

## **BAB 1 PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Keberadaan pasar modal di Indonesia merupakan salah satu faktor terpenting dalam ikut membangun perekonomian nasional, terbukti telah banyak industri dan perusahaan yang menggunakan institusi pasar modal sebagai media untuk menyerap investasi dan media untuk memperkuat posisi keuangannya.

Secara faktual, pasar modal telah berkembang pada dunia ekonomi modern dewasa ini, bahkan perekonomian modern tidak akan mungkin bisa eksis tanpa adanya pasar modal yang tangguh dan berdaya saing global serta terorganisir dengan baik. Dengan adanya pasar modal, diharapkan aktivitas perekonomian dapat meningkat karena pasar modal merupakan alternatif pendanaan bagi perusahaan, sehingga dapat beroperasi dengan skala yang lebih besar dan selanjutnya akan meningkatkan pendapatan perusahaan dan kemakmuran masyarakat luas. Semakin modern peradaban ekonomi suatu masyarakat, semakin membesar peran pasar modal yang dibarengi dengan semakin mengecilnya peran perbankan komersial di dalam memobilisasi dana masyarakat ke sektor produktif (Achsien xv). Namun kenyataannya, institusi pasar modal Indonesia yang sudah lama didirikan belum mampu menarik masyarakat untuk melakukan investasi di pasar modal. Dari data yang dimuat dalam laporan riset yang dilakukan oleh BAPEPAM dan Lembaga Keuangan DEPKEU RI pada tahun 2007, investor individu di Pasar Modal masih jauh dibandingkan dengan nasabah perbankan. Dan jika dibandingkan dengan negara-negara lain di kawasan Asia, persentasi penduduk Indonesia yang berinvestasi di pasar modal sangat jauh di bawah.

Jumlah investor domestik di pasar modal Indonesia yang telah merayakan ulang tahunnya ke-30 masih sangatlah rendah. Jumlah investor domestik, tercermin dari jumlah pemegang rekening Efek dan pemegang unit penyertaan Reksa Dana, hanyalah sekitar 600 ribu atau hanya 0.1% dari jumlah penduduk. Bandingkan dengan pemegang rekening di perbankan yang mencapai lebih dari 60 juta rekening. Dibandingkan dengan negara-negara yang lebih maju maupun Negara sekawasan, jumlah investor di pasar modal Indonesia juga jauh tertinggal. Australia memiliki 7 juta

investor atau sekitar 25% populasinya, Hongkong memiliki 1.4 juta investor atau sekitar 17.5% populasinya, dan Jepang memiliki 4 juta investor atau 8.2% populasinya. Di kawasan Asia Tenggara, posisi Indonesia juga tertinggal. Sebagai contoh, Singapura memiliki 1.23 juta investor atau 30% populasinya dan Malaysia memiliki 3 juta investor atau 12.8% populasinya (7).

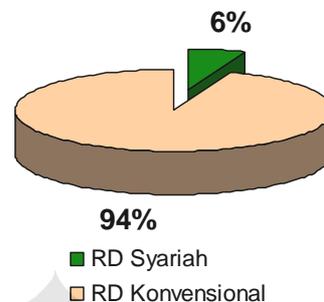
Harian Kompas tanggal 3 Januari 2008, mengutip pernyataan Presiden Republik Indonesia berkaitan dengan masih sedikitnya jumlah investor domestik di bursa dalam negeri, "Kalau lebih banyak investor individu domestik di pasar modal kita, maka akan lebih kuat dari serangan luar karena penyangganya ada di dalam negeri". Dari pernyataan Presiden tersebut jelas bahwa perlu upaya lebih serius untuk meningkatkan partisipasi dan minat investor individu. Investor individu domestik sangat potensial untuk berperan sebagai katalisator dalam memperbaiki perekonomian dalam negeri.

Di era kebangkitan ekonomi Islam di Indonesia dewasa ini, industri pasar modal Indonesia juga mengembangkan prinsip-prinsip syariah Islam sebagai alternatif instrumen investasi. Perkembangan awalnya dimulai dengan diterbitkannya Reksa Dana Syariah pada 25 Juni 1997 diikuti dengan diterbitkannya obligasi syariah pada akhir 2002, kemudian diikuti pula dengan hadirnya Jakarta Islamic Index (JII) pada Juli 2000.

Namun dari studi yang dilakukan oleh BAPEPAM-LK (2004), menunjukkan bahwa walaupun pertumbuhan kegiatan ekonomi syariah di Indonesia semakin marak, perkembangan kegiatan investasi syariah di pasar modal Indonesia masih dianggap belum mengalami kemajuan yang cukup signifikan. Bahkan Fatwa DSN-MUI berkaitan dengan kegiatan investasi syariah di pasar modal juga telah diterbitkan, namun hingga saat ini pihak-pihak yang melakukan kegiatan investasi syariah di pasar modal masih tergolong minim.

Reksa Dana Syariah sebagai instrumen investasi syariah yang pertama kali muncul di pasar modal syariah Indonesia juga belum menunjukkan peningkatan yang pesat dari sisi jumlah investor domestik individu. Dengan kata lain Reksa Dana Syariah kurang berkembang di Pasar Modal Indonesia. Jumlah Reksa Dana

Syariah jika dibandingkan dengan Reksa Dana Konvensional masih tergolong kecil.



**Gambar. 1.1 Proporsi Jumlah Reksa Dana Syariah dan Reksa Dana Konvensional**

Sumber: Data BAPEPAM yang sudah diolah

Sama seperti Reksa Dana konvensional, Reksa Dana Syariah juga memiliki beberapa keunggulan seperti:

1. Cocok untuk investor pemula, yang tidak terlalu menguasai teknik-teknik portofolio. Pada Reksa Dana, pengelolaan investasinya dipercayakan kepada Manajer Investasi yang sudah berpengalaman dan administrasi investasinya dilakukan oleh Bank Kustodian. Dengan sistem ini maka investor tidak perlu melakukan analisa, monitoring, serta melakukan administrasi yang cukup rumit. Selain itu, investor juga mendapatkan akses terhadap instrument-instrumen investasi yang sulit, seperti saham, obligasi dan instrumen investasi lainnya.
2. Cocok untuk investor dengan kemampuan finansial yang tidak terlalu besar.  
Dana awal yang dibutuhkan untuk investasi relatif kecil, dengan dana sejumlah Rp. 200.000,- sudah dapat berinvestasi di Reksa Dana. Karena di Reksa Dana merupakan kumpulan dana dari banyak investor, maka sangat mungkin dilakukan diversifikasi investasi.
3. Dibandingkan instrumen investasi lainnya di pasar modal, biaya investasi di Reksa Dana relatif rendah. Biaya tersebut contohnya: *annual management fee*, *selling fee* dan *redemption fee*.

4. Likuiditasnya tinggi, karena unit penyertaan (satuan investasi) Reksa Dana dapat dibeli dan dicairkan setiap hari bursa melalui Manajer Investasi.

Namun dengan spesifik menyangkut kata Syariah, maka Reksa Dana Syariah lebih mengedepankan nilai-nilai syariah, baik dalam proses manajemennya maupun dalam proses pemilihan portofolio investasinya.

## 1.2 Perumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Menurut teori pemasaran Kotler (224), faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian dari pembeli dipengaruhi oleh rangsangan dari luar yang dapat dikendalikan oleh para pemasar, dan faktor-faktor lain yang tidak dapat dikendalikan oleh pemasar tetapi harus benar-benar diperhitungkan, yaitu faktor yang ada dalam diri pembeli seperti faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi. Faktor-faktor ini dikenal dengan '*kotak hitam pembeli*'. Masih terdapat hal-hal yang menyebabkan konsumen potensial belum membeli suatu produk tetapi sebenarnya konsumen tersebut memenuhi syarat untuk membeli (baik dari sisi kemampuan finansial, maupun sisi kebutuhan).

Berdasarkan uraian di atas maka, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Reksa Dana Syariah sebagai salah satu instrumen investasi di pasar modal dengan nilai minimum investasi kecil dan dijalankan dengan prinsip syariah belum menjadi pilihan investasi bagi kebanyakan investor individu di Indonesia yang mayoritas muslim, walaupun individu tersebut tergolong dalam calon investor potensial yang memiliki kemampuan untuk berinvestasi.

Ciri-ciri perilaku pembelian yang terdapat dalam '*kotak hitam pembeli*' menjadi faktor yang sangat berpengaruh dan dapat dianalisis sebagai informasi untuk mengembangkan pemasaran Reksa Dana Syariah. Ciri-ciri tersebut digunakan sebagai variabel penduga. Dalam penelitian ini meliputi usia, tingkat ekonomi, peran kelompok referensi dan komitmen beragama.

Penelitian dilakukan ini diharapkan dapat menjawab pertanyaan:

- a. Apakah usia, tingkat ekonomi dan ada tidaknya peran kelompok referensi dalam pemilihan produk investasi mempengaruhi minat investor individu berinvestasi di Reksa Dana Syariah?
- b. Apakah komitmen beragama seseorang mempengaruhi minatnya berinvestasi di Reksa Dana Syariah?
- c. Berapa besar peluang yang terjadi, dapat dijelaskan oleh setiap kategori variabel tersebut yang mampu mempengaruhi minat investor individu?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian dalam tesis ini adalah:

- a. Mengetahui ada tidaknya pengaruh dari variabel usia, tingkat ekonomi dan peran kelompok referensi dalam pemilihan produk investasi terhadap minat investor individu berinvestasi di Reksa Dana Syariah agar dapat memetakan peminat Reksa Dana Syariah berdasarkan faktor internal yang ada dalam diri calon investor tersebut untuk keperluan pemasaran Reksa Dana Syariah.
- b. Mengetahui apakah komitmen beragama seseorang berpengaruh terhadap minatnya berinvestasi di Reksa Dana Syariah sehingga dapat digunakan untuk menyusun strategi pemasaran produk Reksa Dana Syariah.
- c. Mengukur besarnya peluang setiap atribut dalam variabel yang berpengaruh, mampu mempengaruhi minat investor individu sehingga dapat dibuat suatu prioritas dalam menyusun target pasar. Yang memiliki peluang besar dan signifikan, maka menjadi prioritas utama.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat menjadi kontribusi dalam menyusun strategi pemasaran produk Reksa Dana Syariah agar lebih tepat sasaran.

#### 1.4 Batasan Ruang Lingkup Penelitian

Batasan masalah dalam penelitian tesis ini adalah sebagai berikut:

- a. Hanya membahas Reksa Dana Syariah, tidak membahas instrumen investasi di pasar modal lainnya.
- b. Penelitian lebih difokuskan untuk mengetahui ciri-ciri peminat Reksa Dana Syariah, bukan kajian fikih dari Reksa Dana Syariah.
- c. Data yang digunakan adalah data primer yang dikumpulkan selama bulan Mei dan awal Juni 2008, di Jakarta.
- d. Responden yang menjadi obyek penelitian memiliki dana investasi di berbagai instrumen, mayoritas adalah tabungan, deposito dan asuransi, selain itu juga ada yang berinvestasi di emas, tetapi responden tersebut belum memiliki produk investasi Reksa Dana Syariah.
- e. Responden telah mengetahui dan mengenal Reksa Dana Syariah.
- f. Variabel demografi yang menjadi dasar hipotesa dibatasi hanya dari sisi agama, kelas sosial ekonomi, dan usia, mewakili konsep kotler tentang model terperinci dari faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku.

#### 1.5 Kerangka Pemikiran

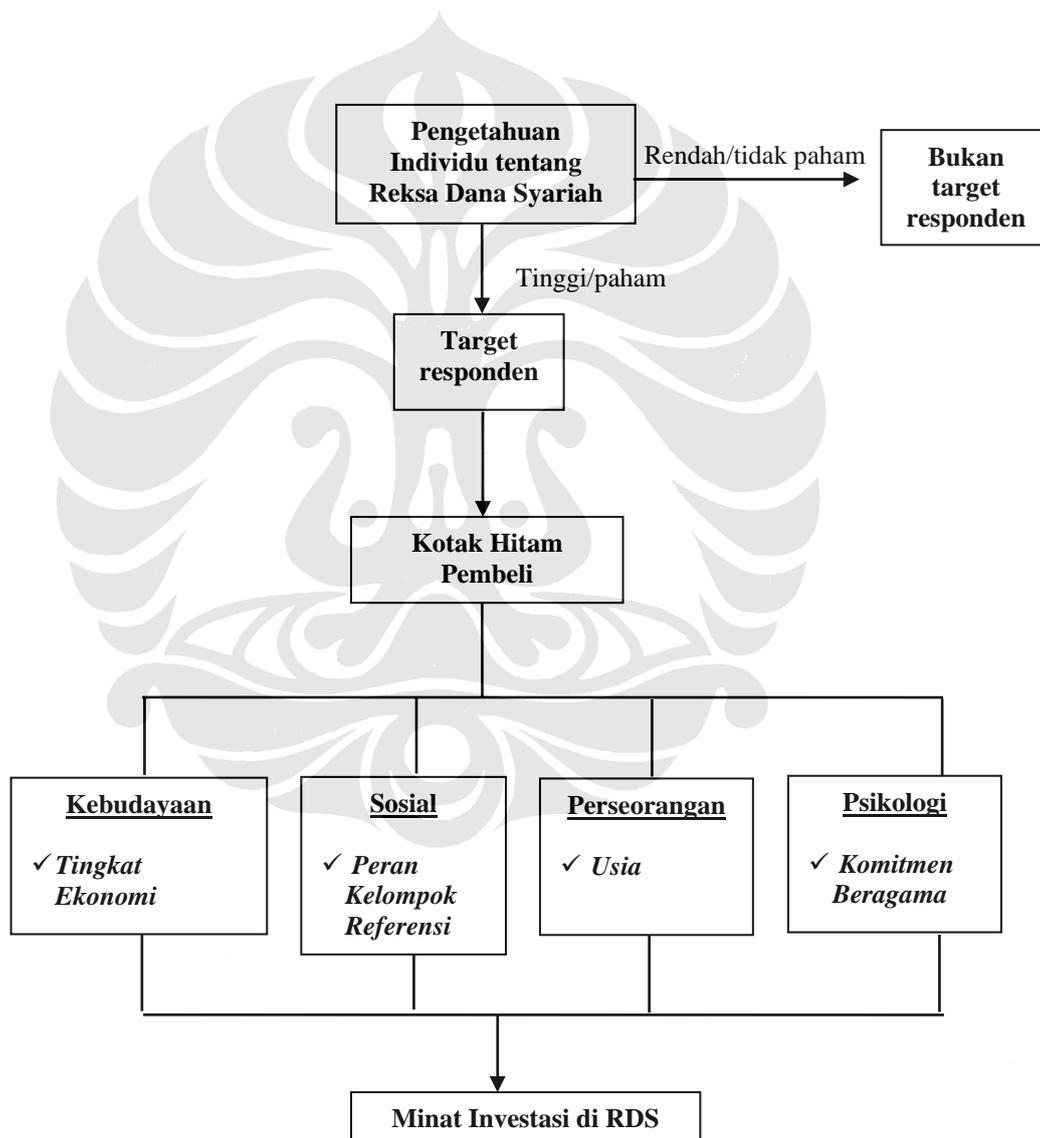
Teori yang digunakan untuk menjawab penelitian ini mengacu pada beberapa teori.

1. Pertama, konsep dikenalkan oleh Lavidge dan Steiner (dalam Wells, 432) tentang Model *Hierarchy of Effects* yang menggambarkan bahwa *awareness* dan *knowledge* menjadi tahapan awal konsumen sebelum membeli sebuah produk. *Awareness* dan *knowledge* ini berada dalam area kognitif.
2. Kedua, teori dari Kotler (224), tentang kotak hitam pembeli yaitu faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian dari pembeli seperti faktor kebudayaan, sosial, individu, dan psikologi. Masing-masing bagian disusun oleh faktor pembentuknya.

Teori ini kemudian dikembangkan lagi oleh Mowen dan Minor dengan menjelaskan hubungan antara *subculture* dan demografi. Selanjutnya

faktor psikologi juga didukung oleh teori dari Engel, Blackwell dan Miniard (301) tentang identifikasi pembeli potensial dengan survei sikap, dimana sikap biasanya memainkan peranan utama dalam membentuk perilaku.

Konsep tersebut kemudian diintegrasikan menjadi satu ke dalam suatu model yang digunakan sebagai dasar berpikir dalam penelitian ini. Gambar berikut akan mempermudah dalam menjelaskan hubungan tersebut.



**Gambar. 1.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Investor Individu Terhadap Reksa Dana Syariah**

Penjelasan:

- a. Pengetahuan individu tentang Reksa Dana Syariah menjadi dasar penentuan responden penelitian. Dengan dasar bahwa individu yang belum mengetahui Reksa Dana Syariah pasti tidak akan berminat dengan Reksa Dana Syariah, maka responden adalah individu yang telah mengetahui Reksa Dana Syariah
- b. Kotak hitam pembeli menjadi tahapan yang dilalui individu dalam memutuskan pembelian
- c. Tingkat ekonomi, peran kelompok referensi, usia dan komitmen beragama adalah variabel independen
- d. Minat investasi di Reksa Dana Syariah adalah variabel dependen

### 1.6. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, hipotesa yang dapat disusun dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### Hipotesa 1

H0 : Usia tidak mempengaruhi minat berinvestasi di Reksa Dana Syariah

H1 : Usia mempengaruhi minat berinvestasi di Reksa Dana Syariah

#### Hipotesa 2

H0 : *Status Ekonomi* investor tidak mempengaruhi minat berinvestasi di Reksa Dana Syariah

H1 : *Status Ekonomi* investor mempengaruhi minat berinvestasi di Reksa Dana Syariah

#### Hipotesa 3

H0 : Peran kelompok referensi tidak mempengaruhi minat berinvestasi di Reksa Dana Syariah

H1 : Peran kelompok referensi mempengaruhi minat berinvestasi di Reksa Dana Syariah

#### **Hipotesa 4**

H0 : Komitmen beragama tidak mempengaruhi minat berinvestasi di Reksa Dana Syariah

H1 : Komitmen beragama mempengaruhi minat berinvestasi di Reksa Dana Syariah

#### **1.7 Metode Penelitian**

Penelitian ini didesain dalam *descriptive research*, dan jenis datanya terbagi menjadi dua, yaitu data kuantitatif seperti usia dan status ekonomi serta data kualitatif yang dikuantifisir seperti komitmen beragama dan peran kelompok referensi. Kedua jenis data ini dalam proses analisa diubah menjadi data kategorikal. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner secara *self administered* dengan teknik *email survey*. Cara pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling* yaitu *convenience sampling*. Target responden ditentukan dengan mendata email relasi peneliti, kemudian dipilih yang memenuhi syarat sebagai responden.

Dalam melakukan analisa terhadap data, dipastikan bahwa data sudah teruji validitas dan reliabilitasnya. Untuk mengetahui faktor-faktor apa yang mempengaruhi minat investor individu dalam berinvestasi di reksa dana syariah, digunakan analisa regresi dengan Model Multinomial Logit.

#### **1.8 Sistematika Penulisan**

##### **BAB 1 PENDAHULUAN**

Bab ini memberikan uraian tentang latar belakang penulisan tesis, gambaran tentang perkembangan reksadana syariah di pasar modal Indonesia, perumusan masalah serta pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, batasan ruang lingkup penelitian, kerangka pemikiran, hipotesis dan metode penelitian yang digunakan.

##### **BAB 2 STUDI KEPUSTAKAAN**

Bab ini menjelaskan tentang teori yang dijadikan dasar dalam melakukan penelitian. Uraian dalam bab ini juga dilengkapi dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang dapat dijadikan acuan dalam penelitian ini.

### BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang desain penelitian yang diterapkan, cara memperoleh data, mengolah dan menyajikan data penelitian secara deskriptif.

### BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan data hasil penelitian yang telah diolah, baik berupa grafis, tabel maupun model. Selain itu juga menjelaskan tentang analisis dan pembuktian hipotesis serta pembahasan dalam penyelesaian masalah.

### BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan serta saran dan harapan dari peneliti.

