

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Timbulnya kegiatan investasi berdasarkan pada prinsip-prinsip syariah merupakan suatu langkah maju bagi industri jasa keuangan di Indonesia. Dalam Islam, investasi merupakan kegiatan *muamalah* yang sangat dianjurkan, karena dengan berinvestasi harta yang dimiliki menjadi produktif dan dapat menjadikan manfaat bagi orang lain. Investasi menurut definisi adalah menanamkan atau menempatkan aset, baik berupa harta maupun dana pada sesuatu yang diharapkan akan memberikan hasil pendapatan atau akan meningkat nilainya di masa akan datang. Sedangkan investasi keuangan menurut syariah dapat berkaitan dengan kegiatan perdagangan atau kegiatan usaha, dimana kegiatan usaha dapat berbentuk usaha yang berkaitan dengan suatu produk atau aset maupun usaha jasa.<sup>1</sup>

Pada umumnya, investasi dapat diwujudkan ke dalam dua bentuk. Pertama, investasi aset riil (*real assets investment*), yaitu investasi melalui kepemilikan suatu benda. Misalnya emas, tanah pekarangan dan rumah. Kedua, investasi aset finansial (*financial assets investment*) yaitu investasi di sektor keuangan yang dilakukan melalui lembaga keuangan tertentu.<sup>2</sup> Investasi dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satu bentuk investasi

---

<sup>1</sup> Ahmad Gozali, *Halal, Berkah, Bertambah. Mengenal Dan Memilih Produk Investasi Syariah*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2004), hal. 17.

<sup>2</sup> Burhanuddin Susanto, *Pasar Modal Syariah (Tinjauan Hukum)*, (Jakarta: UII Press, 2008), hal. 44.

adalah menanamkan dana pada suatu surat berharga yang diharapkan akan meningkat nilainya di masa mendatang melalui pasar modal.

Pasar modal pada dasarnya merupakan pasar untuk berbagai instrumen investasi atau surat-surat berharga jangka panjang yang bisa diperjualbelikan, baik dalam bentuk saham, obligasi, reksa dana, instrumen derivatif maupun instrumen lainnya. Sedangkan, pasar modal syariah adalah pasar modal yang dijalankan dengan konsep syariah, dimana setiap transaksi pada perdagangan surat berharga harus sesuai dengan prinsip syariah.<sup>3</sup>

Di Indonesia pasar modal lebih dikenal oleh masyarakat sebagai bursa efek, yang bernama Bursa Efek Indonesia. Pasar modal syariah, yang merupakan bagian dari industri keuangan syariah mempunyai peranan yang cukup penting dalam meningkatkan pangsa pasar industri keuangan syariah di Indonesia. Meskipun perkembangannya relatif baru dibandingkan perbankan syariah tetapi seiring dengan pertumbuhannya yang signifikan di industri pasar modal Indonesia, maka diharapkan pasar modal syariah di Indonesia akan mengalami pertumbuhan yang sangat pesat.

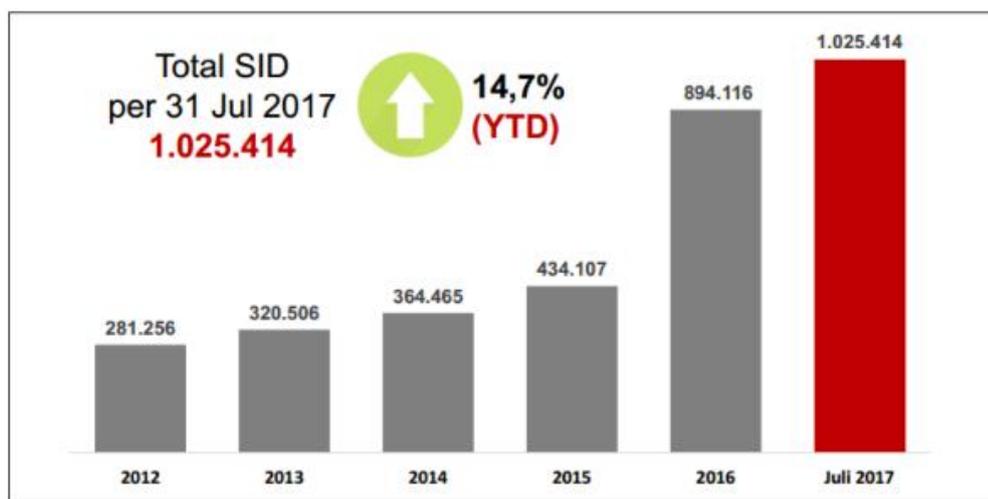
Pertumbuhan investor di pasar modal Indonesia sebagai salah satu alternatif berinvestasi masyarakat dinilai baik, karena jumlah investor terus meningkat dari tahun ke tahun berikutnya. Tercatat pada bulan Juli 2017 investor di pasar modal mengalami kenaikan sebesar 14,7% yaitu sebesar 1.025.414 investor, jika dibandingkan pada tahun sebelumnya yang hanya tercatat sebesar 894.116 investor per tahun 2016. Jumlah tersebut merupakan jumlah *Single Investor Identification* (SID) terkonsolidasi yang terdiri dari

---

<sup>3</sup> Briefcase Book, *Edukasi Profesional Syariah tentang Investasi Halal di Reksa Dana Syariah*, (Jakarta: Renaisan, 2005), hal. 21.

investor pemilik Saham, Surat Utang, Reksa Dana, Surat Berharga Negara (SBN) dan Efek lain yang tercatat di PT. Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI). Peningkatan jumlah investor ini merupakan hasil dari upaya yang telah dilakukan KSEI dengan dukungan dan kerja sama dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Bursa Efek Indonesia (BEI), Kliring Penjaminan Efek Indonesia (KPEI), perusahaan efek, akademisi, dan emiten.<sup>4</sup> Grafik pertumbuhan jumlah investor di pasar modal dapat dilihat pada:

**Gambar 1.1 Grafik Pertumbuhan Jumlah Investor di Pasar Modal**



Sumber: KSEI 2017

Dari segi demografi, profil investor yang tercatat berdasarkan data KSEI per tanggal 31 Juli 2017 sebagian besar merupakan investor berusia 21 - 30 tahun dan investor berusia 31 - 40 tahun, yang masing-masing sebesar 25%. SID individu didominasi oleh investor dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 59%. Secara komposisi, sebagian besar investor Pasar Modal Indonesia merupakan investor perorangan lokal, dengan jumlah mencapai 993.181 investor atau 96% dari total jumlah investor. Jumlah investor

<sup>4</sup> Friderica Widyasari Dewi, *KSEI Terus Upayakan Kemudahan Pembukaan Rekening Investasi*, 2017. Tersedia: [www.ksei.co.id](http://www.ksei.co.id) (diakses pada 02 februari 2018)

perorangan lokal tersebut mengalami peningkatan sebesar 109% dari 475.112 investor di tahun sebelumnya. Jumlah investor tersebut masih berpusat di pulau Jawa sebesar 77,15%.<sup>5</sup>

Dilihat dari kenyataannya, walaupun sebagian besar penduduk Indonesia mayoritas beragama Islam namun perkembangan pasar modal yang berbasis syariah dapat dikatakan sangat tertinggal jauh terutama jika dibandingkan dengan Malaysia yang sudah bisa dikatakan telah menjadi pusat investasi berbasis syariah di dunia, karena telah menerapkan beberapa instrumen keuangan syariah untuk industri pasar modalnya. Kenyataan lain yang dihadapi oleh pasar modal syariah kita hingga saat ini adalah minimnya jumlah pemodal yang melakukan investasi, terutama jika dibandingkan dengan jumlah pemodal yang ada di sektor perbankan.<sup>6</sup>

Pada sisi lain, harus diakui bahwa masih terdapat beberapa permasalahan mendasar yang menjadi kendala berkembangnya pasar modal yang berprinsip syariah di Indonesia. Salah satunya adalah kurangnya pemahaman dan atau pengetahuan masyarakat Indonesia tentang investasi di pasar modal yang berbasis syariah, Kepala Sub-bagian Hubungan Kelembagaan Pasar Modal Syariah OJK (Andry Wicaksono) survei yang dilakukan pada tahun 2016 menunjukkan kecilnya angka pengetahuan masyarakat yang mengenal pasar modal syariah hanya sekitar 0,02 persen. Dari angka tersebut, hanya 0,01 persen yang yang menjadi investor.<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup> *Ibid*, hal. 2

<sup>6</sup> Ida Musdalifah, *Mekanisme dan Akad Pada Transaksi Saham di Pasar Modal Syariah*, (Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam, Vol. 3, No.2, 2013), hal. 5

<sup>7</sup> Yusuf Manurung, *OJK Sebut Peminat Pasar Modal Syariah Masih Minim*, <https://bisnis.tempo.co/read/1068522/ojk-sebut-peminat-pasar-modal-syariah-masih-minim>.

Dalam praktiknya sistem keuangan Islam sudah menyiapkan tempat untuk umat yang berkeinginan berinvestasi di pasar modal syariah dan memberikan jaminan kehalalannya. Peraturan investasi di pasar modal syariah sebelumnya sudah diatur dalam peraturan Bapepam (Badan Pengawas Pasar Modal)-LK Nomor IX.A. 13 tentang penerbitan efek syariah dan II.K.1 tentang kriteria dan penerbitan daftar efek syariah. Pada saat ini seiring dengan perkembangan dan kebutuhan pasar maka peraturan tersebut disesuaikan dan disempurnakan dengan peraturan OJK tentang pasar modal syariah yang terbaru POJK Nomor 35/POJK.04/2017 tentang Kriteria dan Penerbitan Daftar Efek Syariah. Selain itu, juga didukung oleh fatwa DSN MUI No. 40/DSN-MUI/X/2003 tentang pasar modal dan pedoman umum penerapan prinsip syariah di bidang pasar modal.<sup>8</sup>

Pemasaran syariah merupakan tingkat paling tinggi dalam pemasaran, yaitu adanya *spiritual marketing*, dimana etika, nilai-nilai dan norma dijunjung tinggi. Hal-hal ini lah yang sering dilanggar dalam pemasaran konvensional, sehingga menyebabkan konsumen pada akhirnya banyak yang kecewa pada produk barang atau jasa yang telah dibeli, karena berbeda dengan apa yang telah dijanjikan oleh pemasar.<sup>9</sup> Strategi pemasaran yang dilakukan secara konvensional dan islam sebenarnya mempunyai tujuan yang sama yaitu bagaimana cara meningkatkan jumlah investor. Kemajuan dari suatu perusahaan dapat dilihat melalui keberhasilan strategi pemasaran yang berdampak pada meningkatnya minat masyarakat terhadap produk atau jasa

---

<sup>8</sup> OJK, Laporan Triwulanan IV, (Jakarta: Tim Penulis OJK, 2017), [www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id)

<sup>9</sup> M Nur Rianto, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hal. 5

yang dikelola dan dihasilkan oleh perusahaan, sehingga pendapatan perusahaan dapat meningkat.<sup>10</sup>

Minat adalah kecenderungan dalam diri individu untuk tertarik pada sesuatu objek atau menyenangkan sesuatu objek. Minat datang dari pernyataan mental dari dalam diri seseorang yang merefleksikan rencana pembelian sejumlah produk yang disenangi.<sup>11</sup> Seseorang yang mempunyai minat terhadap investasi di pasar modal syariah, maka akan terdorong untuk memberikan perhatian terhadap kegiatan investasi tersebut. Menurut Adha Riyadi, yang meneliti tentang “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa untuk Berinvestasi di Pasar Modal”. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal syariah yaitu manfaat investasi, modal investasi minimal, motivasi, *return*, dan edukasi.<sup>12</sup>

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen berhubungan dengan emosi dan perasaan, bila seseorang merasa senang dan puas dalam membeli barang atau jasa maka hal itu akan memperkuat minat beli konsumen dan sebaliknya ketidakpuasan biasanya akan menghilangkan minat konsumen. Dengan melakukan faktor-faktor tersebut dengan baik dan benar, maka perusahaan mampu menjadi magnet yang memberi ketertarikan pada konsumen, dimana faktor-faktor tersebut merupakan bagian dari strategi bauran pemasaran atau *marketing mix* yang sangat penting untuk dilakukan.<sup>13</sup>

Bauran pemasaran atau *marketing mix* merupakan kombinasi variabel atau

---

<sup>10</sup> Hermawan Kertajaya dan M Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung: Mizan, 2006), hal. 28.

<sup>11</sup> Basu Swasta dan Irawan, *Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Penerbit BPFE, 2011), h. 165.

<sup>12</sup> Adha Riyadi, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa untuk Berinvestasi di Pasar Modal*, (Skripsi: Uin Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016), h. i.

<sup>13</sup> Basu Swastha dan Bambang Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (PT. Liberty: Yogyakarta, 2003), h. 144

kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran, dan menentukan variabel yang dapat dikendalikan oleh perusahaan melalui reaksi para pembeli.<sup>14</sup>

Perkembangan dunia pemasaran dapat menimbulkan tingkat persaingan yang tinggi antara perusahaan-perusahaan sekuritas di Indonesia, maka perusahaan-perusahaan tersebut semakin memperkuat strategi pemasarannya. Untuk dapat bertahan pada dunia bisnis yang tingkat persaingannya semakin tinggi maka perusahaan harus berusaha untuk menguasai pasar dengan melakukan inovasi-inovasi terhadap produknya. Sehingga diperlukan strategi pemasaran yang efektif dalam menarik minat investor. Di samping itu, perusahaan juga perlu untuk menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal pada perusahaan dengan menggunakan metode analisis SWOT yaitu ; kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang bertujuan untuk, melihat secara nyata kondisi internal dan eksternal pada perusahaan yang diharapkan mampu membantu perusahaan untuk mengantisipasi faktor-faktor utama dalam meramalkan masa depan perusahaan, mengurangi titik lemah pada perusahaan, serta mengantisipasi peluang dan ancaman yang mungkin dihadapi. Dengan demikian perusahaan dapat dengan mudah merancang dan menerapkan suatu strategi pemasaran yang tepat dan sesuai demi meningkatkan jumlah konsumen sehingga diharapkan mampu meningkatkan jumlah penjualan dan keuntungan pada perusahaan.<sup>15</sup>

Pelaku pasar modal yang paling dekat dengan investor adalah Perusahaan Sekuritas. Mereka berinteraksi langsung dengan investor sehingga

---

<sup>14</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta, 2007), h. 67.

<sup>15</sup> Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Dan Ekonomi* (PT. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta, 2006), h. 22.

bisa memahami bagaimana kemauan investor. PT. Indo Premier Sekuritas merupakan salah satu perusahaan sekuritas penyedia jasa keuangan di pasar modal, yang melayani klien individu maupun korporasi dan sudah mendapatkan izin dari OJK.

Salah satu contoh strategi yang dilakukan oleh PT. Indo Premier Sekuritas yaitu, mengembangkan sistem *online trading* bernama IPOT (Indo Premier *Online Technology*). Pada tahun 2007 IPOT diperkenalkan kepada masyarakat, dengan aplikasi IPOT nasabah dapat bertransaksi secara *online*. Disusul pada tahun 2011, Indo Premier telah meluncurkan aplikasi *online trading syariah* pertama yang telah mendapatkan sertifikasi dari Dewan Syariah Nasional pada tahun 2011 bernama “IPOT Syariah”. Selain melakukan pengembangan teknologi masih banyak strategi yang dilakukan oleh PT. Indo Premier Sekuritas untuk menarik minat investor syariah dalam proses pemasaran dan bauran pemasarannya.

Bedasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk mengetahui strategi-strategi pemasaran yang dilakukan PT. Indo Premier Sekuritas cabang Malang dengan judul “**Analisis Strategi Pemasaran dalam Menarik Minat Masyarakat untuk Berinvestasi Syariah**”.

## **B. Rumusan Masalah**

Bedasarkan latar belakang diatas, maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan beberapa rumusan masalah penelitian yaitu:

1. Bagaimana analisis SWOT pada penerapan strategi pemasaran yang dilakukan PT. Indo Premier Sekuritas cabang Malang ?

2. Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan dalam menarik minat masyarakat untuk berinvestasi syariah?
3. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan dalam menarik minat masyarakat untuk berinvestasi syariah ditinjau dari perspektif syariah?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui analisis SWOT dalam penerapan strategi pemasaran yang dilakukan PT. Indo Premier Sekuritas cabang Malang.
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan dalam menarik minat masyarakat untuk berinvestasi syariah.
3. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan dalam menarik minat masyarakat untuk berinvestasi syariah ditinjau dari perspektif syariah.

### **D. Manfaat Hasil Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka manfaat penelitian yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah:

#### **1. Bagi Peneliti**

Penelitian ini merupakan sarana belajar, memperdalam ilmu, dan memberikan pengalaman tentang dunia investasi di pasar modal syariah serta penerapannya di dalam teori ilmu akademis yang dipelajari dengan praktek di lapangan.

#### **2. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Penelitian ini diharapkan menjadi sumbangsih pemikiran bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan dapat menjadi referensi bagi

penelitian-penelitian selanjutnya dan dapat menambah wawasan bagi pembacanya.

### 3. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih pemikiran ataupun masukan kepada PT. Indo Premier Sekuritas, cabang Malang dalam meningkatkan strategi pemasaran yang efektif dalam menarik minat investor syariah.

#### E. Definisi Istilah atau Definisi Operasional

1.	Bauran Pemasaran	Alat pemasaran yang baik yang berada dalam suatu perusahaan agar dapat mempengaruhi respon pasar sasaran
2.	Bursa Efek Indonesia	Salah satu lembaga di pasar modal hasil penggabungan dari Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya
3.	Efek syariah	Surat berharga yang tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah di pasar modal
4.	Emiten	Perusahaan baik swasta maupun negara yang mencari modal dari bursa efek yang menerbitkan efek
5.	<i>Ijarah</i>	Akad pemindahan hak guna atas suatu barang dalam waktu tertentu dengan pembayaran sewa tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barang tersebut
6.	Indeks Saham Syariah	Indeks komposit saham syariah yang tercatat

	Indonesia	dalam BEI dan terdaftar dalam Daftar Efek Syariah (DES)
7.	Instrumen derivatif	Instrumen keuangan yang diturunkan dari instrumen lain yang disebut “ <i>underlying</i> ”
8.	Investasi syariah	Investasi jangka pendek ataupun jangka panjang yang berlandaskan prinsip-prinsip syariah
9.	Investor	Orang perorangan atau lembaga baik domestik atau non domestik yang melakukan suatu investasi baik jangka pendek atau jangka panjang
10.	Minat pembelian	Faktor pendorong dalam pengambilan keputusan pembelian terhadap suatu produk
11.	<i>Mudharabah</i>	Kerjasama antara dua orang atau lebih di mana pemilik modal mempercayakan kepada pengelola dengan suatu perjanjian di awal
12.	Nilai Aktiva Bersih	Jumlah total dana kelolaan yang dikelola oleh manajer investasi atas produk reksa dana
13.	Obligasi syariah ( <i>sukuk</i> )	Surat berharga jangka panjang berdasarkan prinsip syariah yang dikeluarkan emiten kepada pemegang obligasi syariah
14.	Otoritas Jasa Keuangan	Lembaga yang berfungsi menyelenggarakan sistem pengaturan dan pengawasan yang terintegrasi terhadap keseluruhan kegiatan di

		dalam sektor jasa keuangan
15.	Pasar modal syariah	Kegiatan perdagangan efek yang dijalankan berdasarkan prinsip syariah
16.	Pemasaran syariah	Sebuah strategi yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, yang keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip syariah
17.	Penjamin emisi (underwriter)	Bank investasi, bank komersial, atau perusahaan pialang yang bekerja dengan emiten untuk menjual emisi baru
18.	Perusahaan sekuritas	Perantara antara investor dan pasar modal dalam melakukan transaksi efek investasi.
19.	Promosi	Upaya untuk mengenalkan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik konsumen
20.	Reksa dana syariah	Wadah yang digunakan untuk menghimpun dana dari masyarakat pemodal sebagai pemilik harta yang akan dikelola manajer investasi
21.	Riba	Penetapan bunga atau pengambilan tambahan dari harta pokok atau modal
22.	<i>Right Issue</i>	Hak bagi pemegang saham untuk membeli saham baru pada harga dan dalam jangka waktu tertentu

23.	Saham syariah	Surat berharga yang memiliki konsep penyertaan modal kepada perusahaan dengan bagi hasil usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah
24.	Saluran pemasaran	Saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan produk/jasa kepada konsumen
25.	Warran Syariah	Efek yang diterbitkan oleh suatu perusahaan yang memberi hak kepada pemegang efek yang termasuk dalam daftar efek syariah untuk memesan saham dari emiten pada jangka waktu tertentu untuk jangka waktu bulan atau lebih sejak diterbitkan