untuk mencapai tujuan organisasi, agresif, percaya diri, dan umumnya sangat aktif. Pekerjaan yang disukai termasuk pemimpin perusahaan, pedagang, dan lain-lain.

**e. Konvensional**

Orang konvensional menyukai lingkungan yang sangat tertib, menyenangi komunikasi verbal, senang kegiatan yang berhubungan dengan angka, sangat efektif menyelesaikan tugas yang terstruktur tetapi menghindari situasi yang tidak menentu, menyatakan diri orang yang paling setia, patuh praktis, tenang, tertib, efisien. Mereka mengidentifikasi diri dengan kekerasan materi. Pekerjaan yang disukai 5 antar lain: sebagai akuntan, ahli tata buku, ahli pemeriksa barang, dan pimpinan armada.

Mohammad Surya berpendapat mengenai jenis minat, menurutnya minat dapat dikelompokkan menjadi 3 jenis, yaitu sebagai berikut:<sup>57</sup>

- a. Minat *volunter* adalah minat yang timbul dari dalam diri seseorang tanpa ada pengaruh luar.
- b. Minat *involunter* adalah minat yang timbul dari dalam diri seseorang dengan pengaruh situasi yang diciptakan oleh guru.

---

<sup>57</sup> Mohamad Surya, *Psikologi Pembelajaran dan Pengajaran*, (Bandung: Pustaka Bani Quraisy, 2004), h. 80

c. Minat *nonvolunter* adalah minat yang ditimbulkan dari dalam diri seseorang secara dipaksa atau dihapuskan.

Kartono juga berpendapat mengenai jenis-jenis minat. Menurutnya, jenis-jenis minat dikelompokkan menjadi 2 jenis, yaitu:<sup>58</sup>

- 1) Minat yang fluktuasi (berubah-ubah). Dalam hal ini orang bisa sekaligus mengamati objek yang banyak, akan tetapi pengamatan tersebut tidak diteliti, sebab minat menggerayangi semua peristiwa dengan sepiantas lalu dan hanya segi-segi yang penting saja.
- 2) Minat yang *fixed* (tetap), dalam hal ini seseorang hanya mengamati satu atau sedikit saja objek tertentu, hanya pengamatannya teliti dan akurat.

Berkaitan dengan penjelasan mengenai jenis-jenis minat di atas, minat yang dimiliki seseorang dapat diekspresikan melalui perasaan senang, keterkaitan, keterlibatan, serta partisipasi ke dalam sesuatu hal yang diminatinya. Oleh karena itu minat sendiri bisa timbul berasal dari diri sendiri maupun melalui dorongan dari orang lain.

---

<sup>58</sup> Amri, Khusnul, "Pengaruh Keterampilan Guru Mengelola Kelas Menurut Persepsi Siswa Terhadap Minat Belajar Pkn Siswa di SMK Negeri 1 Bandar Lampung Tahun 2010/2011." Skripsi. (Universitas Lampung, 2011), h. 30

### 3. Macam-macam Minat

Menurut Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab, minat dapat dibagi menjadi tiga macam (berdasarkan timbulnya, berdasarkan arahnya, dan berdasarkan cara mengungkapkannya). Yaitu, sebagai berikut.<sup>59</sup>

#### a. Berdasarkan Timbulnya

Minat dapat dibedakan menjadi minat primitif dan minat kultural. Minat primitif adalah minat yang timbul karena kebutuhan biologis atau jaringan-jaringan tubuh. Sedangkan minat kultural atau minat sosial yang timbul karena proses belajar.

#### b. Berdasarkan Arahnya

Minat dapat dijadikan menjadi minat intrinsik dan ekstrinsik. Minat ekstrinsik adalah minat yang langsung berhubungan dengan aktivitas itu sendiri. Minat ekstrinsik adalah minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan tersebut.

#### c. Berdasarkan Cara Mengungkapkan

Minat dibedakan menjadi empat, yaitu:

- 1) *Expressed Interest*, yaitu minat yang diungkapkan dengan cara meminta kepada subyek untuk kenyataan kegiatan yang

---

<sup>59</sup> Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), h. 264-266

disenangi maupun tidak, dari jawabannya dapat diketahui minatnya.

- 2) *Manifest Interest*, yaitu minat yang diungkapkan dengan melakukan pengamatan secara langsung.
- 3) *Tested Interest*, yaitu minat yang diungkapkan dengan cara menyimpulkan dari hasil jawaban tes objektif.
- 4) *Inventoried Interest*, yaitu minat yang diungkapkan dengan menggunakan alat-alat yang sudah distandarisasikan.

#### **4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat**

Minat seseorang tidak timbul secara tiba-tiba. Minat tersebut ada karena pengaruh dari beberapa faktor. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat menurut Edi Sutrisno, antara lain.<sup>60</sup>

##### **a. Faktor Internal**

Faktor internal yang dapat mempengaruhi minat pada seseorang, antara lain:

##### **1) Keinginan untuk Dapat Memiliki**

Keinginan untuk dapat memiliki sesuatu dapat mendorong seseorang untuk melakukan pekerjaan untuk tujuan tersebut.

##### **2) Keinginan untuk Dapat Hidup**

---

<sup>60</sup> Edi Sutrisno, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: Kencana, 2012), h. 116-120



Keinginan untuk dapat hidup merupakan kebutuhan setiap manusia yang hidup di muka bumi ini. Untuk mempertahankan hidup ini orang mau melakukan apa saja.

### **3) Keinginan untuk Memperoleh Penghargaan**

Seseorang mau bekerja disebabkan adanya keinginan untuk diakui, dihormati orang lain, dan untuk memiliki status yang lebih tinggi.

### **4) Keinginan untuk Memperoleh Pengakuan**

Keinginan untuk memperoleh pengakuan itu dapat dibagi menjadi dua, yaitu:

- a. Adanya pengarahan terhadap prestasi
- b. Adanya hubungan yang harmonis dan kompak.

### **b. Faktor Eksternal**

Faktor eksternal juga tidak kalah perannya dalam mempengaruhi minat seseorang. Faktor-faktor eksternal tersebut, antara lain:

#### **1) Kondisi Lingkungan Kerja**

Keseluruhan sarana prasana yang ada di sekitar karyawan yang dapat mempengaruhi pelaksanaan pekerjaan.

#### **2) Status dan Tanggung Jawab**

Status dan kedudukan merupakan dorongan untuk memenuhi kebutuhan *sense of achievement*, sehingga yang diberi kepercayaan dapat memberikan tanggung jawabnya.

### 3) Peraturan yang Fleksibel

Peraturan yang berlaku dan bersifat mengatur dan melindungi karyawan atau anggota. Semua ini merupakan aturan main yang mengatur hubungan antara karyawan dengan perusahaan.

Menurut Siti Rahayu Hadinoto, ada dua faktor yang mempengaruhi minat seseorang, yaitu. <sup>61</sup>

#### (a) Faktor dari Dalam (Intrinsik)

Yaitu berarti bahwa sesuatu perbuatan memang diinginkan karena seseorang senang melakukannya. Di sini minat datang dari diri orang itu sendiri. Orang tersebut senang melakukan perbuatan itu demi perbuatan itu sendiri.

#### (b) Faktor dari Luar (Ekstrinsik)

Yaitu berarti bahwa sesuatu perbuatan dilakukan atas dasar dorongan atau pelaksanaan dari luar. Orang melakukan kegiatan ini karena ia didorong atau dipaksa dari luar.

Dari pendapat para ahli tersebut dapat diasumsikan bahwa timbulnya minat seseorang itu disebabkan oleh dua faktor penting yaitu dari dalam diri, seperti: rasa tertarik atau rasa senang, perhatian dan kebutuhan. Dan dari faktor luar yaitu lingkungan, dorongan dari orang lain, dan lain-lain.

## 5. Ciri-ciri Minat

---

<sup>61</sup> Siti Rahayu Haditono, *Psikologi Perkembangan*, (Yogyakarta: Psikologi UGM, 1998) h.

Minat yang dimiliki oleh setiap individu memiliki peran tersendiri dalam yang mampu menjadikan antara individu memiliki perbedaan tersendiri dengan individu yang lain. Minat tidak dapat dengan mudah langsung diketahui. Agar dapat dengan mudah mengetahui bahwa seseorang memiliki minat atau tidak terhadap suatu hal, benda ataupun kegiatan dapat dilihat melalui beberapa ciri-ciri yang dapat menunjukkan apakah seseorang memiliki minat atau tidak terhadap suatu hal yang dihadapi. Menurut Elizabeth B. Hurlock, ciri-ciri minat antara lain, yaitu:<sup>62</sup>

**a. Minat Tumbuh Bersamaan dengan Perkembangan Fisik dan Mental**

Minat disemua bidang berubah selama terjadi perubahan fisik dan mental, misalnya perubahan minat dalam hubungannya dengan perubahan usia.

**b. Minat Tergantung pada Kegiatan Belajar**

Kesiapan belajar merupakan salah satu penyebab meningkatnya minat seseorang.

**1) Minat Tergantung pada Kesempatan Belajar**

Kesempatan belajar merupakan faktor yang sangat berharga, sebab tidak semua orang dapat menikmatinya.

---

<sup>62</sup> Elizabeth B. Hurlock, *“Pembinaan Minat dan Bakat Anak Berkebutuhan Khusus (ABK) (Studi Deskriptif di Sekolah Dasar Inklusi.”* Skripsi. (Universitas Muhammadiyah Purwokerto, 2015), h. 16- 17

## **2) Perkembangan Minat Mungkin Terbatas**

Keterbatasan ini mungkin dikarenakan keadaan fisik yang tidak memungkinkan.

## **3) Minat dipengaruhi Budaya**

Budaya sangat mempengaruhi sebab jika budaya sudah mulai luntur mungkin minat juga ikut luntur.

## **4) Minat Berbobot Emosional**

Minat yang berhubungan dengan perasaan, maksudnya bila suatu objek dihayati sebagai sesuatu yang sangat berharga, maka akan timbul perasaan senang yang akhirnya dapat diminatinya.

## **5) Minat Berbobot Egosentris**

Artinya jika seseorang senang terhadap sesuatu, maka akan timbul hasrat untuk memilikinya.

Penjelasan di atas dapat diambil beberapa pernyataan penjas bahwa minat yang ada dalam diri setiap individu juga memiliki ciri-ciri tersendiri yang artinya keberadaanya dalam diri setiap individu memiliki karakteristik tertentu yang menjadikan khas atau penanda munculnya minat pada diri seseorang.

## 6. Cara Mengukur Minat

Menurut Super & Crites, ada dua cara untuk menjangkau minat dari subjek, yaitu:<sup>63</sup>

- a. Melalui pernyataan senang atau tidak senang terhadap aktivitas (*expressed interest*) pada subjek yang diajukan sejumlah pilihan yang menyangkut berbagai hal atau subjek yang bersangkutan diminta menyatakan pilihan yang paling disukai dari sejumlah pilihan;
- b. Melalui pengamatan langsung kegiatan-kegiatan yang paling sering dilakukan (*manifest interest*), cara ini disadari mengandung kelemahan karena tidak semua kegiatan yang sering dilakukan merupakan kegiatan yang disenangi sebagaimana kegiatan yang sering dilakukan mungkin karena terpaksa untuk memenuhi kebutuhan atau maksud-maksud tertentu.

Sedangkan menurut Sumartana, pengukuran minat dapat dilakukan dengan empat cara, yaitu:<sup>64</sup>

### a. Observasi

Pengukuran dengan metode observasi ini memiliki keuntungan karena dapat mengamati minat seseorang dalam kondisi wajar. Observasi dapat dilakukan dalam setiap situasi, baik dalam kelas

---

<sup>63</sup> Super & Crites Dalam Ahmad Taufiqurrahman, “*Pengaruh Minat dan Intensitas Bimbingan Terhadap Prestasi Prakerin Siswa Kelas XI Kompetensi Keahlian Teknik Audio Video SMK Negeri di Kabupaten Bantul Tahun Ajaran 2013/2014.*” Skripsi. (Universitas Negeri Yogyakarta, 2014), h. 14

<sup>64</sup> Sumartana dalam Santy Andriani, “*Minat Kerja Mahasiswa Program Studi Pendidikan Teknologi Agroindustri FPTK UPI.*” Skripsi. (Universitas Pendidikan Indonesia, 2013), h. 17-18

maupun di luar kelas. Kelemahannya tidak dapat dilakukan terhadap situasi atau beberapa hasil observasi yang bersifat subjektif.

**b. Interview**

*Interview* baik digunakan untuk mengukur minat, sebab biasanya siswa gemar memperbicarakan hobinya atau aktivitas lain yang menarik hatinya. Pelaksanaan *interview* sebaiknya dilakukan dalam situasi santai, sehingga percakapan dapat berlangsung secara bebas.

**c. Koesioner**

Yaitu mengajukan beberapa pertanyaan secara tertulis. Isi pertanyaan yang diajukan dalam angket pada prinsipnya tidak berbeda dengan isi pertanyaan wawancara. Dibandingkan dengan wawancara dan observasi, angket lebih efisien.

**d. Inventori**

Inventori adalah suatu metode untuk mengadakan pengukuran atau penilaian yang sejenis kuesioner, yaitu sama-sama merupakan daftar pertanyaan secara tertulis. Perbedaannya ialah dalam kuesioner reponden menulis jawaban relatif panjang sedangkan pada inventori responden memberikan jawaban dengan memberi lingkaran, tanda cek, mengisi nomor atau dengan tanda-tanda lain yang berupa jawaban singkat.

#### **D. Teori Pasar Modal**

Dibawah ini merupakan teori pasar modal adalah Sebagai berikut:

##### **1. Pengertian**

Secara umum, yang dimaksud dengan pasar modal syariah atau pasar modal Islam adalah seluruh aktivitas di pasar modal yang memenuhi prinsip-prinsip Islam. Berdasarkan definisi tersebut, terdapat dua faktor utama yang membentuk pasar modal syariah, yaitu pasar modal dan prinsip islam di pasar modal. Artinya, untuk memahami pasar modal syariah maka mempelajari konsep pasar modal dan prinsip-prinsip Islam yang mendasarinya menjadi suatu keharusan, tidak bisa dipilih antara keduanya.

Aktivitas di pasar modal mencakup pelaku pasar, infrastruktur pasar, mekanisme transaksi dan Efek yang di transaksikan. Dengan demikian, suatu pasar modal dikatakan memenuhi prinsip Islam apabila pelaku pasar, mekanisme transaksi, infrastruktur pasar dan Efek yang di transaksikan telah memenuhi prinsip-prinsip Islam. Dalam peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), pasar modal Islam atau prinsip syariah di pasar modal didefinisikan sebagai berikut: “ Prinsip syariah di pasar modal adalah prinsip hukum islam dalam kegiatan syariah di pasar modal berdasarkan fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI), sepanjang fatwa dimaksudkan tidak bertentangan dengan peraturan Otoritas Jasa Keuangan tentang penerapan prinsip-prinsip

syariah di pasar modal dan/atau peraturan Otoritas Jasa Keuangan lainnya yang didasarkan pada fatwa DSN-MUI.”

Berdasarkan definisi tersebut, terlihat jelas bahwa prinsip islam yang dijadikan rujukan dalam aktivitas maupun regulasi pasar modal Islam di Indonesia adalah fatwa yang dikeluarkan DSN-MUI, sebagai lembaga yang menerbitkan fatwa, menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam struktur pasar modal Islam Indonesia.<sup>65</sup>

Pasar modal dikenal juga dengan nama bursa efek. Bursa efek menurut pasal 1 ayat (4) UU No.8 Tahun 1995 tentang pasar modal adalah pihak yang menyelenggarakan dan menyediakan sistem dan/atau sarana untuk mempertemukan jual dan beli efek pihak-pihak lain dengan tujuan memperdagangkan efek diantara mereka. Bursa efek di Indonesia dikenal dengan Bursa Efek Jakarta (BEJ), Bursa Efek Surabaya (BES).<sup>66</sup> Pada tanggal 30 Oktober 2007 BES dan BEJ sudah di merger dengan nama Bursa Efek Indonesia (BEI).

Sehingga dengan demikian hanya ada satu pelaksana, yaitu BEI. Sedangkan bagi pasar modal syariah, listingnya dilakukan di Jakarta Islamic Index yang telah diluncurkan sejak 3 Juli 2000. Belakangan, pada tanggal 12 Mei 2011, Bursa Efek Indonesia meluncurkan Indeks Saham Syariah Indonesia (ISIS) berdasarkan Fatwa DSN MUI No. 80/DSN-MUI/III/2011 tentang penerapan Prinsip Syariah dalam Mekanisme Perdagangan Efek Bersifat Ekuitas di Pasar Reguler Bursa Efek. Indeks

---

<sup>65</sup> Irwa Abdallah, *Pasar Modal Syariah*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kolompok Gramedia, 2018), h.18

<sup>66</sup> Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2008), h. 208



ini mencerminkan pergerakan saham-saham yang masuk dalam Daftar Efek Syariah (DES) yang dikeluarkan oleh Bapepam dan LK.

Menurut beberapa ahli yang dimaksud dengan pasar modal adalah:

- a. Tjipto Darmadji dkk, adalah pasar untuk berbagi instrumen keuangan jangka panjang yang bisa diperjualbelikan, baik dalam bentuk utang ataupun modal sendiri.<sup>67</sup>
- b. Y.Sri Susilo dkk, pasar modal (*capital market*) adalah pasar keuangan untuk dana-dana jangka panjang dan merupakan pasar yang konkret.<sup>68</sup>
- c. Menurut Jhon Downes dan Jordan Elliot Goodman, pasar modal adalah dimana dana modal – utang dan ekuitas – diperdagangkan. Didalamnya termasuk penempatan pribadi sumber-sumber utang dan ekuitas dan juga pasar-pasar dan bursa-bursa terorganisasi.<sup>69</sup>
- d. Chras Pass dan bryan Lowes menyebutkan pasar modal adalah suatu pasar untuk mendapatkan modal pinjaman jangka panjang perusahaan modal saham obligasi dan pemerintah. Pasar modal bersama-sama dengan pasar uang adalah sumber eksternal utama untuk membiayai industri dan pemerintah.<sup>70</sup>

---

<sup>67</sup> Tjipto Darmadji, dkk., *Pasar Modal di Indonesia*, (Jakarta: Salemba Empat, 2000), h. 1

<sup>68</sup> Y.Sri Susilo dkk., *Bank dan Lembaga Keuangan Latin*, (Jakarta: Salemba Empat, 2008). h. 189

<sup>69</sup> John Downes dan Jordan Elliot Goodman, *Kamus Istilah Keuangan dan Investasi*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2011).h. 89

<sup>70</sup> Chras Pass dan bryan Lowes, *Kamus Lengkap Ekonomi, terj. Dictionary Of Economics*, (Jakarta: Penerbit Erlangga), h. 67-70

Dengan demikian, pasar modal secara umum merupakan suatu tempat bertemunya para penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi dalam rangka memperoleh modal. Penjual dalam pasar modal merupakan perusahaan yang memerlukan modal (*emiten*), sehingga mereka berusaha untuk menjual efek-efek di pasar modal. Sedangkan pembeli (*investor*) adalah pihak yang membeli modal di perusahaan yang menurut mereka menguntungkan.

Pasar modal syariah adalah pasar modal yang seluruh mekanisme kegiatannya terutama mengenai emiten, jenis efek yang diperdagangkan dan mekanisme perdagangannya telah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Sedangkan yang dimaksud dengan efek syariah adalah efek sebagaimana dimaksud dalam peraturan perundang-undangan di bidang pasar modal yang akad, pengelolaan perusahaan, maupun penerbitannya memenuhi prinsip-prinsip syariah.

Adapun yang dimaksud dengan prinsip-prinsip syariah adalah prinsip yang didasarkan oleh syariah ajaran Islam yang penetapannya.

## 2. Dasar Hukum Pasar Modal Berdasarkan prinsip Syariah<sup>71</sup>

### a. Al- Qur`an

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا بِأَلَّا يَفُورُوا نَارًا كَمَا يُفُورُ مَا الَّذِي يَتَّخِذُ بِطُحُّ الشَّيْطَانِ انْمِنَا الْمَسِيَّةَ لِكَبَائِدِهِمْ  
 قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحْلًا لِلَّهِ الْبَيْعُ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُمْ عِظَةٌ مِنْ رَبِّهِمْ  
 انْتَهُوا فَلَئِمَّا سَدَّوْا أَمْرُهُمْ بِاللَّهِ وَمَنْعَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا  
 خَالِدُونَ

<sup>71</sup> Jeni Susyanti, *Pengelolaan Lembaga keuangan Syariah*, (Malang: Kelompok Intrans Publishing, 2016), h.197-198

Artinya: Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya. (QS. Al- baqarah [2]: 275)

#### b. Hadist

تَضُمُّنَا بَحْرًا وَلَا

Artinya: “Tidak boleh mendapat keuntungan tanpa menanggung resiko kerugian.” (HR. Ahmad 6671, Abu Daud 3506, Turmudzi 1279 dan dihasankan Syuib al-Arnauth)

### 3. Fungsi dan Karakteristik Pasar Modal<sup>72</sup>

Pasar modal berperan menjalankan dua fungsi secara simultan berupa fungsi ekonomi dengan mewujudkan pertemuan dua kepentingan, yaitu pihak yang memiliki kelebihan dana dengan pihak yang memerlukan dana, dan fungsi keuangan dengan memberikan

---

<sup>72</sup> Dr. Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syaiah*, (Jakarta: Kencana, 2009), h.103-105

kemungkinan dan kesempatan untuk memperoleh imbalan bagi pemilik dana melalui investasi.

Pada fungsi keuangan, pasar modal berperan sebagai sarana bagi pendanaan usaha atau sebagai sarana bagi perusahaan untuk mendapatkan dana dari masyarakat pemodal (*investor*). Dana yang diperoleh dari pasar modal dapat digunakan untuk pengembangan usaha, ekspansi, penambahan modal kerja, dan lain-lain. Sedangkan pada fungsi yang kedua pasar modal sebagai sarana masyarakat untuk berinvestasi pada instrumen keuangan seperti saham, obligasi, reksadana, dan lain-lain. Dengan demikian, masyarakat dapat menempatkan dana yang dimilikinya sesuai dengan karakteristik keuntungan dan resiko masing-masing instrumen.

Menurut MM. Metwally keberadaan pasar modal syariah secara umum berfungsi:<sup>73</sup>

- a. Memungkinkan para pemegang saham menjual sahamnya guna mendapatkan likuiditas.
  - b. Memungkinkan perusahaan meningkatkan modal dari luar untuk membangun dan mengembangkan lini produksinya.
-

#### **4. Struktur Pasar Modal di Indonesia<sup>74</sup>**

Adapun struktur pasar modal di Indonesia adalah sebagai berikut:

##### **a. Pengelola Pasar Modal**

Pengelolaan pasar modal yang ada di pasar modal Indonesia adalah sebagai berikut:

##### **1) Otoritas Jasa Keuangan (OJK)**

Pada tanggal 10 Agustus 1977, pemerintah mulai melakukan usaha pengaktifan pasar modal Indonesia dengan membentuk Badan Pelaksana Pasar Modal (BAPEPAM) yang kemudian sejak tahun 1991 berubah menjadi Badan Pengawas Pasar Modal. Sejak tahun 2005, BAPEPAM disempurnakan menjadi Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan (BAPEPAM-LK) berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan RI Nomor KMK 606/KMK.01./2005 tanggal 30 Desember 2005. BAPEPAM-LK merupakan penggabungan dari Badan Pengawas Pasar Modal (BAPEPAM) dan Direktorat Jenderal Lembaga Keuangan Departemen Keuangan. Saat ini, BAPEPAM-LK digantikan Oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sejak berlakunya Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2011. Terhitung sejak tanggal 31 Desember 2012, industri pasar modal diahlikan dibawah pengaturan pengawasan Otoritas Jasa Keuangan. Di bawah ketua OJK terdapat Kepala Eksekutif Pengawas Pasar Modal.

##### **2) Bursa Efek**

---

<sup>74</sup> Dr. Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syaiah*, (Jakarta: Kencana, 2009), h. 109-117

Bursa efek adalah pihak yang menyelenggarakan menyediakan sistem dan sarana untuk mempertemukan penawaran jual dan beli efek pihak-pihak lain dengan tujuan memperdagangkan efek diantara mereka.

Bursa efek didirikan dengan tujuan menyelenggarakan perdagangan efek yang teratur, wajar, dan efisien, yang dapat menjadi pemegang saham bursa efek adalah perusahaan efek yang telah memperoleh izin usaha untuk melakukan kegiatan sebagai perantara perdagangan efek. Bursa efek yang ada di Indonesia, yaitu Bursa Efek Jakarta (BEJ) dan Bursa Efek Surabaya (BES) yang Oktober 2007 di merger menjadi Bursa Efek Indonesia (BEI).

## **b. Para Pelaku Pasar Modal**

### **1) Emiten**

Perusahaan yang melakukan penjualan surat-surat berharga atau melakukan emisi di bursa di sebut emiten. Emiten melakukan emisi dapat melalui dua macam instrumen pasar modal apakah bersifat kepemilikan atau utang.

### **2) Investor**

Pemodal yang akan membeli atau menanamkan modalnya diperusahaan yang melakukan emisi disebut investor. Sebelum

membeli surat-surat berharga yang ditawarkan para investor biasanya melakukan penelitian dan analisis-analisis tertentu.

### **3) Perusahaan Pengelola Dana (Investment Company)**

Perusahaan pengelola dana merupakan perusahaan yang beroperasi di pasar modal dengan mengelola modal yang berasal dari investor. Perusahaan pengelola dana memiliki dua unit, yaitu pengelola dana (*fund management*) dan penyimpanan dana (*kustodian*).

### **4) Reksadana**

Reksadana adalah wadah yang digunakan untuk menghimpun dari masyarakat pemodal untuk selanjutnya diinvestasikan dalam portofolio efek oleh manajer investasi.

## **E. Teori Investasi**

### **1. Pengertian Investasi**

Pengertian investasi menurut Arifin mendefinisikan investasi adalah kegiatan menunda konsumsi untuk mendapatkan nilai konsumsi yang lebih besar di masa yang akan datang.<sup>75</sup> Menurut Hachisien menyatakan bahwa investasi adalah penukaran uang dengan bentuk-bentuk kekayaan lain seperti saham atau harta tidak bergerak yang

---

<sup>75</sup> Ali Arifin, *Membaca Saham*, (Yogyakarta: Salemba Empat, 2007), h. 21

diharapkan dapat ditahan selama periode waktu tertentu supaya menghasilkan pendapatan.<sup>76</sup>

Menurut Lubis menyatakan bahwa dalam menentukan sebuah investasi investor memerlukan informasi-informasi yang merupakan faktor-faktor penting sebagai dasar untuk menentukan pilihan investasi. Dari informasi yang ada, kemudian membentuk suatu model pengambilan keputusan yang berupa kriteria penilaian investasi untuk memungkinkan investor memilih investasi terbaik di antara alternatif investasi yang tersedia.<sup>77</sup>

## 2. Macam-Macam Investasi

Pada umumnya investasi dibedakan menjadi dua, yaitu investasi pada *financial asset* dan investasi pada *real asset*. Dalam hal ini yang dimaksud dengan investasi pada financial asset adalah investasi yang dilakukan di pasar uang, misalnya berupa sertifikat deposito, surat berharga pasar uang (SBPU), dan investasi ini juga dapat dilakukan di pasar modal, misalnya dapat berupa dengan pembelian saham, obligasi, warrant, opsi, dan lain-lain. Kebanyakan investor banyak melirik investasi *financial asset* karena dengan modal kecil dapat menikmati keuntungan.<sup>78</sup>

Sedangkan investasi pada *real asset* menurut Sutrisno mendefinisikan investasi pada *real asset* dapat dilakukan dengan pembelian aset produktif, pendirian pabrik, pembukaan pertambangan,

---

<sup>76</sup> I. Hachisien, *Investasi Syariah di Pasar Modal: Menggagas Konsep dan Praktek Manajemen Portofolio Syariah*. (Jakarta: Gramedia. Pustaka Utama, 2007), h. 17

<sup>77</sup> Pardamean Lubis, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Investasi di Indonesia." *Jurnal*. (Universitas Sumatera Utara, 2008), h. 5

<sup>78</sup> Jogiyanto, Hartono, *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*, (Yogyakarta, BPFE, 2015), h.



perkebunan, dan yang lainnya.<sup>79</sup> Investasi secara syariah merupakan salah satu ajaran dari konsep Islam, yang dapat dibuktikan dengan konsep investasi.<sup>80</sup>

### 3. Minat Investasi<sup>81</sup>

Ciri-ciri seseorang yang berminat untuk berinvestasi dapat diketahui dengan seberapa berusahanya mereka dalam mencari tahu tentang suatu jenis investasi, mempelajari dan kemudian mempraktikkannya. Hal ini senada dengan pendapat Kusmawati yang menyatakan bahwa minat berinvestasi adalah keinginan untuk mencari tahu tentang jenis suatu investasi dimulai dari keuntungan, kelemahan, kinerja investasi dan lain sebagainya

Triwijayati dan Koesworo mengungkapkan dalam teori sikap yaitu *Theory of Reasoned Action* yang dikembangkannya, bahwa adanya keinginan untuk bertindak karena adanya keinginan yang spesifik untuk berperilaku. Ini menunjukkan bahwa niat berperilaku dapat menunjukkan perilaku yang akan dilakukan oleh seseorang.

Diharja menyimpulkan hasil penelitian untuk sampel 100 orang, terdapat sembilan variabel bebas yang mempengaruhi minat investasi masyarakat yaitu: *return* dan risiko, likuiditas, rentang waktu, pajak dan biaya, peraturan, hukum dan kredibilitas, teknologi dan infrastruktur,

---

<sup>79</sup> Sutrisno, *Manajemen Keuangan: Teori, Konsep dan Aplikasi*. (Yogyakarta: Ekonisia, 20018), h. 37

<sup>80</sup> Indah Yuliana, *Investasi Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: UIN Maliki Press, 2010), h. 10

<sup>81</sup> Rizki Chaerul Pajar, *Op.Cit.*, h. 16-17

variasi produk, pasar dan ketersediaan informasi yang dihubungkan dengan minat investasi masyarakat.<sup>82</sup>

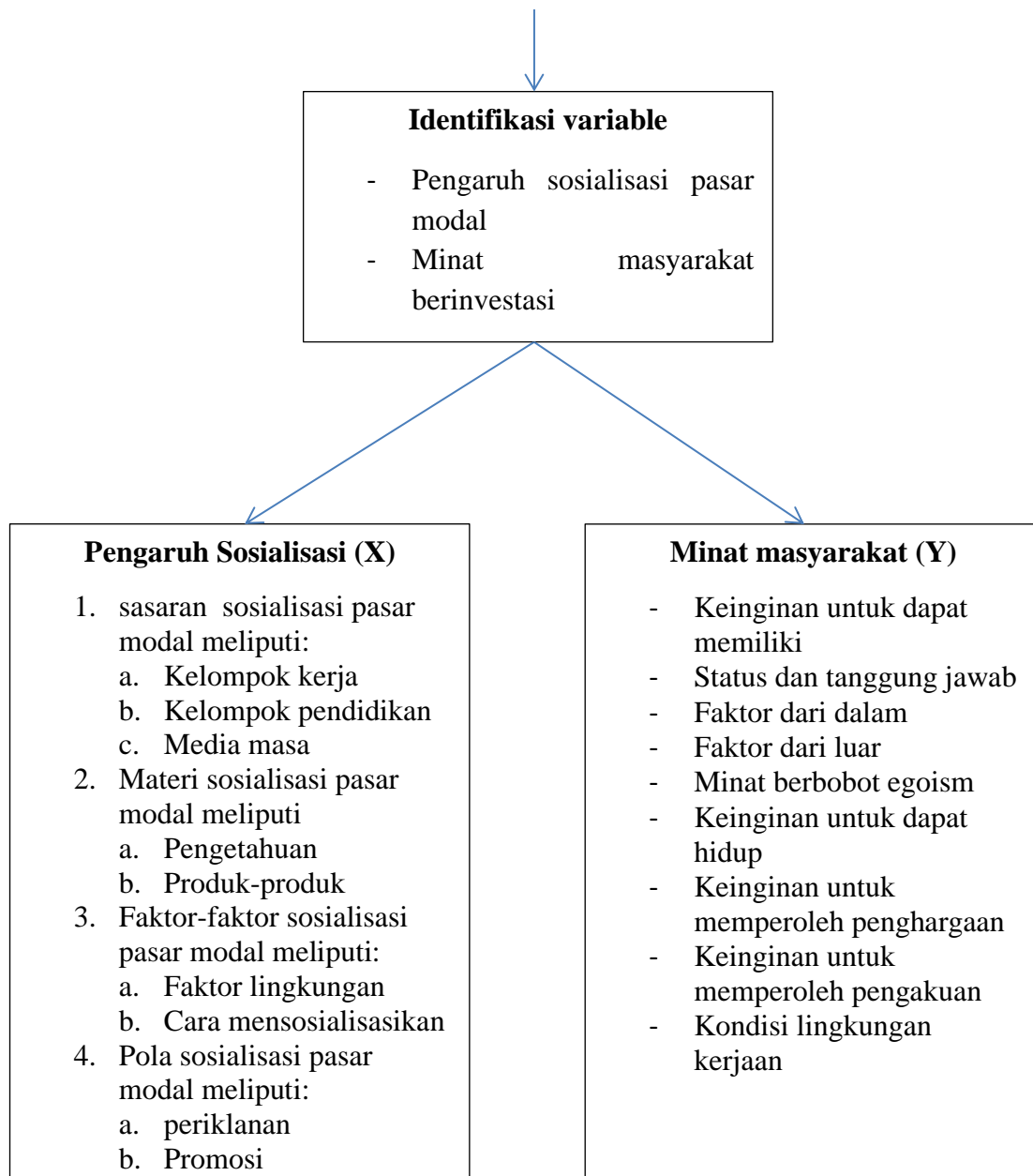
**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran**

**Identifikasi Masalah:**

Bagaimana pengaruh sosialisasi pasar modal syariah terhadap minat masyarakat berinvestasi di pasar modal syariah

---

<sup>82</sup> Diharja, *Minat Investasi*, (Yogyakarta, Gramedia, Pustaka Utama, 2010), h. 23



### **BAB III**

#### **GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN**

##### **A. Aspek Demografi Objek Kajian**

###### **i. Sejarah Desa Tebat Tenong Luar**

Pada tahun 1943, ada rombongan Sembilan orang dari Desa Tebat Tenong Dalam pergi ke Desa Tebat Tenong Luar (“nama desa yang sekarang”), dengan maksud membentuk desa baru yang pada masa itu dipimpin langsung oleh Bapak Husein (orang selatan) sekaligus menjabat sebagai Kepala Desa pertama desa Tebat Tenong Luar. Semasa hidupnya beliau terkenal dengan pemimpin yang pemikirannya tidak ceroboh dan pemikiran beliau benar-benar matang.

Mengapa beliau berinisiatif untuk membentuk desa yang baru ? karena ingin mempermudah warga desa untuk mengakses dalam bertransaksi, penyebabnya pada masa itu akses jalan yang disediakan ataupun dirasakan di Desa Tebat Tenong Dalam masih tergolong susah, dalam artian bisa menimbulkan resiko dengan akses jalan yang curam dan banyaknya tanjakan itupun jalan belum ada aspal, untuk transportasi itu tidak ada sama sekali, jarak tempuh dari desa untuk berniaga yang masyarakatnya banyak petani penghasil kopi dan padi itu memakan waktu” kurang lebih Delapan jam” untuk sampai ke Curup (lokasi tujuan), masyarakat Desa Tebat Tenong Dalam berniaga itu masih

menggunakan alat tradisional yaitu yang kita kenal dengan istilah nama “Bronang”.

Karena Bapak Husein tidak ingin melihat masyarakatnya terlalu memegang erat resiko dalam berniaga, beliau kemudian memutuskan untuk mencari lokasi yang lebih strategis untuk mempermudah mengakses dalam perniagaan dan tidak memakan waktu yang lebih banyak serta jalan yang tidak terlalu berbahaya untuk dilewati. Banyak rintangan yang harus beliau hadapi salah satunya berhadapan langsung dengan orang yang mempunyai tanah dan kelompok tani Suku Rejang.. Untuk mendapatkan tanah yang di inginkan untuk membentuk Desa, beliau harus memenuhi persyaratan yaitu: pihak yang mempunyai tanah (Orang Utara) akan memberikan tanah tersebut jika, tenaga masyarakatnya digunakan untuk menebas sawah milik orang utara tadi dengan imbalan diberikan tanah. Untuk memenuhi persyaratan tersebut kepala desa mau tidak mau harus mengajak masyarakat Desa Tebat Tenong Dalam untuk menebas sawah milik orang utara tadi, demi menggapai tujuan pembentukan Desa Baru.

Bapak Husein harus berhadapan dengan kelompok tani orang Rejang (belum ada pembentukan desa), yang pada saat itu orang yang menginjakkan kaki ke daerah tersebut adalah orang Rejang. Akan tetapi dengan permintaan beliau untuk membentuk desa baru dan dengan maksud saling merangkul karena mayoritas Masyarakat Desa Tebat Tenong Dalam adalah orang Selatan Dusun Air Keruh.

Sesudah Bapak Husein memenuhi persyaratan tersebut Bapak Husein, harus memikul beban lagi dengan masyarakatnya yaitu membuat jalan setapak, membuat tempat tinggal untuk melindungi diri dari hewan buas, dan melakukan pernikahan dengan Suku Rejang karena sesuai dengan perjanjian tadi yaitu kedua suku akan saling merangkul untuk pembentukan Desa Baru.

Seusai Desa Berdiri dengan nama resmi nya yaitu: Desa Tebat Tenong Luar dibangunlah rumah yang pada akhirnya setelah menjabat dan sebagai pelopor pembangunan desa yang baru akhirnya pada tahun 1958 Bapak Husein mengundurkan diri sebagai Kepala Desa, dan digantikan kepada Bapak Umar yaitu anak dari Bapak Husein

Dari Bapak Husein itu sendiri “anak sulung”, semasa jabatannya yang kurang lebih hanya menjabat Dua tahun Bapak Umar memberi julukan desa tersebut disebut Desa Talang Seraway untuk mendedikasikan orang Selatan sebagai pelopor pendirian desa dan sekaligus nama lain dari desa tersebut, sesudah Dua tahun menjabat sebagai Kepala Desa, Bapak Umar mengundurkan diri sebagai Kepala Desa dan digantikan dengan adik kandungnya sendiri yaitu Bapak Muktar, beliau sebagai Kepala Desa menjabat paling lama yaitu hampir Empat periode (18 tahun) untuk memajukan Desa tersebut itu sangat sulit tidak gampang, mengapa demikian? karena menjadi Kepala Desa itu tidak sembarang orang dan harus memiliki dasar-dasar kepemimpinan yang paham dan mengerti, mengetahui pengambilan keputusan yang tepat dan

harus memberi aturan agar warga Desa Tebat Tenong Luar tidak berbuat semenah-menah, di Desa Tebat Tenong luar ada 12 Kepala Desa yang terhitung.

Dari wawancara kepada Bapak Muktar, untuk Kepala Desa dari tahun 1943-1998 itu tidak ada gaji pokok (belum ada) karena pada masa itu menjadi Kades sangat gampang tinggal mempelajari dasar-dasar kepemimpinan dan siap memegang amanah maupun tanggung jawab dan belum ada sistem pemilihan lewat pemungutan suara. Sejak tahun 1999 sampai sekarang ada regulasi baru yang ditetapkan oleh pemerintah untuk Kepala Desa mendapatkan gaji pokok.

## ii. Tingkat Pendidikan di Desa Tebat Tenong Luar

**Table 3.3**  
**Pendidikan Penduduk Desa Tebat Tenong Luar**

No	Pendidikan	Jumlah Jiwa	%
1	Tidak Sekolah	99 Jiwa	13,5 %
2	SD	38 Jiwa	5,1 %
3	SMP	48 Jiwa	6,5 %
4	SMA	100 Jiwa	13,6 %
5	S1-S3	17 Jiwa	2,3 %
	Jumlah	302 Jiwa	41 %

*Sumber: Data Desa Tebat Tenong Luar Tahun 2019*

### iii. Kondisi Perekonomian di Desa Tebat Tenong Luar

**Tabel 3.4**  
**Keadaan Perekonomian Desa Tebat Tenong Luar**

No	Jenis Pekerjaan	Persentase	%
1	Pertanian	138 orang	18,8 %
2	PNS/Polisi/TNI	5 orang	0,68 %
3	Pedagang	6 orang	0,82 %
4	Honorar Kontrak	8 orang	1%
5	Peternak	20 orang	2,7%
6	Jasa/ Keterampilan	1 orang	0,1 %
	Jumlah	178 orang	24,1 %

*Sumber: Data Desa Tebat Tenong Luar Tahun 2019*

### iv. Letak Geografis Desa Tebat Tenong Luar

Ditinjau dari letak geografisnya, Desa Tebat Tenong Luar Memiliki batas-batas

1. Sebelah Utara : Berbatasan dengan Hutan Lindung
2. Sebelah Selatan : Berbatasan dengan Perkebunan dan sawah
3. Sebelah Barat : Berbatasan dengan Bangun Jaya
4. Sebelah Timur : Berbatasan dengan Pal 8

Desa Tebat Tenong Luar mempunyai wilayah yang cukup luas untuk dijadikan sebuah Desa. Agar lebih mempermudah dalam melaksanakan kegiatan kemasyarakatan maka Desa Tebat Tenong Luar



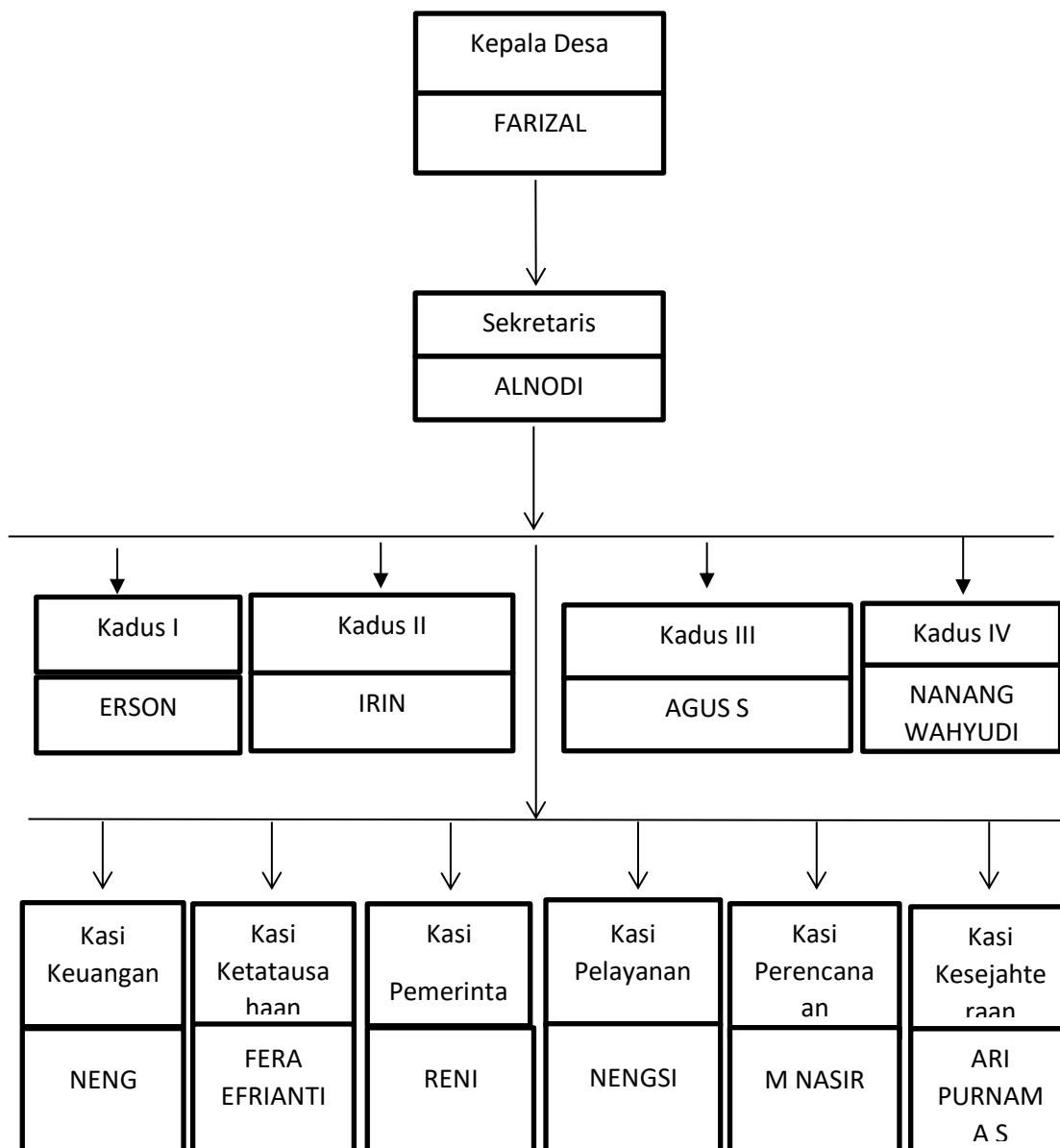
dibagi menjadi Empat Dusun yaitu: Dusun I, Dusun II, Dusun III dan Dusun IV yang di ketuai oleh masing-masing Kadus I, Kadus II, Kadus III dan Kadus IV

## **5. Letak Demografis Desa Tebat Tenong Luar**

Data-data potensi Desa

1. Luas Wilayah  $\pm$ ...584 Ha
2. Perkebunan  $\pm$ ... 184 Ha
3. Persawahan dan Kampung  $\pm$ ... 400 Ha
4. Sarana prasarana yang ada :
  - a. Masjid
  - b. SD
  - c. Balai Desa
  - d. PAUD
  - e. Musholla
  - f. TPU
  - g. Lapangan Volly

## 6. Struktur Desa Tebat Tenong Luar



Sumber: Data Desa Tebat Tenong Luar Tahun 2019

Keterangan :

1. Kepala Desa, berkedudukan sebagai Kepala Pemerintahan Desa yang memimpin penyelenggaraan Pemerintahan Desa. Kepala Desa bertugas menyelenggarakan Pemerintahan Desa, melaksanakan pembangunan, pembinaan kemasyarakatan, dan pemberdayaan masyarakat.
2. Sekretaris, Desa berkedudukan sebagai unsur pimpinan Sekretaris Desa. Sekretaris Desa bertugas membantu Kepala Desa dalam bidang administrasi pemerintahan.
3. Kepala Dusun, bertugas membantu Kepala Desa dalam pelaksanaan tugasnya di wilayahnya untuk melaksanakan tugasnya, maka Kepala Dusun memiliki fungsi: Pembinaan ketenteraman dan ketertiban, pelaksanaan upaya perlindungan masyarakat, mobilitas kependudukan, dan penataan dan pengolaan wilayah.
4. Kepala Seksi Keuangan, bertugas untuk menyusun rencana Anggaran Kas Desa (RAK Desa) melakukan penatausahaan yang meliputi menerima/menyimpan, menyetorkan/membayar, menatausahakan dan mempertanggung jawabkan penerimaan pendapatan Desa dan pengeluaran dalam rangka pelaksanaan APBDes.
5. Kepala Seksi Ketatausaan, berkedudukan sebagai unsur staf sekretariat. Kepala Seksi Ketatausaan bertugas membantu Sekretaris Desa dalam urusan pelayanan administrasi pendukung pelaksanaan tugas-tugas pemerintahan. Melaksanakan tugas-tugas kedinasan lain yang diberikan oleh atasan.

6. Kepala Seksi Pemerintah, mempunyai fungsi melaksanakan manajemen tata praja Pemerintahan, menyusun rancangan regulasi desa, pembinaan masalah pertanahan, pembinaan ketentraman dan ketertiban, dan perlindungan masyarakat.
7. Kepala Seksi Pelayanan, memiliki fungsi melaksanakan penyuluhan dan motivasi terhadap pelaksanaan hak dan kewajiban masyarakat. Meningkatkan upaya partisipasi masyarakat dan ketenagakerjaan.
8. Kepala Seksi Perencanaan, memiliki fungsi mengkoordinasikan urusan perencanaan seperti: menginventarisir data-data dalam rangka pembangunan, menyusun rencana anggaran pendapatan dan belanja desa.
9. Kepala Seksi Kesejahteraan, mempunyai fungsi melaksanakan pembangunan sarana prasarana perdesaan, pembangunan bidang pendidikan, kesehatan, dan tugas sosialisasi serta motivasi masyarakat dibidang budaya, ekonomi, politik, lingkungan hidup, pemberdayaan keluarga, pemuda, olahraga, dan karang taruna.

## 7. Sarana dan Perasaranan di Desa Tebat Tenong Luar

Table 3.5

### Sarana dan Perasaranan di Desa Tebat Tenong Luar

No	Prasarana	Jumlah (Unit)	Keterangan
1.	Balai Desa	1 Unit	Ada
2.	PAUD	1 Unit	Ada
3.	SD	1 Unit	Ada
4.	Masjid	1 Unit	Ada
5	Musholla	1 Unit	Ada
6	Lapangan Volly	1 Unit	Ada
7	TPU	1 Unit	Ada
	Jumlah	7 unit	

*Sumber: Data Desa Tebat Tenong Luar Tahun 2019*

## B. Profil Responden

### 1. Kepadatan Penduduk

Desa Tebat Tenong Luar mempunyai jumlah penduduk 713 jiwa, yang terdiri dari laki-laki: 363 jiwa dan perempuan: 350 jiwa dan 241 KK yang terbagi dalam (4) wilayah dusun.

**a. Golongan Umur penduduk**

**Tabel 3.6**  
**Golongan Umur Penduduk Desa Tebat Tenong Luar**

No	Golongan Umur	Jumlah Jiwa	%
1	0-5 Tahun	50 orang	7,01 %
2	6-17 Tahun	42 orang	5,8 %
3	18-25 Tahun	200 orang	28 %
4	26 Seterusnya	421 oarang	57,59
	Jumlah	731 orang	100 %

*Sumber: Data Desa Tebat Tenong Luar Tahun 2019*

**b. Perkumpulan dan Organisasi Kemasyarakatan**

**Table 3.7**  
**Perkumpulan dan Organisasi Kemasyarakatan Desa Tebat Tenong Luar**

No	Jenis Organisasi	Keterangan
1	RISMA	Ada
2	POSYANDU	Ada
3	Karang Taruna	Ada
4	TPA	Ada
5	Pengajian Bapak-bapak	Ada
6	Sarafal Anam	Ada

*Sumber: Data Desa Tebat Tenong Luar Tahun 2019*

### **c. Agama dan Kultur Budaya Masyarakat**

Untuk Agama yang dianut oleh masyarakat Desa Tebat Tenong Luar adalah Agama Islam, dan telah di prediksi sebelumnya bahwa penduduk Desa Tebat Tenong Luar mayoritas bahasanya menggunakan bahasa Selatan, Jawa dan Rejang, namun lebih di dominasi oleh suku Selatan.

**BAB IV**  
**HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS**

**A. Hasil Penelitian**

Dibawah ini adalah hasil penelitian dan analisi yang dilakukan oleh peneliti sebagai berikut:

**1. Karakteristik Responden**

Pada penelitian ini jumlah responden sebanyak 30 orang, responden yang diambil oleh peneliti yaitu masyarakat yang mengikuti sosialisasi Pasar Modal Syariah dengan pemateri Bayu Saputra dari pihak Bursa Efek Indonesia (BEI) yang diselenggarakan oleh mahasiswa KKN IAIN Curup Kelompok 11 Desa Tebat Tenong Luar . Berikut ini profil responden yang dilakukan berdasarkan jenis kelamin sebagai berikut:

**Tabel 4.8**  
**Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Pria	20	66.7	66.7	66.7
Valid Wanita	10	33.3	33.3	100.0
Total	30	100.0	100.0	

*Sumber : Data primer yang diolah, 2020*

Pada tabel 4.8 di atas bahwa profil responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa jenis kelamin pria sebanyak 20 orang atau 66,7% sedangkan untuk jenis kelamin wanita sebanyak 10 orang atau 33,3% dari total keseluruhan sampel yaitu sebanyak 30 orang.



**Tabel 4.9**  
**Profil Responden berdasarkan Umur**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 15-25 Tahun	8	26.7	26.7	26.7
26-35 Tahun	13	43.3	43.3	70.0
36-45 Tahun	9	30.0	30.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

*Sumber : Data primer yang diolah, 2020*

Pada tabel 4.9 di atas menyatakan bahwa profil responden berdasarkan umur menunjukkan bahwa umur responden terbagi menjadi tiga tingkatan usia, yaitu usia 15-25 tahun sebanyak 8 orang atau 26.7%, usia 26-35 Tahun sebanyak 13 orang atau 43,3%, dan usia 36-45 Tahun sebanyak 9 orang atau sebesar 30% dan bisa disimpulkan bahwa responden berusia 26-35 Tahun merupakan responden yang paling banyak yaitu sebanyak 13 orang dari 30 sampel.

**Tabel 4.10**  
**Profil Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SMP/ sederajat	7	23.3	23.3	23.3
SMU/SMK/MAN Sederajat	22	73.3	73.3	96.7
Diploma I /Diploma III	1	3.3	3.3	100.0
Total	30	100.0	100.0	

*Sumber : Data primer yang diolah, 2020*

Pada Tabel 4.10 di atas yakni profil responden berdasarkan Pendidikan terakhir menunjukkan bahwa sebanyak 7 orang memiliki pendidikan terakhir SMP/Sederajat Sederajat atau sebesar 23,3%, sedangkan 22 orang lainnya memiliki pendidikan terakhir yaitu SMA/SMK/MAN sederajat atau sebesar 73,3%, sedangkan 1 orang lainnya memiliki pendidikan terakhir Diploma I/Diploma III atau sebesar 3,3%. Jadi dapat disimpulkan pada tabel 4.3 di atas bahwa mayoritas masyarakat yang mengikuti sosialisasi Pasar Modal Syariah memiliki latar belakang pendidikan terakhir SMU/SMK/MAN sederajat sebesar 73,3% atau sebanyak 22 orang dari 30 orang sampel.

**Tabel 4.11**  
**Profil Responden berdasarkan Pekerjaan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Karyawan BUMN/Swasta	3	10.0	10.0	10.0
Wiraswasta	6	20.0	20.0	30.0
Valid Pelajar/Mahasiswa	6	20.0	20.0	50.0
Petani	15	50.0	50.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

*Sumber : Data primer yang diolah, 2020*

Pada tabel 4.11 di atas menunjukkan dari 30 sampel responden masyarakat yang mengikuti sosialisasi Pasar Modal Syariah memiliki status pekerjaan, yaitu: berstatus sebagai Karyawan BUMN/Swasta sebanyak 3 orang atau 10%, berstatus Wiraswasta sebanyak 6 orang atau 20%, berstatus Pelajar/Mahasiswa sebanyak 6 orang atau 20%, berstatus Petani 15 orang atau 50% dan dapat disimpulkan pada tabel 4.4, masyarakat yang mengikuti

sosialisasi Pasar Modal Syariah paling banyak memiliki pekerjaan sebagai petani sebanyak 50% atau sebanyak 15 orang dari 30 orang sampel.

**Tabel 4.12**  
**Profil Responden berdasarkan Pendapatan/Uang Saku**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<Rp.1.000.000	3	10.0	12.5	12.5
Valid Rp 1.000.000 s.d 2.500.000	15	50.0	50.0	62.5
Rp 2.500.000 s.d 5.000.000	12	40.0	37.5	100.0
Total	30	100.0	100.0	

*Sumber : Data primer yang diolah, 2020*

Pada tabel 4.12 di atas menunjukkan bahwa 3 orang memiliki pendapatan/uang saku selama satu bulan yaitu < Rp. 1.000.000 atau sebesar 10%, sebanyak 15 orang memiliki pendapatan/uang saku sebesar Rp. 1.000.000 s.d Rp. 2.500.000 atau sebesar 50%, sebanyak 9 orang memiliki pendapatan/uang saku sebesar Rp.2.500.001 s.d 5.000.000 atau sebesar 40%.

## **B. Pengaruh Sosialisasi terhadap Minat Masyarakat Berinvestasi**

### **1. Gambaran Pengaruh Sosialisasi Pasar Modal**

Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan jumlah responden sebanyak 30 orang. Untuk mengetahui pengaruh sosialisasi Pasar Modal Syariah sebagai berikut:

Tabel 4.13

## Distribusi frekuensi Pengarus Sosialisasi Pasar Modal Syariah

<b>X</b>	<b>F</b>	<b>fX</b>	<b>x<sup>2</sup></b>	<b>F x<sup>2</sup></b>
31	2	62	961	1922
32	1	32	1024	1024
33	5	165	1089	5445
34	7	238	1156	8092
35	4	140	1225	4900
36	7	252	1296	9072
37	1	37	1369	1369
38	2	76	1444	2888
40	1	40	1600	1600
Jumlah	30	1042	11164	36312

Sumber: Data Primer Yang Diolah, 2020

Keterangan:

X = Skor masing-masing responden

f = Frekuensi skor responden

fX = Jumlah skor responden

Dari langkah-langkah diatas untuk mengetahui tingkatannya dapat dicari dengan langkah-langkah berikut:

**(a) Mencari Mean**

$$M = \frac{\sum fx}{N}$$

M = Mean/ Rata-rata yang dicari

$\sum fx$  = Jumlah dari hasil perkalian antara *midpoint* dari masing-masing interval dengan frekuensi

N = *Number of cases* (banyaknya subjek yang diteliti)

$$M = \frac{1042}{30} = 34,7 = 35 \text{ (Dibulatkan)}$$

**(b) Mencari Standar Deviasi**

$$SD = \sqrt{\frac{\sum fx^2}{N}}$$

$$= \sqrt{\frac{36312}{30}} = \sqrt{\frac{190.55}{30}} = 6,3519026 = 6,4 \text{ (dibulatkan)}$$

Setelah diketahui Mean = 35 dan nilai Standar Deviasi = 6,4 maka langkah selanjutnya adalah menentukan tingkat indikator dari Pengaruh sosialisasi Pasar Modal Syariah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Sangat setuju} &= M + 1.SD \\ &= 35 + 1 (6,4) \\ &= 41,4 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Setuju} &= M + 0,5.SD \\ &= 35 + 0,5(6,4) \\ &= 38,2\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Ragu-ragu} &= M - 0.SD \\ &= 35 - 0(6,4) \\ &= 35\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Tidak setuju} &= M - 0,5.SD \\ &= 35 - 0,5(6,4) \\ &= 31,8\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Sangat tidak setuju} &= M - 1.SD \\ &= 35 - 1(6,4) \\ &= 28,6\end{aligned}$$

Berdasarkan dari hasil diatas maka tingkat kriteria untuk mengukur indikator pengaruh sosialisasi Pasar Modal Syariah dapat dilihat pada tabel dibawah ini

**Tabel 4.14**  
**Kriteria Indikator Pengaruh Sosialisasi Pasar Modal Syariah**

<b>Interval</b>	<b>Kriteria</b>
38,3 - 41,4	Sangat Setuju
36 - 38,2	Setuju
32 – 35	Ragu-Ragu
29 – 31,8	Tidak Setuju
< 28,6	Sangat Tidak Setuju

*Sumber: Data Primer Yang Diolah, 2020*

Dari kriteria indikator pengaruh sosialisasi Pasar Modal Syariah, maka dapat diketahui gambaran per indikator sebagai berikut:

**Tabel 4.15**  
**Gambaran Indikator Pengaruh Sosialisasi Pasar Modal Syariah**

<b>No Responden</b>	<b>Jumlah Skor</b>	<b>Kategori</b>
1	36	Setuju
2	38	Setuju
3	33	Ragu-Ragu
4	36	Setuju
5	36	Setuju
6	34	Ragu-Ragu
7	35	Ragu-Ragu
8	33	Ragu-Ragu
9	33	Ragu-Ragu
10	38	Setuju
11	36	Setuju

12	36	Setuju
13	34	Ragu-Ragu
14	37	Setuju
15	34	Ragu-Ragu
16	36	Setuju
17	32	Ragu-Ragu
18	35	Ragu-Ragu
19	33	Ragu-Ragu
20	31	Tidak Setuju
21	34	Ragu-Ragu
22	34	Ragu-Ragu
23	36	Setuju
24	35	Ragu-Ragu
25	35	Ragu-Ragu
26	34	Ragu-Ragu
27	31	Tidak Setuju
28	33	Ragu-Ragu
29	34	Ragu-Ragu
30	40	Sangat Setuju

Sumber: Data Primer Yang Diolah, 2020

**Tabel 4.16**  
**Persentase Indikator Pengaruh Sosialisai Pasar Modal**

No	Interval	F	%	Kategori
1	39 - 41,4	1	3	Sangat Setuju
2	36 - 38,2	10	33	Setuju
3	32 - 35	17	57	Ragu-Ragu



4	29 - 31,8	2	7	Tidak Setuju
5	< 28,6	0	0	Sangat Tidak Setuju
Jumlah		30	100	

Sumber: Data Primer Yang Diolah, 2020

Berdasarkan data diatas maka dapat diketahui sebanyak 1 orang masyarakat (3%) sangat setuju, 10 orang masyarakat (33%) setuju, ragu-ragu 17 orang masyarakat (57%), tidak setuju 2 orang masyarakat (7%), dan sangat tidak setuju masyarakat yang memilih sangat tidak setuju

## 2. Minat masyarakat Berinvestasi Di Pasar Modal Syariah

**Table 4.17**

### **Distribusi Frekuensi Minat Masyarakat Berinvestasi**

<b>X</b>	<b>F</b>	<b>fY</b>	<b><math>x^2</math></b>	<b>F</b>
25	1	25	625	625
29	2	58	841	1682
30	1	30	900	900
31	2	62	961	1922
32	2	64	1024	2048
33	7	231	1089	7623
34	1	34	1156	1156
35	4	140	1225	4900
36	6	216	1296	7776
37	1	37	1369	1369
38	3	114	1444	4332

Jumlah	30	1011	11930	34333
--------	----	------	-------	-------

Keterangan :

$X$  = Skor masing-masing responden

$f$  = Frekuensi skor responden

$fx$  = Jumlah skor responden

Dari langkah-langkah diatas untuk mengetahui tingkatannya dapat dicari dengan langkah-langkah berikut:

**(a) Mencari Mean**

$$M = \frac{\sum fy}{N}$$

$M$  = Mean/ Rata-rata yang dicari

$\sum fx$  = Jumlah dari hasil perkalian antara *midpoint* dari masing-masing interval dengan frekuensi

$N$  = *Number of cases* (banyaknya subjek yang diteliti)

$$M = \frac{1011}{30} = 33,7 = 34 \text{ (dibulatkan)}$$

**(b) Mencari Standar Deviasi**

$$SD = \sqrt{\frac{\sum fy^2}{N}}$$

$$= \sqrt{\frac{34333}{30}} = \sqrt{\frac{1144,43}{30}} = 6,17638873 = 6,2 \text{ (dibulatkan)}$$

Setelah diketahui Mean = 34 dan nilai Standar Deviasi = 6,2 maka langkah selanjutnya adalah menentukan tingkat indikator dari Minat Masyarakat berinvestasi sebagai berikut:

$$\begin{aligned}\text{Sangat setuju} &= M + 1.SD \\ &= 34 + 1 (6,2) \\ &= 40,2\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Setuju} &= M + 0,5.SD \\ &= 34 + 0,5 (6,2) \\ &= 37,1\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Ragu-ragu} &= M - 0.SD \\ &= 34 - 0 (6,2) \\ &= 34\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Tidak setuju} &= M - 0,5. SD \\ &= 34 - 0,5 (6,2) \\ &= 30,9\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Sangat tidak setuju} &= M - 1. SD \\ &= 34 - 1 (6,2) \\ &= 27,8\end{aligned}$$

Berdasarkan dari hasil diatas maka tingkat kriteria untuk mengukur indikator minat masyarakat berinvestasi dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.18**  
**Kriteria indikator minat masyarakat berinvestasi**

Interval	Kriteria
38 - 40,2	Sangat Setuju
35 - 37,1	Setuju
31 – 34	Ragu-ragu
28 - 30,9	Tidak setuju
< 27,8	Sangat tidak setuju

*Sumber: Data Primer Yang Diolah, 2020*

Dari kriteria indikator minat masyarakat berinvestasi, maka dapat diketahui gambaran per indikator sebagai berikut:

**Tabel 4.19**  
**Gambaran Indikator Minat Masyarakat**

No Responden	Jumlah Skor	Kategori
1	38	Sangat Setuju
2	38	Sangat Setuju
3	36	Sangat Setuju
4	35	Setuju
5	29	Tidak Setuju
6	31	Ragu-Ragu
7	25	Tidak Setuju
8	33	Ragu-Ragu

9	34	Setuju
10	33	Ragu-Ragu
11	33	Ragu-Ragu
12	36	Setuju
13	36	Setuju
14	32	Ragu-Ragu
15	35	Setuju
16	31	Ragu-Ragu
17	35	Setuju
18	32	Ragu-Ragu
19	29	Tidak Setuju
20	30	Tidak Setuju
21	33	Ragu-Ragu
22	35	Setuju
23	38	Sangat Setuju
24	36	Setuju
25	37	Setuju
26	36	Setuju
27	33	Ragu-Ragu
28	33	Ragu-Ragu
29	33	Ragu-Ragu
30	36	Setuju

*Sumber: Data Primer Yang Diolah, 2020*

**Gambar 4.20**  
**Persentase Indikator Pengaruh Sosialisai Pasar Modal**

No	Interval	F	%	Kategori
1	38 - 40,2	4	13	Sangat setuju
2	35 - 37,1	11	37	Setuju
3	31 - 34	11	37	Ragu-ragu
4	28 - 30,9	4	13	Tidak setuju
5	< 27,8	0	0	Sangat tidak setuju
Jumlah		30	100	

*Sumber: Data Primer Yang Diolah, 2020*

Berdasarkan data diatas maka dapat diketahui sebanyak 4 orang masyarakat (13%) sangat setuju, 11 orang masyarakat (37%) setuju, ragu-ragu 11 orang masyarakat (37%), tidak setuju 4 orang masyarakat (13%), dan tidak ada masyarakat yang memilih tidak setuju.

Dari Presentase yang diperoleh dari data di atas maka disimpulkan bahwa **Setuju dan Ragu-Ragu** seimbang dengan alasan karena masyarakat berminat tetapi ada juga yang masih ragu-ragu untuk berinvestasi di Pasar Modal Syariah.

Pengaruh yang cukup besar presentasinya yaitu berminat 37% atau 11 orang masyarakat tetapi masih ada juga masyarakat Tebat Tenong Luar yang ragu untuk berinvestasi di Pasar Modal Syariah dengan alasan banyak yang belum memahami.

## 2. Uji Asumsi Klasik ( Uji Kualitas Data)

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas mempunyai distribusi normal atau tidak. Cara yang dapat digunakan untuk menguji kenormalan data adalah dengan menggunakan analisis *parametric shapiro-wilk*. Jika nilai signifikansi  $>0,05$  maka nilai residual berdistribusi normal, tetapi jika nilai signifikansinya  $<0,05$  maka nilai residual tidak berdistribusi normal. Berikut hasil uji *Shapiro-wilk*:

**Tabel 4.21**  
**Uji Normalitas**

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	Df	Sig.
Pengaruh Soialisasi	.141	30	.133	.960	30	.302
Minat Masyarakat	.141	30	.130	.936	30	.073

a. Lilliefors Significance Correction

Sumber: data primer diolah, 2020

Dari hasil uji normalitas menggunakan metode *Shapiro-wilk*, didapatkan hasil signifikansi dari uji normalitas Pengaruh Sosialisasi (X) sebesar 0,302 dan Minat Masyarakat (Y) sebesar 0,073, dimana hasil tersebut lebih besar dari taraf signifikansi 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa uji normalitas pada penelitian ini terdistribusi normal.

### b. Uji Validitas

Uji Validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana ketepatan atau kevalidan semua alat ukur kuesioner (angket). Indikator dikatakan valid jika  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$ . Pada penelitian ini menggunakan sampel ( $n$ ) = 30 dan besarnya  $df$  dapat dihitung  $df = 30 - 2 = 28$ . Maka  $df = 28$  dengan tingkat kesalahan 5% didapat  $r_{tabel} = 0,3610$ . Berikut ini pengujian validitas pada variabel X pengaruh (X) yang dihitung dengan menggunakan SPSS versi 20.0.

**Tabel 4.22**  
**Validitas Pengaruh Sosialisasi (X)**

Nomor Item	<i>Corrected Item-Total Corelation</i>	r tabel	Keterangan
X1	0,416	0,3610	Valid
X2	0,416	0,3610	Valid
X3	0,454	0,3610	Valid
X4	0,454	0,3610	Valid
X5	0,454	0,3610	Valid
X6	0,394	0,3610	Valid
X7	0,427	0,3610	Valid
X8	0,427	0,3610	Valid
X9	0,544	0,3610	Valid
X10	0,497	0,3610	Valid

*Sumber: data primer yang diolah, 2020*



Berdasarkan tabel 4.22 validitas variabel pengaruh sosialisasi dapat diketahui bahwa ada 10 item yang valid, 10 item tersebut dianggap valid karena masing-masing item tersebut memiliki  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (0,3610)

**Tabel 4.23**

**Validitas Variabel Minat Masyarakat Berinvestasi (Y)**

<b>Nomor Item</b>	<b><i>Corrected Item-Total Correlation</i></b>	<b>r tabel</b>	<b>Keterangan</b>
Y1	0,633	0,3610	Valid
Y2	0,633	0,3610	Valid
Y3	0,633	0,3610	Valid
Y4	0,633	0,3610	Valid
Y5	0,677	0,3610	Valid
Y6	0,670	0,3610	Valid
Y7	0,606	0,3610	Valid
Y8	0,633	0,3610	Valid
Y9	0,633	0,3610	Valid
Y10	0,681	0,3610	Valid
Y11	0,633	0,3610	Valid

*Sumber: Data Primer Yang Diolah, 2020*

Berdasarkan tabel 4.23 validitas variabel pengaruh sosialisasi dapat diketahui bahwa ada 11 item yang valid, 11 item tersebut

dianggap valid karena masing-masing item tersebut memiliki  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (0,3610)

### c. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan ketetapan atau dapat dipercaya. Artinya, uji reliabilitas digunakan untuk mengukur kuesioner yang digunakan dalam penelitian tersebut akan memberikan hasil yang sama meskipun dilakukan oleh siapa dan kapan saja. Untuk mengukur reliabilitas dengan menggunakan uji statistik adalah *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Suatu variabel dikatakan reliabel apabila memiliki *Chonbach Alpha* lebih dari 0,60 ( $>$ 0,60). Sebagaimana dapat dilihat dari tabel berikut:

**Tabel 4.24**

#### Hasil Uji Realibitas Variabel X dan Y

Variabel	<i>Cronnbach Alpa</i>	r table	Keterangan
Pengaruh sosialisasi (X)	0,607	0,60	Reliable
Minat masyarakat (Y)	0,659	0,60	Reliable

*Sumber : data primer yang diolah, 2020*

Dari tabel di atas berdasarkan yang dilakukan peneliti menunjukkan nilai menunjukkan nilai *cronbach alpha* masing-masing variabel memiliki nilai koefisien alpha di atas 0,60. Maka dapat dikatakan bahwa semua variabel dalam penelitian ini reliabel dan kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikatakan cukup baik.

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Uji Regresi Sederhana

Analisis Regresi Linear Sederhana dilakukan untuk mengetahui sejauh mana variabel berpengaruh terhadap variabel lainnya bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel independent (pengaruh sosialisasi) dan variabel dependent (minat masyarakat). Manfaat dari analisis regresi adalah untuk membuat keputusan apakah naik atau turunnya variabel dependen dapat dilakukan melalui peningkatan variabel independen atau tidak.

$$Y = a + bX$$

Adapun hasil penelitian dari regresi sederhana dapat dilihat dari tabel berikut :

**Tabel 4.25**  
**Regresi Linear Sederhana**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	7.103	1.718		4.134	.000
	X	.635	.062	.888	10.236	.000

a. Dependent Variable: Y

*Sumber: Data Primer Yang Diolah, 2020*

Berdasarkan tabel 4.25 dapat diperoleh nilai konstanta (a) dan nilai koefisien regresi (b) yang selanjutnya dapat dibentuk persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 7.103 + 0,635X$$

Hasil regresi menghasilkan garis regresi yang disimbolkan dengan (dibaca: Y topi atau Y cap), yang berfungsi sebagai Y perkiraan. Konstanta sebesar 7.103, mengandung arti bahwa nilai konsistensi variabel minat masyarakat berinvestasi (Y) sebesar 7.103, sedangkan koefisien X sebesar 0.635 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 % nilai minat masyarakat, maka minat masyarakat berinvestasi bertambah 0,635.

Koefisien regresi tersebut dapat dikatakan bahwa arah pengaruh X terhadap Y positif, yaitu jika pengaruh sosialisasi pasar modal syariah terhadap minat masyarakat berinvestasi meningkat maka ada pengaruh terhadap minat masyarakat berinvestasi, begitupun sebaliknya.

Berdasarkan nilai signifikansi: dari tabel Coefficients diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,00 < 0,05$  bahwa dapat disimpulkan variabel (X) berpengaruh Terhadap variabel (Y)

#### **a. Uji Koefisien Determinasi**

Koefisien Determinasi digunakan untuk melihat seberapa besar sumbangan variabel independen (X) secara serentak terhadap variabel dependen. Jika  $R^2$  sama dengan 0, maka tidak sedikitpun

presentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel bebas terhadap variabel terikat, sebaliknya jika sama dengan 1, maka presentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel bebas terhadap variabel terikat adalah sempurna.

menggunakan SPSS 20.0 terlihat pada tabel output berikut:

**Tabel 4.26**

**Tabel Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.888 <sup>a</sup>	.789	.782	1.802

a. Predictors: (Constant), X

*Sumber: Data Primer Yang Diolah, 2020*

Besar hubungan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) secara serentak yaitu 0,888. Jika nilai R mendekati 1 berarti hubungannya semakin kuat. Sebaliknya jika nilai R mendekati 0 maka hubungan yang terjadi semakin melemah. Maka bisa disimpulkan bahwa terjadinya hubungan semakin kuat antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) karena  $R = 0,888$  yang berarti mendekati 1.

Berdasarkan tabel di atas diperoleh angka  $R^2$  sebesar 0,789 atau 78,9%. Hal ini menunjukkan bahwa presentase sumbangan pengaruh variabel bebas (pengaruh sosialisasi Pasar Modal Syariah) terhadap variabel terikat (minat masyarakat berinvestasi) sebesar

78,9%. Sehingga sisanya 21,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan pada penelitian ini.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sosialisasi Pasar Modal Syariah berpengaruh terhadap minat masyarakat berinvestasi di Pasar Modal Syariah.

### **C. Analisis**

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti di Desa Tebat Tenong Luar, dengan cara menyebar angket kepada masyarakat yang mengikuti Sosialisasi Pasar Modal Syariah, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dengan adanya Sosialisasi Pasar Modal Syariah berpengaruh terhadap minat masyarakat berinvestasi di Pasar Modal Syariah hal itu dapat diketahui dari hasil angket yang diisi oleh 30 orang responden, ada beberapa hal yang membuat masyarakat di Desa Tebat Tenong Luar berminat untuk menginvestasikan uangnya di Pasar Modal Syariah yaitu:

*Pertama*, menurut masyarakat Desa Tebat Tenong Luar mereka berminat berinvestasi di Pasar Modal Syariah karena investasi di Pasar Modal Syariah sangat menguntungkan, di dalam keuntungan investasi di Pasar Modal Syariah bagi orang muslim, terutama keuntungan investasi sesuai dengan syariat Islam yaitu: bebas dari Riba, dalam agama Islam riba merupakan salah satu yang wajib dihindari, lebih pasti maksudnya mengikuti syariat investasi di Pasar Modal Syariah tidak gharar dan juga menguntungkan dalam hal urusan keuangan.

*Kedua*, masyarakat Desa Tebat Tenong Luar berminat berinvestasi di Pasar Modal Syariah karena adanya promosi dari pihak Bursa Efek Indonesia (BEI), di dalam hal ini maka dengan adanya promosi yang dilakukan oleh Bursa Efek Indonesia membuat masyarakat menjadi berminat untuk menginvestasikan uang di Pasar Modal Syariah, di harapkan kedepanya Bursa Efek Indonesia (BEI) hendaknya meningkatkan lagi aspek-aspek sosialisasi dan penanaman pengetahuan mengenai produk-produk yang ada di Pasar Modal Syariah, misalnya melaksanakan kembali sosialisasi Pasar Modal Syariah di Desa Tebat Tenong Luar, sehingga dapat meningkatkan minat masyarakat untuk berinvestasi di Pasar Modal Syariah.

*Ketiga*, dengan adanya sosialisasi Pasar Modal Syariah masyarakat di Desa Tebat Tenong Luar membuat masyarakat menjadi mengerti tentang perbedaan dari Pasar Modal Syariah dan Konvensional, di dalam investasi di saham syariah, obligasi syariah, dan reksadan syariah, lebih mengutamakan kehalalan dalam hal transaksi dan aset yang dimiliki tidak perlu susah-susah mencari dan memilih sendiri. Selain itu, produk investasi syariah saat ini juga sudah bias ditemukan dengan mudah, di dalam Pasar Modal Konvensional, emiten manapun bisa melakukan penjualan sahamnya di pasar modal tanpa memperhatikan status halal atau haram. Transaksi dan instrumen transaksi yang dilakukan juga memiliki bunga dan kemungkinan terjadinya transaksi yang spekulatif dan manipulatif juga sangat terbuka.

*Keempat*, dari sosialisasi Pasar Modal Syariah yang dilakukan oleh Bursa Efek Indonesia (BEI) membuat masyarakat Desa Tebat Tenong Luar menjadi mengerti tentang manfaat, harga serta keuntungan jika masyarakat menginvestasikan uangnya di Pasar Modal Syariah, ada beberapa manfaat jika kita menginvestasiakn uang ke Pasar Modal Syariah yaitu: memungkinkan percepatan pertumbuhan ekonomi dengan memberikan kesempatan bagi perusahaan untuk dapat memanfaatkan dana langsung dari masyarakat, menyediakan sumber pembiayaan bagi dunia usaha, memberikan sarana investasi bagi investor, dan menciptakan lapangan pekerjaan dengan profesi yang baik dan menarik.



## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

#### **A. Kesimpulan**

Hasil regresi menghasilkan garis regresi yang disimbolkan dengan (dibaca: Y topi atau Y cap), yang berfungsi sebagai Y perkiraan. Konstanta sebesar 7.103, mengandung arti bahwa nilai konsistensi variabel minat masyarakat berinvestasi (Y) sebesar 7.103, sedangkan koefisien X sebesar 0.635 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 % nilai minat masyarakat, maka minat masyarakat berinvestasi bertambah 0,635.

Koefisien regresi tersebut dapat dikatakan bahwa arah pengaruh X terhadap Y positif, yaitu jika pengaruh sosialisasi pasar modal syariah terhadap minat masyarakat berinvestasi meningkat maka ada pengaruh terhadap minat masyarakat berinvestasi, begitupun sebaliknya.

Diperoleh juga angka  $R^2$  sebesar 0,789 atau 78,9%. Hal ini menunjukkan bahwa presentase sumbangan pengaruh variabel bebas (pengaruh sosialisasi Pasar Modal Syariah) terhadap variabel terikat (minat masyarakat berinvestasi) sebesar 78,9%. Sehingga sisanya 21,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan pada penelitian ini.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sosialisasi Pasar Modal Syariah berpengaruh terhadap minat masyarakat berinvestasi di Pasar Modal Syariah

## **B. Saran**

### 1. Bagi Bursa Efek Indonesia (BEI)

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan kepada pihak Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk meningkatkan sosialisasi pasar modal Syariah ke desa-desa agar masyarakat desa mengetahui apa itu pasar modal syariah, serta dengan adanya sosialisasi tersebut dapat menemukan metode bagaimana mengajak masyarakat untuk menginvestasikan uangnya di pasar modal syariah dan memberikan edukasi secara langsung tentang praktisi membeli dan menjual saham secara langsung.

### 2. Bagi Galeri Investasi Syariah (GIS) IAIN Curup

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi lembaga Galeri Investasi Syariah (GIS) IAIN Curup untuk meningkatkan mutu dan kualitas yang di berikan sebagai suatu acuan agar banyak masyarakat berminat menjadi investor di Pasar Modal Syariah dan membuka akun saham melalui Galeri Investasi Syariah (GIS) IAIN Curup.

### 3. Bagi masyarakat Desa Tebat Tenong Luar

Diharapkan dengan adanya penelitian ini bisa menambah pengetahuan bagi masyarakat Desa Tebat Tenong luar tentang investasi syariah serta menambah referensi dan menambah ilmu pengetahuan mengenai Pasar Modal Syariah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an, *Surat Qs At-Taubah Ayat 34 Al-Qur'an dan Terjemahannya dengan Transliteras*, Semarang: PT. Karya Toha Putra, 1998.
- Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Prenada Media, 2004.
- Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syaiah*, Jakarta: Kencana, 2009.
- Ali Arifin, *Membaca Saham*, Yogyakarta: Salemba Empat, 2007.
- Amri, Khusnul, "*Pengaruh Keterampilan Guru Mengelola Kelas Menurut Persepsi Siswa Terhadap Minat Belajar Pkn Siswa di SMK Negeri 1 Bandar Lampung Tahun* ", Skripsi. Universitas Lampung, 2011.
- Bagong Suyanto, *Sosialisasi Teks Pengantar dan Terapan*, Jakarta: Kencana, 2006.
- Chras Pass dan bryan Lowes, *Kamus Lengkap Ekonomi, terj. Dictionary Of Economics*, Jakarta: Penerbit Erlangga. .
- Edi Sutrisno, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta: Kencana, 2012.
- Ema Zul Pajri dan Ratu Aprilia Senja, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Semarang: Aneka Ilmu, 2006.
- Esti Nofiani, "*Pembinaan Minat dan Bakat Anak Berkebutuhan Khusus (ABK) (Studi Deskriptif di Sekolah Dasar Inklusi)*", Skripsi. Universitas Muhammadiyah Purwokerto, 2015.
- Henry Simamora, *Manajemen Pemasaran Internasional Jilid II*, Jakarta: Salemba Empat, 2000.

Husnul Khotimah, *et al* “*Pengaruh Sosialisasi dan Pengetahuan Terhadap Minat Investor Pada Efek Syariah di Pasar Modal ( Survei Pada Nasabah PT Danareksa Sekuritas Cabang FE-UI Depok)*”, Politeknik Negeri: Jakarta .

<sup>1</sup> I. Hachisien, *Investasi Syariah di Pasar Modal: Menggagas Konsep dan Praktek Manajemen Portofolio Syariah*. Jakarta: Gramedia. Pustaka Utama, 2007.

Indah Yuliana, *Investasi Keuangan Syariah*, Yogyakarta: UIN Maliki Press, 2010.

Irwa Abdallah, *Pasar Modal Syariah*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kolompok Gramedia, 2018.

Jogiyanto Hartono, *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*, Yogyakarta: BPFE, 2015.

Jeni Susyanti, *Pengelolaan Lembaga Keuangan Syariah*, Malang: Kelompok Intrans Publishing, 2016.

John Downes dan Jordan Elliot Goodman, *Kamus Istilah Keuangan dan Investasi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2011.

Kartini Kartono, *Psikologi Umum*, Bandung: Bandar Maju, 1996.

Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta: PT Raja Grafindo, 2008.

Muhibbin Syah, *Psikologi Pendidikan*,. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009.

M. Ngalim Purwanto, *Psikologi Pendidikan*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 1990.

Mohamad Surya, *Psikologi Pembelajaran dan Pengajaran*, Bandung: Pustaka Bani Quraisy, 2004.

Nasution, Mustafa Edwin, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

- Otoritas Jasa Keuangan, *Master Plan Pasar Modal Indonesia 2010-2014* (Online).(<http://www.kemenkeu.go.id>, diakses 10 Maret 2015)
- Pardamean Lubis, “*Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Investasi di Indonesi,*” Jurnal. Universitas Sumatera Utara
- Ratnawati dan Rini Puspita Sari, *Psikologi Pendidikan*, Curup : Lp2 STAIN Curup, 2013
- Rizki Chaerul Pajar, *Pengaruh Motivasi Investasi dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal Pada Mahasiswa FE UNY*, Universitas Negeri Yogyakarta, 2017.
- Riduwan, *Metode dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian (Untuk Mahasiswa S-1, S-2, dan S-3) [Selanjutnya disebut Riduwan Metopen 1]*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Slameto, *Belajar dan Faktor yang Mempengaruhinya*, Jakarta: Rineka Cipta, 1987.
- Singgih Santoso, *SPSS: Mengolah Data Statistik Secara Profesional Versi 7.5*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2001.
- Siti Rahayu Haditono, *Psikologi Perkembangan*, Yogyakarta: Psikologi UGM, 1998. .
- Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian Edisi Revisi V*, Jakarta : Rineka Cipta, 2002.
- Sumartana dalam Santy Andriani, “*Minat Kerja Mahasiswa Program Studi Pendidikan Teknologi Agroindustri FPTK UPI.2013*”. Skripsi. Universitas Pendidikan Indonesia, 2013. .
- Super & Crites Dalam Ahmad Taufiqurrahman, “*Pengaruh Minat dan Intensitas Bimbingan Terhadap Prestasi Prakerin Siswa Kelas XI Kompetensi*

*Keahlian Teknik Audio Video SMK Negeri di Kabupaten Bantul Tahun Ajaran 2013/2014.*” Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta, 2014.

Sudaryono, *Metode Penelitian Pendidikan*, Jakarta : Prenadamedia Group, 2016.

Sutaryo, *Dasar-Dasar Sosialisasi*, Jakarta: Rajawali Press, 2004.

Sutrisno, *Manajemen Keuangan: Teori, Konsep dan Aplikasi*, Yogyakarta: Ekonisia, 2018.

Susanto, *Sosialisasi Pelayanan*, Malang: Universitas Kanjuruhan, 1992.

Tatang M. Amirin, *Menyusun Rencana Penelitian*, Jakarta: Rajawali, 1990.

Teguh Wahyono, *25 Model Analisis Statistik Dengan SPSS 17*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2009.

Tjipto Darmadji, *Pasar Modal di Indonesia*, Jakarta: Salemba Empat, 2000.

Tim Studi Analisa Efektifitas, *Penyebaran Informasi Dalam Rangka Sosialisasi Pasar Modal*, 2006.

Ulber Silalahi, *Metodologi Penelitian Sosial*, Bandung : Refika Aditana, 2012.

Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Baru, 2014.

Y.Sri Susilo dkk., *Bank dan Lembaga Keuangan Latin*, Jakarta: Salemba Empat, 2008.

L

A

M

P

I

R

A

N

**LAMPIRAN**  
**KUESIONER PENELITIAN**

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Sehubungan untuk memenuhi kelengkapan penyusunan skripsi, penulis bermaksud melakukan penelitian di Desa Tebat Tenong Luar dengan judul **“Pengaruh Sosialisasi Pasar Modal Syariah Terhadap Minat Masyarakat Berinvestasi ( Studi Kasus Desa Tebat Tenong Luar)”** maka dari itu penulis mengharapkan kesediaan bapak/ibu, saudara/i untuk mengisi kusioner ini sesuai dengan pendapat dan pengalaman yang dimiliki serta diharapkan dapat memberikan jawaban sejujur-jujurnya.

Atas ketersediaan dan pasrtisipasi dari bapak/ibu, saudara/I untuk mengisi kusioner ini penulis ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Hormat saya,

M Tommi Ramadan



## **PETUNJUK PENGISIAN**

1. Pilihlah salah satu jawaban pada masing-masing pertanyaan berikut ini dengan memberi tanda ceklis (√) pada setiap jawaban.
2. Pilihan tersebut hendaknya objektif sesuai dengan hati nurani anda.
3. Kuesioner ini dapat di gunakan secara optimal jika seluruh pertanyaan terjawab, oleh karena itu mohon di teliti kembali apakah semua pertanyaan sudah terjawab.

### **I. IDENTITAS RESPONDEN**

1. Nama :
2. Alamat :
3. Jenis Kelamin
  - a. Pria
  - b. Wanita
4. Umur
  - a. 15-25 tahun
  - b. 26-35 tahun
  - c. 36-45 tahun
  - c. 46-55 tahun
  - d. 56-65 tahun
  - f. lebih dari 65 tahun
5. Pendidikan Terakhir
  - a. Tidak sekolah
  - b. SD/MI sederajat
  - c. SMP/ sederajat
  - d. SMU/SMK/MAN sederajat
  - e. Diploma I/Diploma III
  - f. Sarjana (S1/DIV sederajat, S2, S3)
6. Pekerjaan
  - a. PNS/ABRI/Polisi
  - b. Karyawan BUMN/Swasta
  - c. Wiraswasta
  - d. Pensiunan
  - e. Pelajar/Mahasiswa
  - f. Petani
7. Pendapatan per bulan (*bagi yang sudah bekerja*)
  - a. < Rp. 1.000.000
  - b. Rp. 1.000.000 s.d 2.500.000
  - c. Rp. 2.500.000 s.d 5.000.000
  - d. Rp. 6.000.000 s.d 10.000.000
  - e. > Rp. 10.000.000

8. Uang saku perhari (*bagi yang belum bekerja/pelajar/mahasiswa*)
- a. < Rp. 5.000
  - b. Rp. 5.000 s.d 15.000
  - c. Rp. 15.000 s.d 30.000
  - d. Rp. 30.000 s.d 50.000
  - e. > Rp. 50.000

## II. PENGARUH SOSIALISASI PASAR MODAL SYARIAH TERHADAP MINAT MASYARAKAT BERINVESTASI

Cara menjawab soal di bawah ini mengenai pengaruh sosialisasi terhadap minat dan tingkat pengetahuan yaitu dengan memberi tanda benar (✓) pada kotak yang merupakan pendapat anda:

**Keterangan:**

SS = Sangat setuju	Skor = 5
S = Setuju	Skor = 4
RR = Ragu-ragu	Skor = 3
TS = Tidak setuju	Skor = 2
STS = Sangat tidak setuju	Skor = 1

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Sosialisasi Pasar Modal Syariah membuat saya mengerti tentang perbedaan Pasar Modal Syariah dan konvensional					
2	Saya berinvestasi di Pasar Modal Syariah karena adanya sosialisasi yg di adakan oleh Bursa Efek Indonesia					
3	Dengan adanya sosialisai Pasar Modal Syariah, saya menjadi tertarik karena ingin memberikan timbal balik kepada pihak BEI dengan cara menginvestasikan uang saya di Pasar Modal Syariah					
4	Menurut saya, sosialiasi melalui media masa menjadi alat dan peran penting dalam menginvestasikan uang di pasar Modal Syariah.					
5	Menurut saya setelah adanya sosialisai Pasar Modal Syariah, membuat pengetahuan saya tentang Pasar Modal Syariah menigkat walaupun hanya sekedar pengenalan produk-produk dan jumlah uang yang diinvestasikan di Pasar Modal Syariah.					
6	Dengan adanya penjelasan tentang produk-produk yang ditawarkan ketika soasialisasi membuat saya tertarik berinvestasi di Pasar Modal Syariah.					
7	Dengan mengikuti sosialisasi Pasar Modal Syariah saya menjadi tahu keuntungan yang saya dapatkan, dan saya akan mencoba mengajak lingkungan di sekitar saya untuk menginvestasikan uangnya di Pasar Modal Syariah.					

8	Menurut saya pemateri yang memberikan materi sosialisasi Pasar Modal itu, cara penyampain materinya sangat menarik sehingga saya dapa mengerti apa yang di sampaikan oleh pemateri.					
9	Dari sosialisasi pasar modal yang dilakukan oleh pihak Bursa Efek Indonesia, saya menjadi tahu tentang manfaat, harga serta keuntungan jika saya menginvestasikan uang saya di Pasar Modal Syariah					
10	Dengan adanya promsi yang dilakukan oleh pihak Bursa Efek Indonesia (BEI) dalam bentuk sosialisasi, membuat saya tertarik dalam berinvestasi di Pasar Modal Syariah.					

### III. MINAT MASYARAKAT BERINVESTASI DI PASAR MODAL SYARIAH

Cara menjawab soal di bawah ini mengenai minat masyarakat berinvestasi dan tingkat pengetahuan masyarakat tentang pasar modal syariah yaitu dengan memberi tanda benar (✓) pada kotak yang merupakan pendapat anda:

#### Keterangan:

SS = Sangat setuju	Skor = 5
S = Setuju	Skor = 4
RR = Ragu-ragu	Skor = 3
TS = Tidak setuju	Skor = 2
STS = Sangat tidak setuju	Skor = 1

#### B. Minat Masyarakat Berinvestai

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Menurut saya, berinvestasi saham di Pasar Modal Syariah merupakan investasi yang menarik					
2	Saya berminat berinvestasi saham di Pasar Modal Syariah karena investasi di Pasar Modal Syariah sangat menguntungkan					
3	Saya berminat berinvestasi saham Di Pasar Modal Syariah karena adanya promosi dari pihak Bursa Efek Indonesia di desa Tebat Tenong Luar					
4	Saya berminat berinvestasi saham di Pasar Modal Syariah karena niat dari diri saya sendiri, setelah saya mengikuti sosialisasi Pasar Pasar Modal Syariah					
5	Saya berminat berinvestasi saham di Pasar Modal Syariah karena saran dan ajakan dari teman					
6	Saya berminat menginvestasi uang saya di Pasar Modal Syariah karena saya senang terhadap keuntungan yang di tawarkan jika saya berinvestasi saham di Pasar Modal Syariah					
7	Dengan adanya Sosialisasi Pasar Modal Syariah di desa saya, saya merasa berminat untuk berinvestasi di Pasar Modal Syariah.					

8	Saya berminat berinvestasi di Pasar Modal Syariah karena berinvestasi membuat perekonomian saya menjadi lebih meningkat					
9	Dengan saya berinvestasi di Pasar Modal Syariah membuat saya memperoleh penghargaan dan diakui sebagai orang yang pertama kali berinvestasi di Pasar Modal Syariah					
10	Saya berminat berinvestasi di Pasar Modal Syariah supaya dinggap mengerti tentang Pasar Modal Syariah					
11	Saya berminat berinvestasi di Pasar Modal Syariah karena lingkungan kerja saya banyak yang menginvestasikan uangnya di Pasar Modal Syariah					

## LAMPIRAN

### UJI ANALISIS REGRESI SEDERHANA

#### 1. UJI REGRESI SEDERHANA

2. Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	14.063	2.197		6.400	.000
X	.558	.062	.863	9.024	.000

a. Dependent Variable: Y

#### 2. UJI DETERMINASI

##### 3. Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.863 <sup>a</sup>	.744	.735	1.668

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

## LAMPIRAN

### UJI NORMALITAS

#### Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Pengaruh Soialisasi	.141	30	.133	.960	30	.302
Minat Masyarakat	.141	30	.130	.936	30	.073

a. Lilliefors Significance Correction



## LAMPIRAN

### UJI ANALISI REGRESI SEDERHANA

**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	VAR00001 <sup>b</sup>		Enter

a. Dependent Variable: VAR00002

b. All requested variables entered.

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.888 <sup>a</sup>	.789	.782	1.802

a. Predictors: (Constant), VAR00001

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	340.079	1	340.079	104.769	.000 <sup>b</sup>
	Residual	90.887	28	3.246		
	Total	430.967	29			

a. Dependent Variable: VAR00002

b. Predictors: (Constant), VAR00001

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.103	1.718		4.134	.000
	VAR00001	.635	.062	.888	10.236	.000

a. Dependent Variable: VAR00002



	Sig. (2-tailed)	.03	.03	.356	.35	.35		.01	.017	.130	.058	.031
	N	2	2	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	.14	.14	-.114	.11	.11	.431*	1	1.00	.401*	.334	.427*
X		9	9		4	4			0**			
7	Sig. (2-tailed)	.43	.43	.548	.54	.54	.017		.000	.028	.072	.019
	N	1	1	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	.14	.14	-.114	.11	.11	.431*	00*	1	.401*	.334	.427*
X		9	9		4	4		*				
8	Sig. (2-tailed)	.43	.43	.548	.54	.54	.017	.00		.028	.072	.019
	N	1	1	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	.11	.11	.280	.28	.28	.283	.40	.401*	1	.546*	.533*
X		8	8		0	0		1*			*	*
9	Sig. (2-tailed)	.53	.53	.133	.13	.13	.130	.02	.028		.002	.002
	N	5	5	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	.33	.33	.120	.12	.12	.350	.33	.334	.546*	1	.497*
X		4	4		0	0		4		*	*	*
10	Sig. (2-tailed)	.07	.07	.526	.52	.52	.058	.07	.072	.002		.005
	N	2	2	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	.41	.41	.454*	.45	.45	.394*	.42	.427*	.533*	.497*	1
X		6*	6*		4*	4*		7*		*	*	
	Sig. (2-tailed)	.02	.02	.012	.01	.01	.031	.01	.019	.002	.005	
	N	2	2	30	30	30	30	30	30	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



Y8	Pearson Correlation	1.00	1.00	1.00	1.00	.553*	.59	.376*	1	1.000**	.695**	1.00	.63
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.002	.001	.040		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y9	Pearson Correlation	1.00	1.00	1.00	1.00	.553*	.59	.376*	1.000**	1	.695**	1.00	.63
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.002	.001	.040	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y10	Pearson Correlation	.695*	.695*	.695*	.695*	.335	.41	.288	.695**	.695**	1	.695*	.68
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.070	.024	.123	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y11	Pearson Correlation	1.00	1.00	1.00	1.00	.553*	.59	.376*	1.000**	1.000**	.695**	1	.63
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.002	.001	.040	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y	Pearson Correlation	.633*	.633*	.633*	.633*	.677*	.67	.606*	.633**	.633**	.681**	.633*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**Skor Angket Masyarakat Yang Mengikuti Sosialisasi Pasar Modal Syariah di Desa Tebat Tenong Lur**

No Respdn	Pengaruh Sosialisasi										Minat Masyarakat										
	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11
1	4	3	3	4	3	3	3	5	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	2	3	2
2	4	3	3	4	4	4	3	5	4	4	4	4	5	3	4	3	3	3	3	3	3
3	4	2	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	5	3	4	3	3	3	2	3	2
4	4	2	2	3	3	4	4	5	5	4	4	4	5	3	3	4	2	2	2	3	3
5	5	2	2	5	3	4	4	5	3	3	4	3	5	2	2	3	2	1	1	3	3
6	4	3	2	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	2	3	4	1	2	2	3	3
7	5	2	2	5	4	4	2	5	3	3	4	3	5	2	2	2	1	3	1	1	1
8	4	2	2	5	3	3	2	5	4	3	4	3	5	3	3	3	2	3	3	2	2
9	4	2	2	4	4	4	4	2	4	3	4	4	5	3	2	3	2	2	3	3	3
10	4	2	2	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	3	3	3	2	2	3	2	2
11	4	2	2	4	3	4	4	5	4	4	4	4	5	3	3	4	2	2	2	2	2
12	4	2	2	4	4	3	3	5	5	4	4	4	5	4	3	3	3	2	3	3	2
13	4	2	2	4	4	3	3	4	4	4	5	4	5	3	4	3	2	3	2	2	3
14	4	2	2	5	4	4	3	4	5	4	4	4	5	3	3	2	3	2	2	3	3
15	4	2	2	4	3	4	3	5	4	3	4	4	5	3	4	3	2	3	3	2	2
16	4	2	2	5	3	4	3	5	4	4	5	4	5	2	3	3	2	2	3	2	2
17	4	3	2	4	3	3	2	5	3	3	4	3	5	4	3	3	2	3	2	3	3
18	4	3	2	5	3	3	3	5	4	3	4	3	5	3	2	3	2	3	2	3	2
19	5	2	1	5	3	3	4	4	3	3	3	3	5	3	2	2	1	2	3	3	2
20	4	2	2	5	4	3	2	4	3	2	4	3	4	3	2	3	2	2	2	3	2
21	4	2	2	4	4	3	3	5	4	3	4	3	5	3	3	3	2	3	2	2	3

22	4	2	2	4	3	4	4	4	4	3	4	4	5	3	3	3	2	3	2	3	3
23	5	2	2	5	3	4	3	4	4	4	5	4	5	4	3	3	2	3	3	3	3
24	4	2	2	5	3	3	3	5	4	4	5	5	4	3	3	3	2	2	3	3	3
25	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3
26	4	2	2	5	3	4	3	4	3	4	4	4	5	4	3	3	2	2	3	3	3
27	4	2	2	5	3	3	2	4	3	3	3	3	5	4	3	4	3	2	2	3	1
28	4	2	2	4	4	4	3	4	3	3	4	3	5	3	2	3	2	3	2	3	3
29	4	2	2	5	3	4	2	5	3	4	4	3	4	3	2	4	2	3	2	3	3
30	5	3	3	5	5	4	3	5	4	3	4	4	5	4	3	3	2	3	2	4	2

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950



## DOKUMENTASI



Pengisian Koesioner Bersama Ibuk Jamilah



Pengisian Koesioner Bersama Bapak Heri



Pengisian Koesioner Bersama Mbak Rika



Pengisian Koesioner Bersama Mbak Aisah



Pengisian Kosioner Bersama Ibuk Vera



Pengisian Kosioner Bersama Arya Yuda



Pengisian Koesioner Bersama Ibuk Ema



Pengisian Koesioner Bersama Darma Ronaldi



Pengisian Koesioner Bersama Aprika Jaya



Pengisian Koesioner Bersama Ibuk Neng



Pengisian Koesioner Bersama Heri Wiranto



Pengisian Koesioner Bersama Pak Maliki



Pengisian Koesioner Bersama M Revaldo



Pengisian Koesioner Bersama Ari Ariantoni



Pengisian Koesioner Bersama Bapak Jailani



Pengisian Koesioner Bersama Bapak Farizal



Pengisian Koesioner Bersama Enjel



Pengisian Koesioner Bersama Apriyani



Pengisian Koesioner Bersama Ibuk Penti



Pengisian Koesioner Bersama Mbak Lina

## BIODATA PENULIS



### DATA PRIBADI ( Personal Identitas)

Nama Lengkap : M Tommi Ramadan

Tempat/ Tgl Lahir : Curup, 17 Januari 1998

Kebangsaan : Indonesia

Agama : Islam

Golongan Darah : O

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Nama Orang Tua : Marwan Effendi – Yeny

Indra Lita

Alamat : Talang Rimbo Baru

No. Hp : 085266790244

### Riwayat Pendidikan (Academic Record)

Sekolah/ Universitas	Tahun	Jurusan/Program Studi
TK Empres Lebong	2003-2004	-
SD N 04 Curup Timur	2004-2010	-
SMP N 1 Curup Tengah	2010-2013	-
SMK N 1 Curup Timur	2013-2016	Akuntansi
IAIN Curup	2016-Sekarang	Perbankan Syariah