

# Jurnal Investasi Islam



## ISSUE

- PENGARUH CELEBRITY ENDORSER DAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK WARDAH DI KOTA LHOKSEUMAWE  
Fuadi , Munandar, khairawati, Miftahul Jannah Muhammad
- EFEKTIFITAS PROGRAM KARTU PRAKERJA DALAM MEMBANGUN SUMBERDAYA MANUSIA DI TENGAH PANDEMI  
Siti Dwi Yana
- PENGARUH PENGETAHUAN, MOTIVASI DAN MODAL MINIMUM TERHADAP MINAT BERINVESTASI  
Dewi Maulida, Ade Fadillah FW Pospos, Iskandar
- PENGARUH PENDAPATAN BAGI HASIL, PENDAPATAN MARGIN MURABAHAH DAN DANA SIMPANAN WADIAH TERHADAP BONUS WADIAH BANK MUAMALAT INDONESIA  
Irma Sari
- STUDENT INVESTOR'S ATTENTIVENESS IN ISLAMIC STOCKS  
Ana Fitria, Teuku Syifa Fadrizha Nanda, Dhea Purnama Nurman
- GADAI DAN INVESTASI EMAS: ANTARA KONSEP DAN IMPLEMENTASI  
Nanda Safarida

# JII

(JURNAL INVESTASI ISLAM)

Jurnal Investasi Islam adalah jurnal akademis yang diterbitkan dua kali dalam setahun oleh Fakultas Ekonomi Bisnis Institut Agama Islam Negeri Langsa. Pertama kali diterbitkan pada bulan September 2016, Jurnal Investasi Islam bertujuan untuk menjadi bagian dalam kemajuan ilmu pengetahuan di bidang ekonomi, keuangan dan investasi islam dengan menerbitkan jurnal investasi berkualitas. Publikasi Jurnal Investasi Islam sudah dapat diakses secara online mulai bulan juni 2017, dan jurnal ini diterbitkan dalam versi online dan cetak. Semua publikasi adalah akses terbuka dalam teks lengkap dan bebas untuk diunduh.

## **Penanggung Jawab**

Abdul Hamid

## **Editor-in-Chief**

Uun Dwi Al-Mudatstsir

## **Managing Editor**

Khairatun Hisan

## **Editors**

Amsal Irmalis

Ana Fitria

Ainun Mardhiah

Tajul 'Ula

Alfian

Fitriyani

## **Alamat Redaksi**

Gedung Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Negeri IAIN Langsa  
Jln. Meurandeh Kota Langsa Telp. (0641) 23129 Fax. (0641) 23129

Email: [jurnaljii@iainlangsa.ac.id](mailto:jurnaljii@iainlangsa.ac.id)

Website: <https://journal.iainlangsa.ac.id/index.php/jii/index>

# JII ( JURNAL INVESTASI ISLAM )

P- ISSN: 25413570

E-ISSN: 25809024

## DAFTAR ISI



1. PENGARUH CELEBRITY ENDORSER DAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK WARDAH DI KOTA LHOKSEUMAWE.....1-11  
Fuadi , Munandar, khairawati, Miftahul Jannah Muhammad
2. EFEKTIFITAS PROGRAM KARTU PRAKERJA DALAM MEMBANGUN SUMBERDAYA MANUSIA DI TENGAH PANDEMI.....12-21  
Siti Dwi Yana
3. PENGARUH PENGETAHUAN, MOTIVASI DAN MODAL MINIMUM TERHADAP MINAT BERINVESTASI.....22-41  
Dewi Maulida, Ade Fadillah FW Pospos, Iskandar
4. PENGARUH PENDAPATAN BAGI HASIL, PENDAPATAN MARGIN MURABAHAH DAN DANA SIMPANAN WADIAH TERHADAP BONUS WADIAH BANK MUAMALAT INDONESIA.....42-57  
Irma Sari
5. STUDENT INVESTOR'S ATTENTIVENESS IN ISLAMIC STOCKS.....58-77  
Ana Fitria, Teuku Syifa Fadrizha Nanda, Dhea Purnama Nurman
6. GADAI DAN INVESTASI EMAS: ANTARA KONSEP DAN IMPLEMENTASI.....78-94  
Nanda Safarida

## **Pengaruh *Celebrity Endorser* Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Lhokseumawe**

**Fuadi , Munandar, khairawati, Miftahul Jannah Muhammad**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Univesitas Malikussaleh Lhokseumawe  
*fuadi.msm@unimal.ac.id*

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *celebrity endorser* dan label halal terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah di Kota Lhokseumawe. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang dipilih menggunakan tehknik *Accidental sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan *celebrity endorser dan* label halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah Di Kota Lhokseumawe. Sedangkan secara parsial *celebrity endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sementara label halal secara parsial juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah Di Kota Lhokseumawe.

**Kata Kunci:** *Celebrity endorser, Label halal, Keputusan pembelian.*

### **Abstract**

*This study aims to determine the effect of celebrity endorsers and halal labels on purchasing decisions wardah cosmetic products in Lhokseumawe City. This study uses primary data obtained by distributing questionnaires to 100 respondents who were selected by accidental sampling technique. The data analysis method used is multiple linear regression analysis method. The results of this study indicate that simultaneously celebrity endorser and halal label have a significant effect on purchasing decisions for wardah cosmetic products in Lhokseumawe City. While partially celebrity endorser has a positive and significant effect on purchasing decisions. Halal label partially also has a positive and significant effect on purchasing decisions for wardah cosmetic products in Lhokseumawe City.*

**Keywords:** *Celebrity endorser, Halal label, Purchase decision.*

## PENDAHULUAN

Produk kosmetik sangat tidak asing lagi bagi masyarakat pada umumnya. Khususnya dikalangan para wanita baik itu ibu rumah tangga, mahasiswa, dan juga pelajar, tidak hanya kebutuhan primer (sandang, pangan, dan papan) saja yang harus diprioritaskan, akan tetapi para wanita juga mulai memikirkan untuk memenuhi kebutuhan sekunder dan tersiernya. Salah satu kebutuhan sekunder wanita adalah *grooming & fashion* di mana kosmetik termasuk ke dalam kategori kebutuhan tersebut. Kosmetik merupakan sarana bagi kaum wanita untuk mewujudkan bayangan dirinya seperti yang diinginkannya dengan tampilan yang semenarik mungkin, menurut Hayet (2019) merek kosmetik halal paling populer di Indonesia terdiri dari produk Wardah, Pixy, Sariayu, Viva, Ponds, Latulipe, Oriflame, Maybeline, Y.O.U, Safi, Emina.

Menurut ajaran Islam, menggunakan sesuatu yang halal, suci dan baik merupakan perintah agama dan hukumnya wajib. Konsep kehalalan sudah diterapkan dalam kehidupan bermasyarakat terutama bagi masyarakat muslim. Persaingan dalam industri perawatan pribadi dan kecantikan semakin meningkat. Hal ini terbukti dengan banyaknya jenis kosmetik produksi dalam negeri dan produksi luar negeri yang beredar baik di Indonesia. Semakin banyaknya produk kosmetika di pasaran sangat mempengaruhi minat seseorang terhadap pembelian dan berdampak pada keputusan pembelian suatu produk.

Proses pengambilan keputusan pada umumnya seorang konsumen akan berusaha untuk mencari informasi tentang bagaimana mengambil keputusan pembelian yang tepat, setiap konsumen sangat kritis dalam mencari dan menggali informasi tentang produk yang akan digunakan. Pembelian yang dilakukan oleh seorang konsumen termasuk dalam rantai keputusan pembelian. Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual. Proses keputusan pembelian dapat dilakukan melalui empat tahapan, yaitu pemilihan produk atau jasa, pemilihan merek, pemilihan waktu, pilihan metode atau cara pembayaran. Menurut Tjiptono (2008) keputusan pembelian didasari pada informasi tentang keunggulan suatu produk yang disusun sehingga menimbulkan rasa menyenangkan yang akan merubah seseorang untuk melakukan keputusan pembelian. Sedangkan pengertian keputusan pembelian menurut Kotler dan Asmstrong (2009) adalah tahap dalam proses pengambilan

keputusan pembelian dimana konsumen benar-benar membeli. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Menurut Kotler dan Asmstrong (2009) dalam memenuhi kebutuhan konsumen akan berada dalam suatu proses keputusan pembelian yang terdiri dari lima tahap. Model lima tahap ini mempunyai anggapan bahwa para konsumen melakukan tahapan dalam melakukan pembelian. Kelima tahap tersebut tidak selalu terjadi, khususnya dalam pembelian yang tidak memerlukan keterlibatan yang tinggi dalam pembelian. Para konsumen dapat melewati beberapa tahap dan urutannya tidak sesuai. Pertama, pengenalan kebutuhan- proses membeli dengan pengenalan masalah atau kebutuhan pembeli menyadari satu perbedaan antara keadaan yang sebenarnya dan keadaan yang diinginkannya. Kedua, pencarian informasi- konsumen tidak berusaha secara aktif dalam mencari informasi sehubungan dengan kebutuhannya. Seberapa jauh orang tersebut mencari informai tergantung pada kuat lemahnya dorongan kebutuhan, banyaknya informasi yang dimiliki, kemudahan memperoleh informasi, tambahan dan kepuasan yang diperoleh dari kegiatan mencari informasi. Ketiga, evaluasi alternatif-informasi yang didapat dari calon pembeli digunakan untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai alternatif-alternatif. Keempat, proses keputusan pembelian- pelaku industri harus memahami bahwa konsumen mempunyai cara sendiri dalam menangani informasi yang diperolehnya dengan membatasi alternatif-alternatif yang harus dipilih atau dievaluasi untuk menentukan produk mana yang akan dibeli. Kelima, perilaku pasca pembelian- apabila barang yang dibeli tidak akan memberikan kepuasan yang diharapkan maka pembeli akan merubah sikapnya terhadap barang maupun penjual itu sendiri menjadi sikap negatif, bahkan mungkin menolak dari daftar pilihan. Sebaiknya bila konsumen mendapat kepuasan dari barang yang dibelinya maka keinginan untuk membeli terhadap barang tersebut cenderung menjadi lebih kuat.

Strategi pemasaran saat ini untuk mempengaruhi sikap pengambilan keputusan konsumen dengan menciptakan citra positif terhadap sebuah produk yang dipasarkan dengan strategi "*celebrity endorser*". *Celebrity endorser* merupakan setiap individu yang mendapat pengakuan publik dan mempunyai nilai menguntungkan, dimana atas nama mereka produk atau jasa akan mendapatkan nilai tambah dengan tampil dalam sebuah iklan (McCracken, 1989). Sementara Shimp (2003) Endorser adalah orang yang

digunakan sebagai bintang iklan di berbagai media. Endorser biasanya adalah orang-orang terkenal atau ahli yang memiliki keahlian, kesadaran dan daya tarik, yang dapat mengirimkan pesan produk untuk menarik perhatian konsumen dalam waktu singkat. Keunggulan dari penggunaan—konsumen akan mempertimbangkan dalam proses pembelian dan diharapkan secara langsung mempengaruhi perilaku melalui alam bawah sadar. Tampilan iklan seringkali mengubah pemahaman konsumen untuk memilih suatu produk, apalagi dengan adanya iklan produk-produk kosmetik yang ditawarkan terlihat begitu menarik menjanjikan suatu perubahan penampilan. Studi telah menunjukkan bahwa endorser selebriti dapat memiliki hasil yang lebih menguntungkan pada tujuan pembelian pembeli dari pada non-selebriti (Byrne, et al., 2003). Jolly dan Mynavathi (2013) mengklasifikasikan *Celebrity endorser* menjadi lima jenis: *testimonial*, *imported*, *invented*, *observer*, and *harnessed*. Dalam tipe *testimonial*, seorang selebriti diminta untuk tampil sebagai juru bicara merek; pada tipe *imported*, seorang selebriti memerankan kembali peran yang penonton tahu mereka; pada tipe *invented*, seorang selebriti diminta untuk memainkan peran asli; pada tipe *observer*, seorang selebritas, bertindak sebagai pengamat, sangat memuji merek; dan pada tipe *harnessed*, citra seorang selebriti adalah dimasukkan ke dalam iklan sebagai jalan cerita. Gagasan tentang peran, mode, dan jenis dukungan selebriti ini tidak selalu eksklusif satu sama lain. Pengiklan bebas mengintegrasikan lebih dari satu peran, dua mode, atau dua jenis dukungan selebriti menjadi satu dukungan selebriti, (Um & Jang, 2020).

Label halal saat ini juga menjadi pertimbangan bagi masyarakat terkhusus bagi penganut agama islam yang memiliki populasi terbesar kedua di dunia dalam pengambilan keputusan pembelian terhadap suatu produk. Halal merupakan suatu yang dibenarkan, yang lawannya haram yaitu yang dilarang. Di dalam islam makanan dan minuman pada dasarnya halal, kecuali hanya ada beberapa yang diharamkan. Diharamkan bagi kamu sekalian bangkai, darah, daging babi, dan binatang yang disembelih dengan tidak atas nama Allah, binatang yang tercekik, yang dipukul, yang terjatuh, yang ditanduk, yang diterkam binatang buas kecuali kamu sempat menyembelihnya, dan diharamkan juga bagimu binatang yang disembelih untuk dipersembahkan kepada berhala. (Qur'an Surah 5:3). Menurut Yuswohadi (2015) pencatuman label halal bertujuan agar konsumen mendapatkan perlindungan kehalalan dan kenyamanan atas pemakaian produk yang digunakan. Label halal adalah

pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal dinyatakan (Rangkuti, 2010). Label halal sebuah produk dapat dicantumkan pada sebuah kemasan apabila produk tersebut telah mendapatkan sertifikat halal oleh BPPOM MUI. Sebuah produk mesti menjalani serangkaian pengujian agar dapat menerima sertifikasi halal dari LPPOM MUI. Sistem jaminan halal meliputi beberapa bagian yaitu, kebijakan, manajemen, bahan, produksi, fasilitas, prosedur, hingga audit internal yang halal. Sistem ini akan diberi penilaian oleh LPPOM MUI. Label halal dalam sebuah produk akan mengurangi penilaian ketidakjelasan produk oleh konsumen. Adanya label halal pada sebuah produk akan membantu kedua belah pihak, baik bagi produsen ataupun konsumen yang mengkonsumsi, label halal dalam sebuah produk juga dapat meningkatkan kepuasan konsumen terhadap produk serta dapat meningkatkan *image* produk tersebut.

Berkaitan dengan masalah tersebut, mengenai pengaruh celebrity endorser dan label halal terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah di kota lhokseumawe menjadi tema menarik yang penting untuk dibuat sebuah penelitian, karena mereka dianggap paham akan masalah hukum Islam dan mengetahui masalah dalam memilih suatu produk khususnya wilayah kota lhokseumawe yang mayoritas beragama muslim, tetapi di antara mereka masih sangat minim sekali pemahaman tentang pemilihan produk yang aman dan halal.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Pendekatan kuantitatif yaitu data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner yang di isi oleh responden. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Non-Probability Sampling. Non-Probability Sampling adalah salah satu metode pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Metode analisis data merupakan kegiatan setelah data terkumpul (Sugiyono, 2013). Untuk memecahkan masalah pada penelitian ini maka penulis menggunakan metode analisis Linear Berganda yang selanjutnya dibahas dan dianalisis menggunakan alat statistik yaitu program SPSS 22.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Analisis Data

#### Analisis Deskriptif

Setelah data didapat dari responden, kemudian dilakukan analisis terkait jawaban responden tersebut. Analisis yang dilakukan adalah analisis deskriptif dengan pendekatan analisis berbasis tingkat kesetujuan responden dari 1-5 skala likert, Untuk membagi skor 1-5 maka digunakan interval 0,8. berikut tabel tingkat kesetujuan responden :

**Tabel 1 Intensitas Tingkat Kesetujuan Berdasarkan Interval Nilai Rata-rata Skor**

Skor	Tingkat Kesetujuan
1,00 – 1,80	Sangat Rendah
1,81 – 2,60	Rendah
2,61 – 3,40	Sedang
3,41 – 4,20	Tinggi
4,21 – 5,00	Sangat Tinggi

Sumber : Data Primer 2020 (diolah)

Hasil dari jawaban responden terkait dengan persepsi merek tentang variabel *Celebrity Endorser* dapat di lihat pada tabel di bawah ini :

**Tabel 2 Hasil Jawaban Kuisisioner Responden Variabel *Celebrity Endorser* (X1)**

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	MEAN
1	Celebrity endorser yang digunakan wardah adalah selebriti yang multitalenta membuat saya percaya menggunakan produk wardah	52	37	10	1	0	4,40
	Persentase	52	37	10	1	0	
2	Penampilan celebrity endorser dalam berkomunikasi saat mempromosikan produk wardah membuat saya memilih produk wardah	57	39	10	1	0	4,52
	Persentase	57	39	10	1	0	
3	Celebrity endorser yang digunakan wardah adalah selebriti yang memiliki paras yang cantik dan membuat saya tertarik menggunakan produk wardah	32	60	8	0	0	4,24
	Persentase	32	60	8	0	0	
4	Celebrity endorser memiliki prestasi yang luar biasa dibidangnya	33	56	11	0	0	4,22
	Persentase	33	56	11	0	0	
5	Saya memiliki kesamaan selera dengan celebrity endorser	38	53	9	0	0	4,29
	Persentase	38	53	9	0	0	
<b>Rata-Rata Mean</b>							4,33

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2020

Berdasarkan data yang diperoleh, dapat diketahui bahwa secara keseluruhan responden memberikan respon tingkat kesetujuan kategori sangat tinggi untuk variabel *Celebrity Endorser* yaitu 4,33. selanjutnya untuk setiap item pernyataan juga menunjukkan hal yang sama, bahwa responden memberikan jawaban dengan tingkat kesetujuan kategori sangat tinggi pada keseluruhan item pernyataan untuk variabel *Celebrity Endorser*.

Hasil dari jawaban responden terkait dengan persepsi merek tentang variabel Label Halal dapat di lihat pada tabel di bawah ini :

**Tabel 3 Hasil Jawaban Kuisisioner Responden Variabel Label Halal (X2)**

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	MEAN
1	Saya memilih produk wardah karena labelisasi halal yang ditawarkan.	33	60	7	0	0	4,26
	Persentase	33	60	7	0	0	
2	Saya memilih produk wardah karena kualitasnya bagus dan aman untuk semua jenis kulit.	34	57	9	0	0	4,25
	Persentase	34	57	9	0	0	
3	Saya memilih produk wardah karena terbuat dari bahan bahan alami yang sudah jelas kehalalannya.	36	53	10	1	0	4,24
	Persentase	36	53	10	1	0	
<b>Rata-Rata Mean</b>							4,25

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2020

Berdasarkan data yang diperoleh, dapat diketahui bahwa secara keseluruhan responden memberikan respon tingkat kesetujuan kategori sangat tinggi untuk variabel Label Halal yaitu 4,25. selanjutnya untuk setiap item pernyataan juga menunjukkan hal yang sama, bahwa responden memberikan jawaban dengan tingkat kesetujuan kategori sangat tinggi pada keseluruhan item pernyataan untuk variabel Label Halal.

Hasil dari jawaban responden terkait dengan persepsi merek tentang variabel Keputusan Pembelian dapat di lihat pada tabel di bawah ini :

**Tabel 4 Hasil Jawaban Kuisisioner Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y)**

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	MEAN
1	Produk dan kemasan kosmetik Wardah menarik dan sudah jelas kehalalannya.	57	40	3	0	0	4,54
	Persentase	57	40	3	0	0	
2	Saya memilih produk wardah karena merek wardah memiliki citra/image yang baik.	33	59	8	0	0	4,25

	Persentase	33	59	8	0	0	
3	Pembelian produk kosmetik Wardah bisa dilakukan kapan saja.	36	54	10	0	0	4,26
	Persentase	36	54	10	0	0	
4	Tidak ada syarat untuk membeli produk kosmetik Wardah.	37	53	9	1	0	4,26
	Persentase	37	53	9	1	0	
<b>Rata-Rata Mean</b>							4,32

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2020

Berdasarkan data yang diperoleh, dapat diketahui bahwa secara keseluruhan responden memberikan respon tingkat kesetujuan kategori sangat tinggi untuk variabel Keputusan Pembelian yaitu 4,32. selanjutnya untuk setiap item pernyataan juga menunjukkan hal yang sama, bahwa responden memberikan jawaban dengan tingkat kesetujuan kategori sangat tinggi pada keseluruhan item pernyataan untuk variabel Keputusan Pembelian.

#### Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui pengaruh *Celebrity Endorser* dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian produk kosmetik Wardah di Kota Lhokseumawe, maka dilakukan analisis data melalui formulasi regresi berganda (multiple regression). Hasil output regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 5 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,526	,659		2,315	,023
TOTAL_C E	,162	,052	,184	3,090	,003
TOTAL_L H	,963	,073	,785	13,194	,000

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2020

Hasil analisis regresi yang ditampilkan pada tabel 5 di atas, dapat diuraikan dalam bentuk persamaan linier. Bentuk persamaan tersebut adalah sebagai berikut :

$$Y = 1,526 + 0,162X_1 + 0,963X_2$$

Berdasarkan hasil penelitian diketahui dari model regresi yang diajukan Nilai konstan a sebesar 1,526. Nilai koefisien b1 sebesar 0,162 dan positif dapat diartikan bahwa setiap meningkatnya persepsi positif responden terhadap variabel *Celebrity Endorser*, maka Keputusan Pembelian reponden juga akan meningkat dengan keofesien

perubahan peningkatan sebesar 0,162. Kemudian, Nilai koefisien b2 sebesar 0,963 dan positif dapat diartikan bahwa setiap meningkatnya persepsi positif responden terhadap variabel Label Halal, maka Keputusan Pembelian reponden juga akan meningkat dengan keofesien perubahan peningkatan sebesar 0,963.

### Uji t (Parsial)

Uji t dilakukan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial dengan ketentuan tingkat signifikansi 5%, jika tingkat signifikansi < 5% maka dapat dikatakan secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil penelitian yang dapat di lihat pada tabel 5 di atas, dapat diketahui pengaruh variabel *Celebrity Endorser* terhadap Keputusan Pembelian sebesar 0,003 atau < 5%, hal ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel *Celebrity Endorser* berpengaruh positif signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian. Hal yang sama juga berlaku untuk variabel Label Halal, dimana secara parsial variabel Label Halal berpengaruh positif signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian dengan signifikansi sebesar 0,000 atau < 5%.

### Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan dengan ketentuan tingkat signifikansi 5%, jika tingkat signifikansi < 5% maka dapat dikatakan secara simultan variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Berdasarkan output hasil penelitian yang dapat di lihat pada tabel 6, diketahui tingkat signifikansi sebesar 0,000 atau < dari 5%, hasil ini menunjukkan secara simultan variabel *Celebrity Endorser* dan variabel Label Halal berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian.

**Tabel 6 hasil uji simultan (uji f)**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	280,902	2	140,451	373,379	,000 <sup>b</sup>
	Residual	36,488	97	,376		
	Total	317,390	99			

*Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2020*

## **Pembahasan Hasil Penelitian**

Dari hasil penelitian diketahui bahwa dari dua variabel yang dihubungkan dengan Keputusan Pembelian produk kosmetik Wardah di Kota Lhokseumawe, yaitu *Celebrity Endorser* dan Label Halal, variabel yang memberikan kontribusi terbesar atau yang paling dipertimbangkan para konsumen adalah Label Halal. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya peran Label Halal dalam membentuk persepsi positif dan kepercayaan para konsumen terhadap kehalalan suatu produk kecantikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Celebrity Endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, hasil ini sesuai dengan temuan empiris dari (Mujahid, 2017; & Widyaningrum, 2019) dimana hasil temuan mereka membuktikan *Celebrity Endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil yang sedikit berbeda ditemukan oleh Afriliantini et al. (2019) dalam studinya menemukan bahwa *Celebrity Endorser* memberikan pengaruh yang positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada kosmetik wardah. Selanjutnya, Hasil penelitian menunjukkan bahwa Label Halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, hasil ini sesuai dengan temuan empiris dari (Mujahid, 2017; Alfian, 2017; Widyaningrum, 2019; & Afriliantini et al, 2019) dimana hasil temuan mereka membuktikan Label Halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat diambil beberapa kesimpulan, pertama secara simultan (bersama-sama) menunjukkan bahwa *Celebrity Endorser* dan Label Halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk kosmetik Wardah di Kota Lhokseumawe. Kedua secara parsial *Celebrity Endorser* dan Label Halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk kosmetik Wardah di Kota Lhokseumawe. Berdasarkan data dan model regresi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Label Halal merupakan variabel yang paling dipertimbangkan konsumen dalam penentuan keputusan pembelian produk Wardah di Kota Lhokseumawe.

## PUSTAKA ACUAN

- Afriliantini, I., Salam, A., & Abdurrahman. (2019). Pengaruh Label Halal Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(120).
- Alfian, I. (2017). Analisis Pengaruh Label Halal, Brand Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Kota Medan. *At-Tawassuth*, 2(1), 122–145.
- Andrianto, N. F., & Sutrasnawati, E. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Pada Proses Keputusan Pembelian. *Management Analysis Journal*, 5(2), 104–109. <https://doi.org/10.15294/Maj.V5i2.8055>
- Byrne, A., Whitehead, M., & Breen, S. (2003). The naked truth of celebrity endorsement. *British Food Journal*, 105(4/5), 288-296.
- Hayet. (2019). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Studi Kasus Di Kota Pontianak, Kalimantan Barat, Indonesia). *Ekonomi Islam*, 10(1), 21–38.
- Jolly, R. M., & Mynavathi, L. (2013). Celebrity endorsement as an effective tool for destination marketing among occupation groups in Bangalore. *Atna Journal of Tourism Studies*, 8, 55–74. <https://doi.org/10.12727/ajts.10.4>
- Kotler, P., Amstrong, G. (2009). Prinsip-prinsip Pemasaran. Jakarta: PT. Erlangga.
- McCracken, G. (1989). Who is the celebrity endorser? Cultural foundations of the endorsement process. *Journal of Consumer Research* 16 (3):310–321.
- Mujahid, A. (2017). Labelisasi Halal, Harga Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Wardah. *Manajemen Dan Bisnis*, 5(5), 1–23.
- Rangkuti, F. (2010). Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Shimp, Terence, A. 2003. Periklanan, Promo, Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu (diterjemahkan oleh Revyani Sjahrial dan Dyah). Edisi Kelima. Jakarta: Airlangga.
- Tjiptono, F., (2008). Strategi Pemasaran. Aksara. Bandung
- Um, N-H & Jang, A. (2020). Impact of celebrity endorsement type on consumers' brand and advertisement perception and purchase intention. *Social Behavior and Personality: an international journal*. 48. 1-10. 10.2224/sbp.8913.
- Widyaningrum, P. W. (2016). Pengaruh Label Halal Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Wardah Ponorogo). *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, Volume Vi(2), Hal 83-98.
- Widyaningrum, P. W. (2019). Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Iklan, Dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Pembelian Kosmetik Melalui Variabel Persepsi Sebagai Mediasi (Studi Pada Civitas Akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo). *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 75–97.
- Yuswohady. (2015). Marketing To The Middle Class Muslim-Kenall Perubahannya, Pahami Perilakunya, Peletakan Strateginya. Jakarta: Penerbit Gramedia, Pustaka Utama

## **Efektifitas Program Kartu Prakerja Dalam Membangun Sumberdaya Manusia di Tengah Pandemi**

**Siti Dwi Yana**

Fakultas ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa  
yanadwi571@gmail.com

### **Abstrak**

Penulisan ini membahas mengenai efektifitas program Prakerja dalam membangun sumberdaya manusia dan peran program Pra-kerja dalam membangun kualitas sumber daya manusia. Adapun tujuan dari penelitian ini dilakukan untuk: (1). Menentukan efektifitas program Pra-kerja dalam membangun sumberdaya manusia di tengah pandemi. (2). Menentukan peran program Pra-kerja dalam membangun kualitas sumberdaya manusia di tengah pandemi. Dengan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif, jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari wawancara yang mendalam terhadap masyarakat penerima bantuan program kartu Prakerja. Adapun hasil penelitian yang diperoleh yaitu: (1). Program Pra-kerja kurang efektif dalam membangun sumberdaya manusia. (2). Program Pra-kerja sangat berperan dalam membangun kualitas sumberdaya manusia.

**Kata Kunci:** Program Kartu Pra-kerja, Sumberdaya Manusia

### **Abstract**

*This writing discusses the effectiveness of the Pre-Work program in building human resources and the role of the Pre-employment program in building the quality of human resources. The objectives of this study were to: (1). Determine the effectiveness of the Pre-employment program in building resources amid the human pandemic. (2). Determine the role of the Pre-employment program in building the quality of human resources in the midst of a pandemic. By using a descriptive qualitative research approach, the type of data used in this study is primary data obtained from in-depth interviews with community recipients of the pre-work card program assistance. The research results obtained are: (1). Pre-employment programs are less effective in building human resources. (2). The Pre-employment Program plays a very important role in building the quality of human resources.*

**Keywords:** Pre-employment Card Program, Human Resources

## PENDAHULUAN

Sejak pandemi Covid-19 menerpa hampir seluruh bagian negara di dunia dengan penularan virus yang sangat cepat dan tingginya tingkat kematian memaksa pemerintah di semua negara mengambil langkah pembatasan sosial atau bahkan *lockdown*, akibatnya perekonomian nyaris terhenti dan melemah. Wabah Covid-19 yang menghantam Indonesia pun juga menghantam keras perekonomian kita. Pemutusan Hak Kerja (PHK) merebak hampir di semua sektor, mulai dari sektor pariwisata, transportasi, perdagangan, konstruksi dan daya tahan ekonomi di sektor informal relative rapuh, terutama yang bergantung pada penghasilan harian. (Rafitrandi, 2020)

**Tabel 1 Dampak Covid-19 Terhadap Penduduk Usia Kerja Menurut Jenis Kelamin dan Daerah Tempat Tinggal, (Agustus 2020)**

**Dampak Covid-19 terhadap Penduduk Usia Kerja Menurut Jenis Kelamin dan Daerah Tempat Tinggal, Agustus 2020**

Komponen	Jenis Kelamin		Daerah Tempat Tinggal		Total (juta orang)
	Laki-laki (juta orang)	Perempuan (juta orang)	Perkotaan (juta orang)	Perdesaan (juta orang)	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
a. Pengangguran <sup>2</sup> Karena Covid-19	1,66	0,90	1,94	0,62	2,56
b. Bukan Angkatan Kerja (BAK) <sup>3</sup> Karena Covid-19	0,24	0,52	0,53	0,23	0,76
c. Sementara Tidak Bekerja <sup>4</sup> Karena Covid-19	1,09	0,68	1,27	0,50	1,77
d. Penduduk Bekerja yang Mengalami Pengurangan Jam Kerja Karena Covid-19	14,76	9,27	16,82	7,21	24,03
Total	17,75	11,37	20,56	8,56	29,12
Penduduk Usia Kerja (PUK)	101,96	102,02	115,82	88,15	203,97
Persentase terhadap PUK	17,41	11,15	17,75	9,71	14,28

Keterangan:

1. Penghitungan dengan menggunakan penimbang hasil proyeksi SUPAS 2015
2. Pengangguran Karena Covid-19 adalah penganggur yang pernah berhenti bekerja karena Covid-19 selama bulan Februari-Agustus 2020
3. Bukan Angkatan Kerja (BAK) Karena Covid-19 adalah penduduk usia kerja yang termasuk dalam kategori bukan angkatan kerja dan pernah berhenti bekerja karena Covid-19 selama bulan Februari-Agustus 2020
4. Sementara Tidak Bekerja Karena Covid-19 adalah penduduk bekerja namun karena Covid-19 menjadi sementara tidak bekerja

Sumber: Badan Pusat Statistik (2020)

Hal ini dapat dilihat dari data Badan Pusat Statistik (BPS) di jelaskan bahwa dampak Covid-19 terhadap jenis kelamin dan penduduk usia kerja laki-laki yang terdampak yaitu sebesar (17,75 juta orang ) lebih besar daripada perempuan (11,37 juta orang). Sementara itu, jika dilihat dari daerah tempat tinggal, penduduk usia kerja

diperkotaan yang terdampak Covid-19 sebanyak 20,56 juta orang, sedangkan di pedesaan sebanyak 8,56 juta orang.

Pada masa pandemi saat ini tentunya persaingan semakin hari semakin ketat dan banyak sumberdaya yang harus mampu bertahan dan beradaptasi dengan kondisi saat ini, namun banyak pula sumberdaya yang sulit beradaptasi dengan situasi dan kondisi saat ini, sumberdaya manusia yang tidak mampu beradaptasi membuat mereka kalah dalam berkompetisi di dunia kerja. Dan perlu diketahui, kalah dalam dunia kerja berarti pengangguran, menjadi pengangguran merupakan hal yang paling tidak diinginkan oleh seseorang, karena pengangguran berarti tidak bekerja, tidak bekerja berarti tidak memiliki penghasilan yang berdampak pada masalah ekonomi.

Oleh karenanya untuk meredam dampak ekonomi dan menjaga daya beli masyarakat di tengah pandemi. Pemerintah dalam kondisi ini melakukan percepatan dengan mengeluarkan salah satu kartu saktinya, kartu itu dinamakan Kartu Pra-kerja. Dengan kartu Pra-Kerja pemerintah ingin menciptakan pasar tenaga kerja yang lebih berkualitas dengan pelatihan, tujuan dari dibuatnya kartu ini untuk mengembangkan kompetensi dan kesempatan bagi para pencari kerja, Para pekerja atau buruh yang terkena dampak dari pemutusan hubungan kerja dan pekerja atau buruh yang sedang membutuhkan dukungan *financial*. Pra-kerja memiliki dua kata, pertama pra yaitu sebelum dan kerja yaitu sesuatu kegiatan untuk melakukan sesuatu, kartu Pra-kerja juga merupakan kartu yang diberikan kepada pencari kerja atau pekerja untuk mendapatkan layanan pelatihan vokasi yakni *skilling*, *up-skilling*, dan *re-skilling (triple skilling)* serta sertifikasi kompetensi kerja.

Pelatihan adalah suatu proses yang meliputi serangkaian tindakan (upaya) yang dilaksanakan dengan sengaja dalam bentuk pemberian bantuan kepada tenaga kerja yang dilakukan oleh tenaga profesional kepelatihan dalam satuan waktu yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan kerja peserta dalam bidang pekerjaan tertentu guna meningkatkan efektifitas dan produktifitas. (Hamalik 2000 dalam Nadeak, 2019). Pemerintah membuat program ini untuk memberikan akses kepada para pengangguran, pekerja dan pekerja yang ter-PHK untuk mendapatkan peningkatan kompetensi melalui pelatihan vokasi dan sertifikasi kompetensi kerja. Beberapa tujuan yang berkaitan dengan pengertian dari masing-masing layanan vokasi program Kartu Pra-kerja ialah pertama "*Skilling*— pelatihan vokasi yang diberikan kepada pengangguran atau pencari

kerja dengan tujuan untuk meningkatkan kompetensi (*skill*) sesuai dengan kebutuhan dunia kerja sebagai bekal dalam mencari pekerjaan. Selanjutnya, kedua *Up-skilling* adalah pelatihan vokasi yang diberikan kepada pekerja dengan tujuan untuk meningkatkan kompetensi (*skill*) sesuai dengan kebutuhan pekerjaan yang sedang dijalankan dalam rangka pengembangan karir. Ketiga "*Re-skilling*" adalah pelatihan vokasi yang diberikan kepada pekerja yang berpotensi ter-PHK atau telah ter-PHK dengan tujuan untuk memberikan keterampilan yang berbeda/baru guna wirausaha atau ahli profesi ke pekerjaan yang baru. *Re-skilling* juga dapat diberikan kepada pekerja yang akan memasuki usia pension agar dapat berwirausaha. Keempat, Sertifikasi Kompetensi Kerja adalah proses pemberian sertifikat kompetensi yang dilakukan secara sistematis dan obyektif melalui uji kompetensi yang mengacu kepada standar kompetensi kerja nasional Indonesia atau standar Internasional.(Rawie & Samputra, 2020).

Namun, Jika ditinjau dari kacamata konstitusi maka program kartu Pra-kerja ini merupakan wujud dari pengimplementasian dari pasal 27 ayat (2) UUD NRI tahun 1945 yang berbunyi: "*tiap-tiap warga negara berhak atas pekerjaan dan penghidupan yang layak bagi kemanusiaan.*" Jika dicermati, ada dua frasa inti dipasal tersebut, yakni; *berhak atas pekerjaan dan penghidupan yang layak*. Bentuk kartu Pra-kerja ini sendiri hanya sebatas untuk memberikan penghidupan yang layak namun tidak membrikan jaminan pekerjaan.

Hal ini pun sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Consuello, 2020) menurut nya jika melihat kondisi sekarang maka kurang tepat bila mengeluarkan Kartu Pra-kerja sebagai salah satu jaringan pengaman social yang disediakan oleh pemerintah di tengah wabah Covid-19 ini, karena yang dibutuhkan oleh masyarakat sekarang adalah bantuan yang cepat dan konkret yaitu bantuan yang diterima langsung tanpa harus berhadapan dengan prosedur-prosedur atau proses seleksi yang dapat menghambat waktu turunnya bantuan tersebut dan dapat menghambat manfaatnya secara langsung.

Program Kartu Pra-kerja juga memiliki tujuan untuk mengasah kemampuan masyarakat agar lebih diprioritaskan di dunia kerja sehingga dapat meningkatkan peluang karir. Program Kartu prakerja tidak hanya sebagai program bantuan yang hanya memberikan bantuan berupa uang kepada penerimanya, sekaligus program yang mendidik masyarakat agar tidak selalu mengharap uluran tangan dari pemerintah,

dengan adanya pelatihan-pelatihan yang diberikan seharusnya mampu menjadikan masyarakat lebih mandiri dan mejadi batu loncatan agar memiliki kehidupan lebih baik lagi. Program Kartu Pra-kerja ini juga bisa diartikan sebagai upaya pemerintah dalam memberikan stimulus untuk perbaikan sumber daya manusia yang merupakan kemampuan terpadu dari daya pikir dan daya fisik yang dimiliki individu. Perilaku yang sifatnya ditentukan oleh keturunan dan lingkungannya, sedangkan prestasi kerjanya dimotivasi oleh keinginan untuk memenuhi kepuasannya. Manusia adalah orangnya, sedangkan SDM harus ditingkatkan supaya produktivitas kerjanya meningkat, sehingga mencapai hidup sejahtera.(Priyono dan Marnis, 2008). Sumber daya manusia yang berkualitas tinggi adalah sumber daya manusia yang mampu menciptakan bukan saja nilai komparatif tetapi juga nilai *kompetitif, generative, inovatif* dengan menggunakan *energy* tertinggi seperti *intelligence, creativity* dan *imagination*. (Edy Sutrisno, 2017)

Sumber daya manusia yang berkualitas dapat diukur melalui bidang pendidikan. Pendidikan dan pelatihan dapat menjadi nilai tambah seorang manusia. Hal ini dapat dijelaskan apabila semakin tinggi pendidikan seseorang atau semakin banya mengikuti pelatihan maka kemampuan dan keterampilan yang dimiliki semakin tinggi. (Nurkholis, 2016). Pelatihan (*training*) merupakan suatu proses pendidikan jangka pendek yang menggunakan prosedur sistematis, dengan mempelajari pengetahuan dan keterampilan teknis yang terbatas, serta mempelajari pengetahuan konseptual dan teoritis untuk mencapai tujuan yang umum.(Kandou, 2013)

Pelatihan yang ada pada program kartu Pra-kerja dinilai dapat menjadikan sumberdaya manusia yang berkualitas seperti halnya penelitian yang dilakukan oleh (Palmira Permata Bachtiar, Luhur Bima, Michelle Andrina, Nila Warda, 2020) dalam penelitian tersebut menyatakan bahwa pelatihan yang diberikan pada program kartu Pra-kerja tepat sasaran, pelatihan yang diikuti oleh peserta memberikan beberapa manfaat. Diantaranya adalah, pengetahuan peserta meningkat, materi pelatihan dapat dipraktikan, materi pelatihan relevan dengan pekerjaan saat ini dan materi pelatihan relevan dengan pekerjaan yang ingin dilakukan pada masa mendatang. Dan pendapat para peserta pelatihan program kartu Pra-kerja tentang manfaat pelatihan dapat dibedakan menjadi dua, yaitu pertama, pelatihan yang diikuti bermanfaat karena peserta akan membuka usaha atau ingin meningkatkan usahanya saat ini. Peserta adalah calon atau pelaku usaha, dan kedua, pelatihan yang diikuti bermanfaat karena peserta bekerja atau bercita-

cita untuk mekerja di bidang yang terkaid dengan pelatihan yang diikuti, peserta merupakan pekerja atau calon pekerja.

Objek penelitian dari penelitian ini adalah masyarakat penerima Program Kartu Pra-kerja di desa Sidorejo Kecamatan Langsa Lama, tulisan ini mencoba menjawab pertanyaan berikut: Bagaimana efektifitas program kartu prakerja dalam membangun sumber daya manusia di tengah pandemi? dan Apakah program kartu prakerja berperan dalam membangun kualitas sumber daya manusia di tengah pandemi?

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari wawancara yang mendalam terhadap masyarakat penerima bantuan program kartu Prakerja. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat desa Sidorejo penerima bantuan program kartu Pra-kerja.

Adapun yang menjadi kriteria dalam pengambilan sampel adalah, masyarakat penerima bantuan program kartu Prakerja yang tidak berkerja, sedang mencari pekerjaan, *fresh graduation* dan sedang berkerja. Data-data yang diperlukan dalam penelitian ini, dikumpulkan melalui tiga cara yaitu: Observasi, Wawancara, dan Dokumentasi. Analisis data dilakukan secara berkesinambungan dari awal sampai akhir, di lapangan maupun di luar lapangan. Dalam hal ini digunakan teknik analisis data yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman, yaitu reduksi data, penyajian data, interpretasi data dan kesimpulan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Efektifitas Program Kartu Prakerja Dalam Membangun Sumber Daya Manusia di Tengah Pandemi**

Kartu Pra-kerja merupakan program dari pemerintah yang digunakan sebagai jaringan pengaman sosial ditengah pandemi. Bahkan program ini dapat menjadi boomerang yang dapat menyerang kapan saja, mengingat tinggi nya jumlah pengangguran yang akan terus bertambah setiap waku nya. Proses yang dilakukan setiap peserta Pra-kerja agar lulus seleksi sampai dapat menerima manfaat dari program

tersebutpun cukup panjang, terdapat beberapa serangkaian kegiatan yang harus dilakukan oleh setiap peserta sampai dinyatakan lulus, dan hal ini menjadi polemic tersendiri ditengah masyarakat yang ingin mendaftar.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara peneliti dengan informan (Masyarakat penerima bantuan Pra-kerja) tujuan mereka mengikuti program ini adalah untuk bantuan uang tunai yang akan didapat setelah menyelesaikan setiap proses dari Pra-kerja, dan hasil pernyataan informan sebagai berikut:

“beliau menyatakan bahwa sebenarnya beliau tidak tau apa itu Program Kartu Prakerja dan apatujuan pemerintah mengeluarkan Program tersebut. Beliau tertarik mengikuti program tersebut karena ada *insentif* nya apalagi di tengah pandemi saat ini pemasukan suami lagi sedikit dan beliaupun tertarik untuk mendaftarnya, yang mendaftarkan program Prakerjapun orang lain (agen Pra-kerja) karena sebenarnya beliau tidak mengerti bagaimana cara mendaftarnya dan tidak pandai mengenakan teknologi, memang setiap proses dari program Pra-kerja di lakukan secara online, dan selama proses pendaftaran dan pelatihan berlangsung beliau ikut serta di dalamnya, beliau mengambil program keahlian Make-up, setelah beliau mengikuti program tersebut beliau lebih memahami lagi bagaimana cara bermakeup yang lebih baik, dari sebelumnya tidak bisa dan mengerti makeup sekarang jadi memiliki pengetahuan tentang makeup. Namun, setelah mengikuti program tersebut beliau tidak mengembagkan ilmu yang didapatkan nya, ilmu yang didupatkannya hanya untuk digunakan dirinya sendiri dan uang *insentif* yang didupatkannya digunakan untuk keperluan sehari-harinya”(Wawancara Ibu MA/Ibu rumah tangga).

“Pada saat peneliti menanyakan sebuah pertanyaan kepada bapak YD, beliau malah meminta istrinya untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan dari peneliti, memang selama mendaftar sampai pelatihan istrinya yang menjalankannya, istri dari beliaupun juga ikut mendaftar tapi di *diskualifikasi* karena istri beliau mendapatkan batuan BPJS Kertanakerjaan dan beliau dinyatakan gugur. Selama proses wawancara dengan Ibu YN, beliau menjawab pertanyaan-pertanyaan yang peneliti tanyakan dengan sangat baik dan beliau sangat memahami keahlian yang didupatkannya setelah mengikuti pelatihan. Ternyata beliau adalah agen dari Kartu Prakerja dimana beliau mendaftarkan orang-orang yang ingin mendaftar Program tersebut, dari pernyataan beliau selama

mendaftarkan oranglain beliau hanya mengambil program pelatihan yang sama agar memudahkannya dalam mengikuti pelatihan serta sudah diketahui jawaban dari setiap pertanyaan yang diberikan oleh pihak penyelenggara program kartu Pra-kerja. Sudah banya orang yang di daftarkannya, mulai dari keluarganya,tetangga-tetangga nya sampai rekan-rekan kerjanya''(wawancara Ibu YN/Pegawai Hotel).

Dari hasil pernyataan wawancara di atas, darisini dapat dilihat bahwa program kartu prakerja kurang efektif dalam membangun sumberdaya manusia, di tengah pandemi saat ini lebih baik pemerintah memberikan bantuan berupa uang tunai saja, tanpa harus mengikuti serangkaian proses yang membingungkan banya masyarakat yang hanya menginginkan uang dari program tersebut dan pada saat proses pendaftara dan pelatihan program kartu Pra-kerja yang dilakukan secara online beberapa dari mereka menggunakan agen kartu Pra-kerja, hal ini dikarenakan minimnya pengetahuan mereka terhadapap kemajuan teknologi.

Agen kartu Pra-kerja merupakan orang yang mendaftarkan oranglain dan hanya mengambil pelatihan yang sudah dipahami oleh nya sehingga peluang untuk lolos besar dan para masyarakat yang telah di daftarkan oleh agen tersebut memberikan uang tanda terimakasih, pada masa pandemi saat ini tentunya lapangan kerja terbatas, mengikuti program kartu Pra-kerja tidak selalu menjamin seseorang akan mendapatkan pekerjaan dengan mudah.

### **Peran Program Pra-kerja dalam membangun kualitas sumber daya manusia di tengah pandemic**

Menurut hasil pengamatan peneliti, Program Pra-kerja berperan sangat baik dalam mengembangkan kualita sumberdaya manusia, hal inipun disampaikan oleh salah satu informan yang menyatakan bahwa:

“Dengan mengikuti pelatihan program kartu Pra-kerja beliau menjadi lebih memahami tentang marketing. marketing adalah pelatihan yang beliau ambil dalam mendaftar Pra-kerja, menurut pernyataan beliau, pada saat beliau direkomendasikan oleh temannya untuk mendaftar pekerjaan di SMS Finance (PT Sinar Mitra Sepadan), awalnya beliau mendaftar sebagai *debt collector* namun karena beliau memiliki

sertifikat marketing yang di dapat dari mengikuti Pra-kerja beliaupun memasukan sertifikat tersebut di berkas lamaran pekerjaan dan sertifikat tersbut telah mengantarkan beliau di terima kerja sebagai marketing bukan *debt collecto*” (wawancara Bapak AK/Karyawan SMS Finance)

Dan dari wawancara di atas juga dapat kita lihat, bagi beberapa orang Prakerja berperan sangat baik dalam membangun kualitas sumber daya manusia dengan mengikuti pelatihan Pra-kerja menambah wawasan dan skill mereka sehingga berguna bagi kehidupan kedepannya. Sertifikat yang didapatkan nya setelah mengikuti pelatihanpun bermanfaat baginya untuk mendapatkan pekerjaan yang sesuai kemampuan.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan uraian tentang efektifitas dan peran Program kartu Pra-kerja dalam membangun sumberdaya manusia ditengah pandemic maka dapat diambil kesimpulan bahwa program kartu Pra-kerja dinilai kurang efektif karena ditengah pandemi saat ini yang dibutuhkan masyarakat adalah bantuan uang tunai secara langsung tanpa harus mengikuti serangkaian proses yang panjang, dan pendaftaran Pra-kerja yang dilaksanakan secara online membuat sejumlah orang harus menggunakan jasa agen Pra-kerja karena ketidak fahaman mereka terhadap teknologi dan mengikuti program Pra-kerja tidak menjamin seseorang langsung diterimakerja. Selain itu, program kartu Pra-kerja dinilai dalam membangun kualitas sumber daya manusia hal ini dikarenakan Pra-kerja membah kemampuan, pengetahuan dan Kreativitas para peserta yang telah mengikuti pelatihan ini dapat menjadi modal dasar kedepannya untuk lebih maju dari sebelumnya dan sertifikat yang di dapat juga dapat digunakan apabila ada peluang pekerjaan.

## **PUSTAKA ACUAN**

- Consuello, Y. (2020). Analisis Efektifitas Kartu Pra-kerja di Tengah Pandemi Covid-19. *Buletin Hukum Dan Keadilan*, 4(1), 93–100. Retrieved from <http://journal.uinjkt.ac.id/index.php/adalah/article/view/15479>
- Edy Sutrisno. (2017). Manajemen Sumber Daya Manusia. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, p. 243. Jakarta: Kencana.
- Kandou, E. E. (2013). Pengaruh Pelatihan Dan Pengembangan Karyawan Terhadap

Produktivitas Kerja Karyawan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

Nadeak, B. (2019). Manajemen Pelatihan dan Pengembangan. In I. Jatmoko (Ed.), *Buku Materi Pembelajaran* (pertama). Retrieved from <http://repository.uki.ac.id/id/eprint/1308>

Nurkholis, A. (2016). *TEORI PEMBANGUNAN SUMBERDAYA MANUSIA: Human Capital Theory, Human Investment Theory, Human Development Theory, Sustainable Development Theory, People Centered Development Theory*. 1–16.

Palmira Permata Bachtiar, Luhur Bima, Michelle Andrina, Nila Warda, A. Y. (2020). Analisis Efektifitas Kartu Pra-kerja di Tengah Pandemi Covid-19. *Buletin Hukum Dan Keadilan*, 4(1), 93–100. Retrieved from <http://journal.uinjkt.ac.id/index.php/adalah/article/view/15479>

Priyono dan Marnis. (2008). *Buku Manajemen Sumber Daya Manusia* (Cetakan Pe; Teddy Chandra, Ed.). Surabaya: Zifatama Publisher.

Rafitrandi, D. (2020). Program Kartu Prakerja : Tantangan Implementasi di Masa Pandemi COVID-19 dan Sesudahnya. *Centre for Strategic and International Studies*, (April), 1–6. Retrieved from <https://www.csis.or.id/publications/program-kartu-prakerja-tantangan-implementasi-di-masa-pandemi-covid-19-dan-sesudahnya>

Rawie, Y., & Samputra, P. L. (2020). Analisis Cost and Effectivity Program Kartu Prakerja di Indonesia. *Journal*, 5(2), 118–139. Retrieved from <https://journal.uny.ac.id/files/journals/22/articles/32430/submission/review/32430-85288-1-RV.pdf>

## Pengaruh Pengetahuan, Motivasi dan Modal Minimum terhadap Minat Berinvestasi

Dewi Maulida\*, Ade Fadillah FW Pospos, Iskandar

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Langsa, Aceh

\*Dewimaulida03@gmail.com

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Pengetahuan, Motivasi dan Modal Minimum Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal pada Galeri Investasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan penarikan Sampel *purposive sampling*. Sampel yang digunakan adalah mahasiswa FEBI angkatan  $\geq 2016$  yang mempunyai rekening saham sebanyak 65 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan membagikan kepada mahasiswa FEBI yang telah memiliki rekening saham. Metode Analisis Data menggunakan regresi linear berganda, uji asumsi klasik dan uji hipotesis (uji t dan uji F). Hasil penelitian uji t menunjukkan bahwa masing-masing variabel independen yaitu Pengetahuan, Motivasi dan Modal Minimum secara parsial berpengaruh positif dan signifikan. Hasil penelitian uji F menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama antara variabel Pengetahuan, Motivasi dan Modal Minimum terhadap minat investasi. Kesimpulan dari penelitian ini berdasarkan analisis koefisien determinasi (*adjusted R<sup>2</sup>*) bahwa 61% variasi nilai minat investasi ditentukan oleh tiga variabel yaitu Pengetahuan, Motivasi dan Modal Minimum. Sedangkan sisanya 39% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** Pengetahuan, Motivasi, Modal minimum, Investasi

### ABSTRACT

*This study aims to determine the effect of knowledge, motivation and minimum capital on investment interests in the capital market at the Investment Gallery of the Faculty of Economics and Islamic Business, IAIN Langsa. The method used is a quantitative approach. This study uses sampling purposive sampling. The sample used was a FEBI student class of 2016 who had a stock account of 65 respondents. Data collection techniques using a questionnaire by distributing to FEBI students who already have a stock account. Data Analysis Method uses multiple linear regression, classic assumption test and hypothesis test (t test and F test). T test results showed that each independent variable, namely Knowledge, Motivation and Minimum Capital partially had a positive and significant effect. The results of the F test show that there is a positive and significant influence together between the variables of Knowledge, Motivation and Minimum Capital on investment interest. The conclusion of this study is based on the analysis of the coefficient of determination (adjuster R<sup>2</sup>) that 61% of the variation in the value of investment interest is determined by three variables namely Knowledge, Motivation and Minimum Capital. While the remaining 39% is explained by other variables not included in this study.*

**Keywords:** Knowledge, Motivation, Minimum Capita, Investment

## **PENDAHULUAN**

Pasar modal secara umum dapat diartikan sebagai suatu tempat bertemunya para penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi dalam rangka memperoleh modal. Selain itu 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 memepertemukan penawaran jual dan beli efek pihak-pihak lain dengan tujuan memperdagangkan efek di antara mereka.

Mahasiswa menjadi perhatian khusus dalam program edukasi di pasar modal BEI (Bursa Efek Indonesia), Galeri investasi Bursa Efek Indonesia (BEI) merupakan sarana untuk memperkenalkan pasar modal sejak dini kepada dunia akademisi. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa merupakan salah satu institut yang telah mempunyai Galeri Investasi. Dibukanya galeri investasi ini merupakan program kerja sama antara Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) dengan Bursa Efek Indonesia (BEI) dan PT MNC Sekuritas. Pengetahuan dasar mengenai investasi merupakan hal sangat penting untuk dimiliki oleh calon investor. Hal ini bertujuan agar investor terhindar dari praktik-praktik investasi yang tidak rasional (judi), budaya ikut-ikutan, penipuan, dan resiko kerugian. Pengetahuan yang memadai tentang cara berinvestasi yang benar sangat diperlukan untuk menghindari terjadinya kerugian saat berinvestasi di pasar modal, seperti pada instrumen investasi saham. Untuk itu pengetahuan dalam berinvestasi sangat dibutuhkan oleh para investor.

Begitu juga dengan mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa khususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI). Fakultas tersebut bahkan memiliki mata kuliah khusus yaitu Pasar Modal, seharusnya dengan adanya mata kuliah tersebut diharapkan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) akan memiliki pengetahuan yang lebih baik mengenai pasar modal dibandingkan dengan fakultas lainnya.

Namun pada kenyataannya, meskipun Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa telah memiliki mata kuliah Pasar Modal serta telah memiliki galeri investasi, mahasiswa masih belum sepenuhnya memahami mengenai pasar modal dan belum sepenuhnya mengerti apa itu investasi.

Oleh karenanya masih banyak mahasiswa FEBI yang belum berinvestasi pada galeri investasi tersebut.

Salah satu faktor yang mempengaruhi mahasiswa dalam berinvestasi adalah motivasi, motivasi adalah suatu dorongan yang diberikan dan yang timbul dalam diri seseorang yang ditandai dengan timbulnya perasaan dan reaksi untuk mencapai suatu tujuan. Sebagian mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) yang telah memiliki rekening investasi atau rekening saham memiliki akses informasi yaitu salah satunya dengan aplikasi untuk bertransaksi. Mahasiswa yang telah memiliki rekening investasi tersebut tentunya telah mengerti bagaimana cara melakukan transaksi di pasar modal. Bahkan mahasiswa tersebut juga telah membeli beberapa saham yang diinginkannya. Seharusnya hal tersebut dapat membuat mahasiswa terus melakukan transaksi di pasar modal dan terus memantau saham yang telah dibeli serta akan terus melakukan transaksi-transaksi lainnya.

Namun pada kenyataannya, setelah melakukan wawancara dengan beberapa orang responden yang merupakan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), meskipun mahasiswa-mahasiswa tersebut telah memiliki rekening efek atau rekening investasi dan juga telah melakukan transaksi jual beli seperti membeli saham, mereka tidak sepenuhnya mendalami mengenai investasi tersebut, rata-rata mereka hanya melakukan transaksi sebanyak 2 (dua) kali dan tidak terus memantau saham yang telah dibeli tersebut. Saham yang telah di beli hanya dibiarkan begitu saja. Hal ini dikarenakan motivasi atau semangat investasi mahasiswa masih rendah. Mereka hanya semangat di awal nya saja namun semangat itu hilang ketika mereka sudah mempraktikkannya. Bahkan mereka hanya membuka rekening saham karena adanya tuntutan pada mata kuliah pasar modal dan reksadana syariah yang mengharuskan untuk melakukan praktik jual beli saham.

Di beberapa sekuritas saat ini, dana awal yang harus disetorkan untuk membuat account cukup berkisar harga Rp.100.000.00-. Modal yang disetorkan ketika membuka akun tidak harus dibelanjakan seluruhnya untuk membeli saham. Setelah pembukaan akun selesai, kita dapat mentransfer kembali sebagian dari modal yang kita setor, dan menyisakan sejumlah yang ingin kita investasikan saja. Hal ini juga didukung dengan diterapkannya penurunan jumlah saham dari sebelumnya 500 lembar per lot menjadi 100 lembar per lot, sehingga sangat terjangkau oleh mahasiswa.

Namun, pada kenyataannya meskipun dana awal atau modal awal investasi hanya Rp.100.000.00-.mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) tetap masih belum banyak yang melakukan investasi dan tidak berminat menabung saham. Hal ini dibuktikan dengan hasil wawancara dengan beberapa orang responden yang merupakan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI). Padahal hal tersebut menjadi kesempatan atau peluang bagi mahasiswa yang ingin menabung saham di pasar modal dengan modal yang minim dan terjangkau.

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 sarana untuk mempertemukan penawaran jual beli efek pihak-pihak lain dengan tujuan memperdagangkan efek di antara mereka. Bursa efek di Indonesia dikenal Bursa Efek Jakarta (BEJ) dan Bursa Efek Surabaya (BES). Namun, pada tanggal 30 Oktober 2007 BES dan BEJ di *merger* (penggabungan) dengan nama Bursa Efek Indonesia (BEI). Sehingga dengan demikian hanya ada satu pelaksana bursa efek di Indonesia, yaitu BEI. (Andri Soemitra, 2009)

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-efek syariah adalah efek sebagaimana dimaksud dalam peraturan perundang-undangan di bidang pasar modal yaitu akad, pengelolaan perusahaan, maupun cara penerbitannya memenuhi prinsip-prinsip syariah. Adapun yang dimaksud dengan prinsip-prinsip syariah adalah prinsip yang didasarkan oleh syariah ajaran Islam yang penetapannya dilakukan oleh DSN-MUI melalui fatwa.

Saham adalah surat berharga yang dikeluarkan oleh sebuah perusahaan yang berbentuk Perseroan Terbatas (PT) atau yang biasa disebut dengan emiten. Saham syariah adalah saham yang memenuhi prinsip-prinsip syariah. Saham menunjukkan bahwa pemilik saham tersebut adalah pemilik sebagian dari perusahaan. Dengan demikian jika seseorang membeli saham maka ia pun menjadi salah seorang pemilik perusahaan tersebut. (Sawidji Widodoatmodjo, 2004)

Kata investasi merupakan kata adopsi dari bahasa inggris, yaitu *investment*. Kata *invest* sebagai kata dasar dari *investment* memiliki arti menanam. dalam kamus istilah pasar modal dan keuangan, kata investasi diartikan sebagai penanaman uang atau modal

dalam suatu perusahaan untuk memperoleh keuntungan. (Parluhutan Situmorang, et. al., 2010). Pengetahuan investasi merupakan pengetahuan dasar yang harus dimiliki untuk melakukan investasi. Pengetahuan akan hal tersebut dapat memudahkan seseorang untuk mengambil keputusan berinvestasi, karena pengetahuan merupakan dasar bagi seseorang untuk mampu melakukan sesuatu yang sesuai dengan yang diinginkannya.

Motivasi sering diartikan dengan istilah dorongan/daya penggerak serta dapat diartikan juga sebagai semangat. Motivasi adalah kondisi yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu hal tertentu. Menurut Grey motivasi merupakan sebuah proses yang bersifat internal dan eksternal bagi seorang individu, yang menyebabkan timbulnya sikap antusiasme dalam melakukan kegiatan-kegiatan tertentu. (Tim Musyawarah Guru Bimbingan dan Konseling, 2002)

Modal minimum investasi merupakan salah satu dari faktor yang harus dipertimbangkan oleh seseorang sebelum mengambil keputusan untuk berinvestasi. Dalam Modal minimum investasi terdapat perhitungan estimasi dana untuk investasi, semakin minimum dana yang dibutuhkan akan semakin tinggi pula minat seseorang untuk berinvestasi. Modal investasi adalah modal yang digunakan untuk melakukan pembelian efek. Besaran modal untuk berinvestasi tergantung dari jenis produk investasi yang diinginkan untuk dibeli. (Aloysius Gonzaga Hastya Winantyo, 2017)

Minat merupakan suatu keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian khusus terhadap sesuatu dan disertai dengan keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikannya. Minat timbul karena adanya perhatian yang mendalam terhadap suatu objek. Hal ini menunjukkan, bahwa dalam minat, di samping perhatian juga terkandung suatu usaha untuk mendapatkan sesuatu dari objek minat tersebut (Darmadi, 2017). Minat juga dapat diartikan sebagai kecenderungan seseorang untuk melakukan sesuatu perbuatan. Misal minat untuk mempelajari atau melakukan sesuatu. minat investasi adalah keinginan seseorang untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikan lebih lanjut segala yang berhubungan dengan Investasi.

## **METODOLOGI**

Tempat penelitian ini dilaksanakan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa. Objek penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Langsa yang telah mengambil mata kuliah pasar modal dan reksadana syariah serta telah membuka rekening saham.

Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan penarikan Sampel *purposive sampling* (Jogiyanto, 2007), Sampel yang digunakan adalah mahasiswa FEBI yang mempunyai rekening saham sebanyak 65 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan membagikan kepada mahasiswa FEBI yang telah memiliki rekening saham. Data yang telah di dapat selanjutnya akan diolah dengan program SPSS Versi 20. Metode Analisis Data menggunakan regresi linear berganda, uji asumsi klasik dan uji hipotesis (uji t dan uji F).

Model persamaan regresi dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan :

- Y : Minat Investasi
- a : Subjek dalam variabel dependen yaitu keputusan investasi
- $b_{1,2,3}$  : Koefisien regresi untuk masing-masing variabel independen
- $X_1$  : Pengetahuan Investasi
- $X_2$  : Motivasi
- $X_3$  : Modal Minimum Investasi
- e : *error*

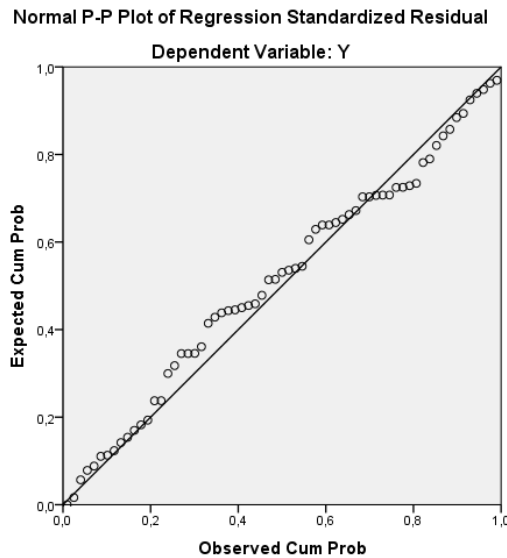
## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Pengujian normalitas data dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independennya memiliki distribusi normal atau tidak. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas

**Gambar 1.** Kurva *Normal P – Plot*



Dengan melihat gambar *Normal P – Plot* dapat diketahui bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka data terdistribusi dengan normal dan model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

**Uji Multikolinieritas**

Uji multikolinieritas adalah uji untuk variabel bebas, dimana korelasi antar variabel bebas dilihat. Multikolinieritas dapat diketahui dari nilai *Varians Inflation factor* (VIF) dan nilai *tolerance*. Jika nilai VIF < 10 dan nilai *tolerance* > 0,1 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.

**Tabel 1.** Hasil Uji Multikolinieritas

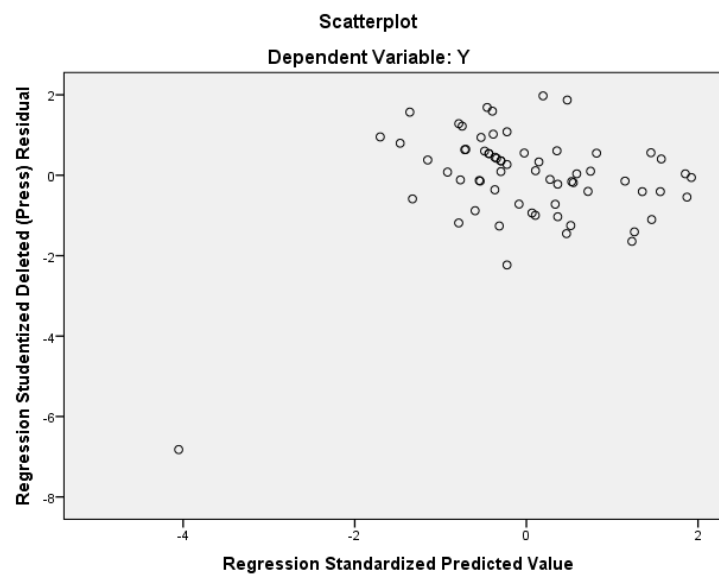
Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF	KET
Pengetahuan (X1)	0,610	1,639	Lolos
Motivasi (X2)	0,587	1,703	Lolos
Modal Minimal (X3)	0,940	1,064	Lolos

Hasil uji multikolinieritas pada Tabel 1 menunjukkan bahwa nilai *tolerance* variabel X1, X2 dan X3 yaitu > 0,1. Sementara itu nilai VIF variable X1, X2 dan X3 yaitu < 10. Dapat diambil kesimpulan bahwa variabel pengetahuan, motivasi dan modal

minimal tidak mengandung multikolinearitas. Artinya tidak terjadi korelasi antar variabel independen.

### Uji Heteroskedastisitas

Dalam pengambilan keputusannya adalah jika pola tertentu, seperti titik-titik (poin-poin) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur, maka terjadi heterokedastisitas.



**Gambar 2.** Hasil Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan gambar diatas, terlihat titik-titik pada Grafik *Scattreplot* menyebar atau tidak membentuk pola tertentu serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Artinya tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi yang digunakan, sehingga model regresi layak dipakai untuk menganalisis pengaruh pengetahuan, motivasi dan modal minimal terhadap minat investasi di pasar modal pada galeri investasi FEBI IAIN Langsa.

Cara lain untuk menguji heterokedastisitas adalah dengan menggunakan uji *Glejser*, dilakukan dengan meregresikan variabel-variabel bebas terhadap nilai absolut residualnya. Kriteria penarikan kesimpulan tidak terjadi heterokedastisitas adalah jika nilai probabilitas sig > 0,05 (dilihat pada output yakni pada tabel Coefficients).

**Tabel 2.** Hasil Uji *Glejser*

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	9,962	8,481		1,175	,245
1 X1	-,064	,126	-,083	,508	,613
X2	,072	,130	,097	,556	,580
X3	-,417	,442	-,131	,945	,349

a. Dependent Variable: AbsRes

Dari hasil uji diatas dapat dilihat bahwa nilai probabilitas Sig lebih besar dari 0,05. Dengan demikian model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi heterokedastisitas atau lolos uji heterokedastisitas.

**Uji Autokorelasi**

Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah terjadi korelasi antara satu periode t dengan periode sebelumnya (t-1). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah bebas dari autokorelasi. Salah satu cara mengindentifikasinya adalah dengan melihat nilai Durbin Watson (D-W).

**Tabel 3.** Hasil Uji Autokorelasi

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	Adjusted R Square	Standard Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
				R Square Change	F Change	df1	df2	Significance F	
1	,793	,628	3,740	,628	34,389	3	1	,000	1,913

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Dari hasil pengujian tersebut diperoleh nilai D-W yang dihasilkan dari model regresi adalah 1,913. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai D-W berada diantara -2 sampai +2 dengan demikian regresi dalam penelitian ini tidak ada autokorelasi. Sehingga asumsi klasik dari penelitian ini terpenuhi.

**Analisis Regresi Berganda**

Hasil analisis regresi berganda terhadap pengaruh pengetahuan, motivasi dan modal minimal terhadap minat investasi di pasar modal pada galeri investasi FEBI adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.** Hasil Uji Regresi Linear Berganda

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-13,001	6,030		-2,156	,035
1 X1	,333	,113	,295	2,955	,004
X2	,239	,112	,217	2,130	,037
X3	1,907	,254	,605	7,513	,000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan pada Tabel 4.12 ditunjukkan sebagai berikut:

$$Y = -13,001 + 0,333 (X1) + 0,239 (X2) + 1,907 (X3) + e$$

1. Nilai konstan (Y) sebesar -13,001 jika variabel pengetahuan, motivasi dan modal minimal nilainya adalah nol (0), maka variabel minat investasi di pasar modal pada galeri investasi FEBI (Y) akan berada pada angka -13,001
2. Koefisien regresi pengetahuan (X1) sebesar 0,333, artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan pengetahuan (X1) mengalami kenaikan 1 kali maka minat investasi di pasar modal pada galeri investasi FEBI (Y) juga akan meningkat 0,333.
3. Koefisien regresi motivasi (X2) sebesar 0,239, artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan motivasi (X2) mengalami kenaikan 1 kali maka minat investasi di pasar modal pada galeri investasi FEBI (Y) juga akan meningkat 0,239.
4. Koefisien regresi modal minimal (X3) sebesar 1,907, artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan modal minimal (X3) mengalami kenaikan 1 kali maka minat investasi di pasar modal pada galeri investasi FEBI (Y) juga akan meningkat 1,907.

## Uji Hipotesis

### Uji t (Uji Parsial)

Uji signifikansi secara parsial digunakan untuk melihat pengaruh tiap-tiap variabel independen secara sendiri-sendiri terhadap variabel dependennya. Dalam regresi linear berganda, hal ini perlu dilakukan karena tiap-tiap variabel independen memberi pengaruh yang berbeda dalam model.

**Tabel 5.** Hasil Uji t

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-13,001	6,030		-2,156	,035
1 X1	,333	,113	,295	2,955	,004
X2	,239	,112	,217	2,130	,037
X3	1,907	,254	,605	7,513	,000

a. Dependent Variable: Y

1. Pengaruh pengetahuan investasi (X1) terhadap minat investasi di pasar modal pada galeri investasi FEBI IAIN Langsa

$H_a$  : Pengetahuan investasi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat investasi di pasar modal pada galeri investasi FEBI IAIN Langsa.

Berdasarkan Tabel 4.12 diatas menunjukkan bahwa nilai variabel pengetahuan  $t_{hitung} 2,955 > t_{tabel} 1,668$  dengan nilai signifikansi sebesar  $0,004 < \alpha 0,05$  maka  $H_0$  ditolak. Artinya pengetahuan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi di pasar modal pada galeri investasi FEBI IAIN Langsa

2. Pengaruh motivasi investasi (X2) terhadap minat investasi di pasar modal pada galeri investasi FEBI IAIN Langsa

$H_a$  : Motivasi investasi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat investasi di pasar modal pada galeri investasi FEBI IAIN Langsa.

Berdasarkan Tabel 4.12 diatas menunjukkan bahwa nilai variabel motivasi  $t_{hitung}$  2,130 >  $t_{tabel}$  1,668. dengan nilai signifikansi sebesar 0,037 < alpha 0,05 maka  $H_0$  ditolak. Artinya motivasi (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap minat investasi di pasar modal pada galeri investasi FEBI IAIN Langsa

3. Pengaruh modal minimal investasi (X3) terhadap minat investasi di pasar modal pada galeri investasi FEBI IAIN Langsa

$H_a$  : Modal minimal investasi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat investasi di pasar modal pada galeri investasi FEBI IAIN Langsa

Berdasarkan Tabel 4.12 diatas menunjukkan bahwa nilai variabel modal minimal  $t_{hitung}$  7,513 >  $t_{tabel}$  1,668. dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < alpha 0,05 maka  $H_0$  ditolak. Artinya modal minimal (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap minat investasi di pasar modal pada galeri investasi FEBI IAIN Langsa

### **Uji F (Uji Simultan)**

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas (pengetahuan, motivasi dan modal minimal) yang dimasukkan ke dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Minat Investasi). Hasil uji F dapat dilihat pada Tabel 6 berikut ini.

**Tabel 6.** Hasil Analisis Uji F

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

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. Regression	1443,261	3	481,087	34,389	,000 <sup>b</sup>
1. Residual	853,355	61	13,989		
Total	2296,615	64			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Berdasarkan Tabel 6 pengujian hipotesis yang menyatakan ada pengaruh secara simultan (keseluruhan) Pengaruh pengetahuan investasi, motivasi dan modal minimal investasi terhadap minat investasi di pasar modal pada galeri investasi FEBI IAIN Langsa dapat dilihat dari hasil uji F pada tabel.  $F_{tabel}$  ditentukan sebesar 2,75. Jadi nilai  $F_{hitung}$   $34,389 > F_{tabel}$  2,75 dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ , maka terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan investasi, motivasi dan modal minimal investasi terhadap minat investasi di pasar modal pada galeri investasi FEBI IAIN Langsa.

**Koefisiensi Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) mengukur seberapa jauh kemampuan model di dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) berkisar antara 0 sampai dengan 1. Semakin mendekati nol, maka semakin kecil pula pengaruh semua variabel independent terhadap nilai variabel dependent, dengan kata lain semakin kecil kemampuan model dalam menjelaskan perubahan nilai variabel dependen. Sedangkan jika koefisien determinasi mendekati 1 maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut dalam menerangkan variasi variabel dependen.

**Tabel 7.** Hasil Uji Determinasi ( $R^2$ )

**Model Summary<sup>b</sup>**

Code	R Square	Adjusted R Square	Standard Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
				R Square Change	F Change	df1	df2	Significance F	
1	,628	,610	3,740	,628	34,389	3	1	,000	1,913

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Pada Tabel 7 menunjukkan nilai *adjusted R<sup>2</sup>* sebesar 0,610 yang berarti bahwa 61 % variasi nilai minat investasi di pasar modal pada galeri investasi FEBI IAIN Langsa ditentukan oleh tiga variabel yang berpengaruh yaitu pengetahuan investasi, motivasi dan modal minimal investasi. Sedangkan sisanya (100% - 61 % =39 %) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam persamaan tersebut diatas.

## Pembahasan

### Pengaruh Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal pada Galeri Investasi FEBI IAIN Langsa

Variabel Pengetahuan merupakan variabel yang dapat mempengaruhi mahasiswa FEBI untuk berinvestasi di Pasar Modal pada Galeri Investasi FEBI. Pengetahuan investasi adalah pengetahuan dasar yang dimiliki untuk melakukan investasi. Pengetahuan akan hal tersebut dapat memudahkan seseorang untuk mengambil keputusan berinvestasi, karena pengetahuan merupakan dasar bagi seseorang untuk mampu melakukan sesuatu yang sesuai dengan yang diinginkannya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan investasi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat investasi di pasar modal pada galeri investasi FEBI IAIN Langsa. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji statistik diperoleh  $t_{hitung} 2,955 > t_{tabel} 1,668$  dengan nilai signifikan sebesar 0,004 Berdasarkan ketentuannya jika nilai  $sig < 0,05$  ( $0,004 < 0,05$ ) maka terdapat kontribusi yang signifikan pengetahuan investasi

terhadap minat investasi di pasar modal pada galeri investasi FEBI IAIN Langsa.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dari Rizki Chairul Fajar bahwa variabel pengetahuan investasi berpengaruh positif secara parsial terhadap Minat berinvestasi pada mahasiswa. Hal ini ditunjukkan oleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 18,269 dengan Nilai signifikan yang lebih kecil dari 0,05 yaitu  $0,000 < 0,05$ .

Pengetahuan sangat penting untuk memulai segala sesuatu termasuk saat ingin melakukan investasi. Pengetahuan mengenai investasi sangat dibutuhkan bagi seorang calon investor sebelum melakukan investasi karena Pengetahuan yang memadai akan memberikan keuntungan dan juga mampu menghindari risiko kerugian yang mungkin akan dialami oleh investor.

### **Pengaruh Motivasi Investasi Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal pada Galeri Investasi FEBI IAIN Langsa**

Motivasi sering diartikan dengan istilah dorongan/daya penggerak serta dapat diartikan juga sebagai semangat. Motivasi merupakan kondisi yang mendorong individu untuk melakukan sesuatu hal tertentu. motivasi investasi adalah dorongan pada diri seseorang untuk melakukan suatu tindakan yang berkaitan dengan investasi, baik dorongan yang berasal dari diri sendiri maupun dari orang lain.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial Motivasi Investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap minat investasi di pasar modal pada galeri investasi FEBI IAIN Langsa. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji statistik diperoleh  $t_{hitung}$  2,130 >  $t_{tabel}$  1,668 dengan nilai signifikan sebesar 0,037 Berdasarkan ketentuannya jika nilai sig < 0,05 ( $0,037 < 0,05$ ) maka terdapat kontribusi yang signifikan motivasi investasi terhadap minat investasi di pasar modal pada galeri investasi FEBI IAIN Langsa.

Hasil penelitian ini juga didukung dengan hasil penelitian sebelumnya Willis Nanda Syafitri yang menyatakan bahwa variabel motivasi secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan hal ini dibuktikan dengan T hitung untuk variabel motivasi sebesar 2,828 dengan signifikansi  $0,005 < 0,05$ .

Terdapat berbagai macam hal yang mampu mendorong seseorang termotivasi untuk melakukan investasi, salah satunya yaitu mendapatkan keuntungan (*return*).

### **Pengaruh Modal Minimal Investasi Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal pada Galeri Investasi FEBI IAIN Langsa**

Modal minimal investasi merupakan salah satu dari faktor yang harus dipertimbangkan oleh seseorang sebelum mengambil keputusan untuk berinvestasi. Dalam Modal minimum investasi terdapat perhitungan estimasi dana untuk investasi, semakin minimum dana yang dibutuhkan akan semakin tinggi pula minat seseorang untuk berinvestasi. Saat ini di beberapa sekuritas dana awal yang harus kita setor hanya sebesar Rp 100.000,-. Dana tersebut akan menjadi deposit awal yang tersimpan dalam account rekening saham kita dan bisa langsung digunakan untuk melakukan transaksi jual beli saham.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Modal Minimal Investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap minat investasi di pasar modal pada galeri investasi FEBI IAIN Langsa. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji statistik diperoleh  $t_{hitung} 7,513 > t_{tabel} 1,668$  dengan nilai signifikan sebesar 0,000 Berdasarkan ketentuannya jika nilai sig  $< 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ) maka terdapat kontribusi yang signifikan pengetahuan investasi terhadap minat investasi di pasar modal pada galeri investasi FEBI IAIN Langsa.

Hasil penelitian ini juga mendukung dari hasil penelitian sebelumnya Amalia Sundari dengan hasil analisis data dari uji T diperoleh bahwa variabel Modal Minimal Investasi memiliki  $t_{hitung} 2,566$  dengan nilai signifikansi  $0,012 < 0,05$  yang membuktikan bahwa variabel modal minimal investasi secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi.

Modal minimal investasi yang sangat terjangkau dapat meningkatkan minat investasi calon investor. Dengan modal minimal yang terjangkau juga akan memudahkan investor dengan dana yang minim untuk memulai berinvestasi.

### **Pengaruh Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi dan Modal Minimal Investasi Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal pada Galeri Investasi FEBI IAIN Langsa**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi dan Modal Minimal Investasi secara bersama-sama (simultan) terhadap Minat Investasi di Pasar Modal pada Galeri Investasi FEBI IAIN Langsa. Hal ini ditunjukkan dengan hasil pengujian uji F yang diperoleh nilai  $F_{hitung} 34,389 > F_{tabel} 2,75$  dengan nilai signifikansi F sebesar 0,000 atau  $F < 0,05$ .

Hasil pengujian *Adjusted (R<sup>2</sup>)* pada penelitian ini sebesar 0,610 atau 61%. Nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan besarnya koefisien determinasi dari pengetahuan investasi, motivasi investasi dan modal minimal investasi berpengaruh terhadap minat investasi di pasar modal pada galeri investasi FEBI sebesar 61 % dan sisanya 39 % dipengaruhi oleh variabel lain. Artinya semakin meningkat pengetahuan investasi, motivasi investasi dan modal minimal investasi maka akan meningkatkan minat investasi di pasar modal pada galeri investasi FEBI.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan. Pertama, secara parsial Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi dan Modal Minimal investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi di pasar modal pada galeri investasi FEBI IAIN Langsa. Artinya, Semakin tinggi tingkat Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi dan Modal Minimal investasi maka minat investasi mahasiswa FEBI di pasar modal pada galeri investasi FEBI IAIN Langsa juga akan semakin meningkat. Kedua, secara simultan Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi dan Modal Minimal investasi secara bersama sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi di pasar modal pada galeri investasi FEBI IAIN Langsa. Artinya semakin meningkat Pengetahuan Investasi dan Motivasi Investasi serta semakin terjangkau Modal Minimal investasi maka minat investasi di pasar modal pada galeri investasi FEBI IAIN Langsa juga akan semakin meningkat.

## PUSTAKA ACUAN

- Alfianika, Ninit. *Buku Ajar Metode Penelitian Pengajaran Bahasa Indonesia*. Yogyakarta: Deepublish. 2018.
- Darmadi. *Pengembangan Model Metode Pembelajaran Dalam Dinamika Belajar Siswa*. Yogyakarta: Deepublish Publisher. 2017.
- Dwiloka, Bambang dan Rati Diana, *Teknik Menulis Karya Ilmiah*. Jakarta: PT Rineka Cipta. 2005.
- Fakhruddin, Hendy M. *Istilah Pasar Modal A-Z*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo. 2008.
- Hadi, Nor. *Pasar Modal Edisi 2*. Yogyakarta : Graha Ilmu. 2015.
- Hastya Winantyo, Aloysius Gonzaga. *“Pengaruh Modal Minimal Investasi, Pengetahuan Investasi dan Preferensi Risiko Terhadap Minat Berinvestasi Mahasiswa”*. Skripsi: Universitas Sanata Dharma. 2017.

- Huda, Nurul dan Mustafa Edwin Nasution, *Investasi Pada Pasar Modal Syariah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2008).
- Juliandi, Azuar dan Irfan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Untuk Ilmu-ilmu Bisnis*. Bandung: CitaPustaka Media Perintis. 2013.
- Mardalis, *Metode Penelitian : Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta : Bumi Aksara. 2008
- Maulana, Panji Rizki. et. al. *Determinan Harga Saham Perbankan yang Terdaftar (2009-2012) di Bursa Efek Indonesia*, Jurnal : Universitas Brawijaya Malang. 2015.
- Mulyana, Mumuh. dkk. “Mengukur Pengetahuan Investasi Para Mahasiswa Untuk Pengembangan Galeri Investasi Perguruan Tinggi” dalam *Jurnal Analisis Sistem Pendidikan Tinggi*, Vol. 3 No. 1. 2019.
- Murni, Wahid. *pemaparan Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jurnal: Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Malang. 2017).
- Pajar, Rizki Chaerul. “Pengaruh Motivasi Investasi dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal pada Mahasiswa FE UNY”. Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta. 2017
- Pardiansyah, Elif. *Investasi dalam Perspektif Ekonomi Islam: Pendekatan Teoritis dan Empiris dalam Jurnal Ekonomi Islam*, Volume 8, Nomor 2. 2017.
- Pradja, Juhaya S. *Pasar Modal Syariah*. Bandung : Pustaka Setia. 2013.
- Rizal, Sofyan. *Saham Syariah, Pengertian, Peluang dan Hambatannya di Indonesia*, [https://smartaccounting.files.wordpress.com/2011/03/ekonis\\_seri2.pdf](https://smartaccounting.files.wordpress.com/2011/03/ekonis_seri2.pdf), Diunduh tanggal 1 januari 2020.
- Silowati, Yuliana. “*factor-faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Akuntansi Syariah untuk Berinvestasi di Pasar Modal Syariah (studi di IAIN Surakarta)*”. Skripsi: IAIN Surakarta. 2017.
- Situmorang, Parluhutan. et. al. *Jurus-jurus Berinvestasi Saham Untuk Pemula*. Jakarta: TransMedia Pustaka. 2010.
- Soemitra, Andri. *Bank dan Lembaga Keuangan Syaria*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2009.
- Sundari, Amalia. “*Analisis Pengaruh Modal Minimal dan pemahaman investasi terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam :studi kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung angkatan tahun 2014)*”. Skripsi : UIN Raden Intan Lampung. 2019.
- Syafitri, Willis Nanda. “*Pengaruh Pengetahuan, Motivasi, dan Belajar Pasar Modal Syariah Terhadap Minat Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung Berinvestasi di Pasar Modal Syariah*”. (Skripsi: UIN Raden Intan Lampung. 2018.
- TICMI. *Pengetahuan tentang efek-efek yang diperdagangkan di pasar modal : Modul WPPE*. 2016.
- Tim Musyawarah Guru Bimbingan dan Konseling, *Pelayanan Konseling Pada Satuan Pendidikan Menengah*”. Jakarta: Tim Musyawarah Guru Bimbingan dan Konseling. 2002.
- Tim Pengembangan Ilmu pendidikan FIP-UPI. *Ilmu dan Aplikasi Pendidikan*. Bandung: PT Imperial Bhakti Utama. 2007.
- Umar, Husein. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis : Edisi kedua*. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada. 2008.
- Widoatmodjo, Sawidji. *Cara Cepat Memulai Investasi Saham : Panduan Bagi Pemula*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo. 2004.

Dewi Maulida, Ade Fadillah FW Pospos, Iskandar  
Pengaruh Pengetahuan, Motivasi dan Modal Minimum terhadap Minat Berinvestasi ...

<https://www.idx.co.id/produk/galeri-investasi-bei-komunitas-pasar-modal/>. Di akses  
pada tanggal 01 Januari 2020 pukul 10:55

<https://www.iainlangsa.ac.id/detailpost/iain-langsa-buka-galeri-bursa-efek-indonesia>

## **Pengaruh Pendapatan Bagi Hasil, Pendapatan Margin Murabahah Dan Dana Simpanan Wadiah Terhadap Bonus Wadiah Bank Muamalat Indonesia**

**Irma Sari**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa  
irma.111@gmail.com

### **ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh pendapatan bagi hasil, pendapatan margin murabahah dan dana simpanan wadiah terhadap bonus wadiah pada Bank Muamalat Indonesia. Data diperoleh dari website resmi OJK dan Bank Muamalat Indonesia. Metode yang digunakan adalah analisis regresi berganda dan uji hipotesis menggunakan t-statistik untuk menguji koefisien bersama-sama dengan *level of significance* 5%. Hasil analisis data menunjukkan bahwa hasil uji t variabel pendapatan bagi hasil berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap bonus wadiah. Variabel pendapatan margin murabahah berpengaruh positif dan signifikan terhadap bonus wadiah. Variabel dana simpanan wadiah berpengaruh positif dan signifikan terhadap bonus wadiah. Sedangkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,761 yang berarti variabel independen dalam model ini mampu menjelaskan sebesar 76,1% terhadap bonus wadiah sedangkan sisanya 23,9% di pengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci** : Pendapatan Bagi Hasil, Pendapatan Margin Murabahah, Dana Simpanan Wadi'ah, Bonus Wadi'ah, Bank Muamalat Indonesia

### **ABSTRACT**

*This research was conducted to examine the effect of revenue sharing, murabahah margin income and wadiah savings funds on wadiah bonuses at bank Muamalat Indonesia. Data obtained from OJK official website and Muamalat Indonesia bank. The method use is multiple regression analysis and hypothesis testing using t-statistics to test the coefficients together with a significance level of 5%. The results of this study indicate that the results of t test (partial) of revenue sharing variables have a positive but not significant effect on wadiah bonuses. Murabahah margin income variable has positive and significant effect on wadiah bonuses. Wadiah savings variable has a positive and significant effect on wadiah bonuses. While Adjusted R Square value of 0,761 which means the independent variable in this model is able to explain 76,1% of wadiah bonuses. While the remaining 23,9% is influenced by other factors not examined in this study.*

**Keywords** : Revenue Sharing, Murabahah Margin Income, Wadiah Saving, Wadiah Bonuses, Muamalat Indonesia Bank

## PENDAHULUAN

Ketertarikan masyarakat dengan sistem ekonomi syariah dewasa ini semakin berkembang dengan pesat, hal ini ditandai dengan munculnya lembaga keuangan yang berdasarkan syariat Islam, salah satunya yaitu Bank Syariah. Dengan adanya bank syariah, diharapkan masyarakat dapat berinvestasi dan bermuamalah sesuai dengan syariat, dan masyarakat mengharapkan nilai uangnya dapat bertambah dikemudian hari. Transaksi jasa penyimpanan dana diperbankan syariah dilakukan atas dasar akad atau perjanjian perikatan. Dalam produk tabungan di bank syariah biasanya ada dua bentuk pilihan, tabungan dengan akad mudharabah dan dengan akad wadiah (Muhammad, 2005: 43).

Saat ini produk dengan akad wadiah mulai mendapat perhatian dari masyarakat karena merupakan salah satu bentuk produk tabungan bank syariah yang memberikan rasa aman. Dalam hal ini simpanan nasabah tidak mungkin berkurang, bahkan kemungkinan dana nasabah yang dititipkan bertambah dari saldo awal pada jangka waktu tertentu. Penambahan saldo tersebut berasal dari bonus yang diberikan pihak bank. Dalam pemanfaatan dana nasabah dalam simpanan wadiah, risiko dan keuntungan yang muncul sepenuhnya hak dan tanggung jawab pihak bank syariah. Tetapi pada praktiknya bank syariah biasanya membagikan keuntungan tersebut dengan istilah bonus (Suharsono, 2007).

Konsep pemberian bonus dalam simpanan wadiah diambil dari keuntungan pihak bank syariah dalam menjalankan usahanya memproduksi dana. Keuntungan yang dimaksud adalah keuntungan atau pendapatan bank syariah yang berasal dari pendapatan operasional dan pendapatan dari dana untuk pembiayaan dan investasi. Dengan adanya bonus tersebut maka diharapkan masyarakat tertarik untuk menyimpan dananya di bank syariah. Asumsinya dengan tinggi rendahnya bonus dapat menggambarkan kinerja keuangan diperbankan. Semakin tinggi insentif bonusnya maka kinerja perbankan semakin baik. Semakin tinggi tingkat pendapatan bank maka akan berpengaruh pada porsi bonus tabungan wadiah.

Pendapatan bagi hasil merupakan pendapatan yang dibagi bank atas bagi keuntungan dari pendapatan pembiayaan yang diberikan bank. Salah satu produk bagi hasil yaitu mudharabah dan musyarakah. Bagi hasil yang diberikan dalam tabungan investasi selain didasarkan pada kesepakatan pengelola dan pemilik dana juga didasarkan

pada pendapatan dan kemampuan bank dalam mendapatkan keuntungan. Adanya peningkatan pendapatan bank menyebabkan meningkatnya bagi hasil yang diterima nasabah (Karim, 2014). Pendapatan margin murabahah merupakan pendapatan dari keuntungan yang didapatkan bank sesuai dengan kesepakatan antara bank dengan nasabah atas transaksi jual beli. Besarnya margin sudah diperhitungkan dan atas kesepakatan bank dengan nasabah. Margin murabahah akan mempengaruhi pendapatan bank.

Dana simpanan wadiah bersumber dari dana pihak ketiga pada bank syariah seperti tabungan wadiah dan giro wadiah. Simpanan dana wadiah yang meningkat diharapkan mampu menjaga keberlangsungan lembaga keuangan syariah. Apabila bank memanfaatkan dana tersebut maka segala risiko menjadi tanggung jawab bank syariah. Bank syariah dapat memanfaatkan dana ini, oleh karenanya bank akan memberikan bonus kepada nasabah yang menitipkan dananya sebesar sesuai pendapatan bank syariah (Ismail, 2014). Ini sebagai bentuk kompensasi kepada nasabah atas kepercayaannya menabung di bank tersebut. Hal menarik dari tabungan wadiah ini yaitu dana bisa diambil kapan saja dan dapat diambil sepenuhnya 100%, bahkan kemungkinan pihak bank syariah memberikan bonus kepada nasabah sebagai bentuk insentif untuk menarik dana dari masyarakat (Suharsono, 2014).

Bagi hasil merupakan bentuk *return* (perolehan kembalian) dari kontrak investasi, dari waktu ke waktu, tidak pasti dan tidak tetap. Besar kecilnya perolehan kembali itu bergantung pada hasil usaha yang benar-benar terjadi. Maka dapat dikatakan bahwa sistem bagi hasil merupakan salah satu praktik perbankan syariah. Pendapatan bagi hasil merupakan sistem perekonomian Islam yang berkaitan dengan pembagian hasil usaha yang harus ditentukan pada awal terjadinya kontrak kerja sama (akad), dimana yang ditentukan adalah porsi masing-masing pihak, misalkan 20:80 yang berarti bahwa atas hasil usaha yang diperoleh akan didistribusikan sebesar 20% bagi pemilik dana (*shahibul maal*) dan 80% bagi pengelola usaha (*mudharib*). Pendapatan bagi hasil merupakan pendapatan yang dibagi bank atas bagi keuntungan dari pendapatan pembiayaan mudharabah dan pembiayaan musyarakah (Sari, Hisan & Kismawadi, 2019).

Pendapatan bagi hasil merupakan pendapatan bank syariah yang diperoleh dari produk yang menggunakan akad mudharabah dan musyarakah. Dalam mekanisme keuangan syariah, model bagi hasil berhubungan dengan usaha pengumpulan dana/ pembiayaan. Pada sistem funding dana yang dikumpulkan dari nasabah lalu disalurkan

Pengaruh Pendapatan Bagi Hasil, Pendapatan Margin Murabahah Dan Dana Simpanan Wadiah... kembali ke masyarakat dalam bentuk pembiayaan kepada yang membutuhkan dengan sistem bagi hasil sesuai dengan kesepakatan. Lalu bagi hasil yang didapat oleh bank menjadi pendapatan operasional bank yang nantinya akan memberikan imbalan/balas jasa kepada pemilik dana. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ada hubungan antara pendapatan bagi hasil terhadap bonus wadi'ah.

Margin adalah kenaikan bersih dari aset yang mengalami peningkatan nilai selama periode tertentu (Antonio, 2011). Margin bersifat tetap dan tidak berubah sepanjang jangka waktu pembiayaan. Akad murabahah adalah akad jual beli barang dengan harga pokok ditambahkan dengan *margin* keuntungan yang telah disepakati antara penjual dan pembeli. Pada akad murabahah penjual wajib memberi tahu berapa harga pokok dari barang tersebut. Pendapatan dari pembiayaan murabahah berupa margin. Presentase dari keuntungan yang diperoleh dari pembiayaan jual beli antara bank dengan nasabah atas pembiayaan. Margin atau keuntungan merupakan persentase tertentu yang ditetapkan pertahun, perhitungan margin secara harian maka jumlah hari dalam setahun ditetapkan 360 hari, perhitungan margin secara bulanan maka setahun ditetapkan 12 bulan.

Tingkat keuntungan bisa dalam bentuk persentase tertentu dari biaya perolehan yang dilakukan secara spontan (tunai) atau dikemudian hari. Akad ini merupakan salah satu bentuk *natural certainly contracts* karena dalam murabahah ditentukan keuntungan yang diperoleh. Karakteristik murabahah adalah sipenjual harus memberi tahu pembeli tentang harga pembelian barang dan menyatakan jumlah keuntungan yang ditambahkan pada biaya tersebut. Bank syariah menetapkan margin keuntungan terhadap produk-produk pembiayaan yang berbasis *Natural Certainly Contracts (NCC)* yakni akad bisnis yang memberikan kepastian pembayaran, baik dari segi jumlah maupun waktu seperti pembiayaan murabahah, ijarah dan istishna.

Landasan hukum jual beli murabahah terdapat dalam surah An-Nisa ayat 29, dimana dalam ayat ini Allah mempertegas legalitas dan keabsahan jual beli secara umum, serta menolak dan melarang konsep ribawi. Berdasarkan ketentuan ini jual beli murabahah mendapat pengakuan dan legalitas dari syariah, dan sah untuk dioperasionalkan dalam praktik pembiayaan bank syariah karena merupakan salah satu bentuk jual beli dan tidak mengandung unsur ribawi.

Dalam murabahah terdapat rukun dan syarat yang harus dipenuhi yakni: pelaku akad (penjual dan pembeli), objek/barang yang diperjualbelikan, harga dan ijab qabul.

Dalam penetapan perhitungan margin murabahah terdapat rumus yang berkaitan dengannya yaitu: menentukan harga jual bank (harga beli bank ditambah margin), menentukan cost recovery (nilai pembiayaan dibagi total pembiayaan dikali estimasi biaya operasi 1 tahun) dan menentukan margin (presentase dikali pembiayaan bank).

Pendapatan margin murabahah merupakan pendapatan bank syariah yang diperoleh dari besarnya keuntungan yang disepakati antara bank dengan nasabah atas transaksi pembiayaan dengan akad jual beli/murabahah. Harga barang yang dijual merupakan bagian keuntungan yang telah disepakati antara pihak bank dengan nasabah pada awal perjanjian. Keuntungan inilah yang akan menjadi pendapatan bank syariah. Dengan diperolehnya pendapatan, maka meningkatkan laba bank. Laba yang didapatkan oleh bank kemudian diberikan kembali kepada nasabah yang telah menyimpan dananya sebagai reward atau hadiah dengan nilai yang tidak diperjanjikan diawal dan sesuai dengan kebijakan bank. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ada hubungan antara pendapatan margin murabahah terhadap bonus wadi'ah.

Al- Wadi'ah berarti titipan murni (amanah) dari satu pihak ke pihak yang lain baik individu atau badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penitip menghendakinya. Dana simpanan wadiah atau dana titipan adalah dana pihak ketiga yang ditiptkan pada bank yang umumnya berupa giro atau tabungan wadiah. Pada pelaksanaannya wadi'ah terdiri dari dua jenis, yaitu *Wadiah YadAl-Amanah* dan *Wadiah yad al-Dhamanah*.

*Wadiah YadAl-Amanah* merupakan titipan murni dari pihak yang menitipkan barangnya kepada pihak penerima titipan. Pihak penerima harus menjaga dan memelihara barang titipan tersebut dan tidak diperkenankan untuk memanfaatkannya. Penerima titipan akan mengembalikan barang tersebut dengan utuh kepada yang menitipkan barang. Dalam aplikasi perbankan syariah, pada produk akad *wadiah yad al-amanah* biasanya dengan menggunakan *save deposit box*. Bank syariah perlu tempat dan petugas untuk menjaga dan memelihara titipan nasabah, sehingga bank syariah akan membebani biaya administrasi yang besarnya sesuai dengan ukuran kotak itu. Pendapatan atas jasa *save deposite box* termasuk dalam *fee based income*. Barang atau aset yang ditiptkan adalah sesuatu yang berharga berupa uang, barang, dokumen, surat berharga, emas dan sebagainya. Keuntungan bagi bank syariah dari adanya *save deposit box* ini adalah *fee* atas penyimpanan dan dapat menarik dana nasabah dengan memberikan pelayanan yang memuaskan. Dan keuntungan bagi nasabah adalah jaminan

Pengaruh Pendapatan Bagi Hasil, Pendapatan Margin Murabahah Dan Dana Simpanan Wadiah... atas kerahasiaan barang yang disimpan karena bank tidak dapat mengetahui isi save deposit box tersebut dan biayanya relatif murah.

*Wadiah Yad Dhamanah* adalah akad antara dua pihak, dimana satu pihak sebagai pihak yang menitipkan (nasabah) dan pihak lain sebagai penerima titipan (bank). Pihak penerima titipan dapat memanfaatkan barang yang dititipkan. Pihak penerima titipan wajib mengembalikan barang yang dititipkan dalam keadaan sesuai pada saat awal penitipan barang. Pihak penerima titipan diperbolehkan memberikan imbalan dalam bentuk bonus yang tidak diperjanjikan diawal, akan tetapi tergantung dengan kebijakan bank syariah. Bila bank syariah memperoleh keuntungan maka bank akan memberikan bonus kepada pihak nasabah.

Dalam aplikasi perbankan, akad ini dapat diterapkan dalam produk penghimpunan dana pihak ketiga antara lain tabungan dan giro (Arifin, 2005). Giro wadi'ah adalah titipan pihak ketiga bank syariah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan cara pemindahbukuan. Nasabah yang memiliki simpanan ini akan memperoleh nomor rekening (pemegang rekening giro wadi'ah). Sedangkan tabungan wadi'ah yaitu jenis simpanan yang menggunakan wadi'ah yang penarikannya dapat dilakukan sesuai perjanjian. Pada produk rekening tabungan, bank memperoleh izin dari nasabah untuk menggunakan dana tersebut selama mengendap di bank. Bonus (hibah) dapat diberikan oleh bank sebagai imbalan yang berasal dari keuntungan bank

Dengan demikian, kenaikan dan penurunan bonus wadi'ah sangat dipengaruhi oleh dana simpanan wadi'ah. Semakin besar dana simpanan wadi'ah yang terkumpul maka akan semakin besar pula bonus wadi'ah yang diberikan kepada nasabah. Karena dana simpanan wadi'ah tersebut, bank akan mengelolanya untuk mendapatkan keuntungan.

PT. Bank Muamalat Indonesia,Tbk sebagai bank umum syariah pertama di Indonesia. Sejalan dengan perkembangan bank syariah di Indonesia, pada 2017 total aset Bank Muamalat per September mencapai Rp 57.71 triliun. Sistem perhitungan bonus Bank Muamalat Indonesia salah satunya dalam penelitian Fahrissa, yakni pada setiap akhir bulannya pihak bank mengadakan rapat ALCO (*Asset Liability Management Comite*) untuk menghitung berapa keuntungan pihak bank, keuntungan bagi hasil bank, dan berapa keuntungan keseluruhannya dan berapa besarnya pendapatan bank yang harus dibagi untuk bonus. Besarnya tarif pemberian bonus dengan perhitungan keuntungan

secara keseluruhannya dan pembagiannya dihitung dalam tarif bonus wadiah dikalikan dengan saldo harian dengan saldo terendah dalam satu bulan.

Pemberian bonus oleh pihak bank secara sukarela, jika bank mendapat keuntungan besar maka bank berhak memberikan bonus kepada nasabah dan jika keuntungannya minim bank juga berhak untuk tidak memberikan bonus. Nasabah yang menitipkan uangnya di bank dengan porsi yang tinggi dan rajin menggunakan fasilitas Bank Muamalat seperti ATM, *mobile banking* dan bank juga mendapat *fee based income* dari fasilitas yang digunakan oleh nasabah tersebut dan bank memberikan bonus dari sistem bagi hasil yang menggunakan akad mudharabah, inilah yang menjadi daya tarik bagi nasabah.

Bonus wadiah adalah bonus yang diberikan bank kepada nasabah simpanan wadiah sebagai insentif berupa uang kepada nasabah tabungan wadiah, sebagai bentuk balas jasa telah menitipkan dananya di bank tersebut. Pembagian bonus tidak diperjanjikan di awal, maka sepenuhnya hal ini menjadi kebijakan pihak bank.

Penentuan besarnya bonus dan cara perhitungannya tergantung masing-masing bank syariah. Perhitungan bonus tabungan dan giro wadi'ah hampir sama, namun pada umumnya bank syariah memberikan bonus untuk tabungan lebih tinggi di bandingkan dengan bonus untuk giro wadiah. Hal ini karena stabilitas dana giro lebih tidak stabil dibanding dengan tabungan, sehingga bonusnya lebih kecil. Giro wadi'ah dapat dicairkan melalui bank manapun dengan menggunakan cek atau bilyet giro, sehingga sangat tidak stabil. Sedangkan tabungan wadi'ah, meskipun dapat ditarik dimesin ATM bank lain atau ATM bersama, namun jumlah penarikannya dibatasi. Bonus tabungan wadi'ah tidak diperjanjikan sebelumnya, akan tetapi tergantung pada kinerja bank syariah. Pemberian bonus kepada nasabah tabungan wadi'ah diakui sebagai beban pada saat terjadinya.

Bonus dalam bank syariah berbeda dari bunga, baik dalam prinsip maupun sumber pengambilan. Nilai nominal dalam prakteknya mungkin akan lebih kecil, sama atau lebih besar dari nilai suku bunga. Insentif atau bonus dalam dunia perbankan modern yang penuh dengan kompetisi ini dapat dijadikan upaya merangsang semangat masyarakat dalam menabung, sekaligus sebagai indikator kesehatan bank terkait. Hal ini karena semakin besar nilai keuntungan yang diberikan kepada penabung dalam bentuk bonus, semakin efisien pula pemanfaatan dana tersebut dalam investasi yang produktif dan menguntungkan.

Pemberian bonus wadiah ini sebagai upaya untuk merangsang semangat

Pengaruh Pendapatan Bagi Hasil, Pendapatan Margin Murabahah Dan Dana Simpanan Wadiah... masyarakat untuk menabung dan sebagai indikator kesehatan bank terkait. Hal ini karena semakin besar nilai keuntungan yang diberikan kepada penitip dana dalam bentuk bonus maka semakin efisien pada pemanfaatan dana dalam investasi produktif yang menguntungkan.

Penelitian mengenai perbankan syariah sudah sering dilakukan oleh para peneliti. Penelitian sebelumnya lebih sering menempatkan objek penelitian pada produk pembiayaan, investasi, maupun profitabilitas. Namun penelitian dengan objek mengenai pemberian bonus pada produk wadiah di bank syariah tergolong relatif jarang diteliti. Penelitian ini mengenai bonus wadiah yang dipengaruhi oleh variabel pendapatan bagi hasil, pendapatan margin murabahah, dan dana simpanan wadiah.

Agar pembahasan mengarah pada tujuan dan mempermudah proses pengelolaan data, maka perlu ditetapkan batasan terhadap penelitian yang akan dilakukan. Peneliti membatasi penelitian mengenai Bonus Wadiah di Bank Muamalat Indonesia dengan periode triwulan yakni Maret 2015-Maret 2020. Data yang digunakan untuk di analisis adalah data Bonus Wadiah (Y). Sedangkan variabel bebasnya yakni Pendapatan Bagi Hasil (X1), Pendapatan Margin Murabahah (X2), Dana Simpanan Wadiah (X3) yang di dapat dari publikasi website resmi Otoritas Jasa Keuangan dan Bank Muamalat Indonesia sendiri.

## **METODOLOGI**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Dalam hal ini peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dikarenakan data yang digunakan adalah data yang berupa angka-angka yang berasal dari publikasi laporan keuangan dan nantinya akan diolah dengan analisis statistik untuk mendapatkan jawaban atas hipotesis yang telah diajukan. Penelitian ini menggunakan data laporan keuangan triwulan periode Maret 2015-Desember 2019 yang diperoleh dari website resmi Otoritas Jasa Keuangan dan Bank Muamalat Indonesia.

Dalam penelitian ini pertimbangan yang diambil yaitu bank yang memiliki kelengkapan data laporan keuangan secara triwulan periode Maret 2015-Desember 2019 yang sudah mempublikasikan rasio keuangannya pada OJK yakni didapat PT.Bank Muamalat Indonesia, Tbk, sehingga diperoleh sampel sebanyak 20 data laporan keuangan.

Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah model regresi linier

berganda dengan menggunakan perhitungan bantuan software SPSS. Ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Persamaannya sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e \dots\dots\dots(1)$$

Keterangan:

Y = Bonus Wadiah a =

Koefisien Konstanta

b<sub>1,2,3</sub> = Koefisien Variabel X (Koefisien Regresi)

X<sub>1</sub> = Pendapatan Bagi Hasil X<sub>2</sub> =

Pendapatan Margin Murabahah X<sub>3</sub> =

Dana Simpanan Wadiah e = *Error*

*Term*

Selain itu, Uji t akan digunakan untuk menguji hipotesis yang diajukan. Tambahan pula, Uji koefisien determinasi juga akan dilakukan untuk mengetahui tingkat prediksi dari variable-variabel independen terhadap variable dependennya.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

*Tabel berikut menunjukkan rekapitulasi data yang menjadi sampel penelitian:*

**Tabel 1.** Data Laporan Keuangan Bank Muamalat dalam Jutaan Rupiah

Tahun	Triwulan	Pendapatan Bagi Hasil	Pendapatan Margin Murabahah	Dana Simpanan Wadi'ah	Bonus Wadi'ah
2015	I Maret	629.543	586.468	5.576.585	4.324
	II Juni	1.142.764	1.094.461	5.782.861	8.992

## Pengaruh Pendapatan Bagi Hasil, Pendapatan Margin Murabahah Dan Dana Simpanan Wadiah...

	III September	1.676.746	1.576.321	5.363.325	12.963
	IV Desember	2.236.746	1.976.802	5.651.881	19.679
2016	I Maret	364.211	548.591	4.978.291	1.471
	II Juni	837.360	880.812	5.224.318	1.775
	III September	1.262.142	1.225.523	5.018.702	3.019
	IV Desember	1.662.923	1.612.405	5.513.455	5.828
2017	I Maret	428.101	322.418	5.474.099	1.886
	II Juni	899.308	628.540	5.397.534	3.727
	III September	1.314.523	1.005.907	5.396.999	9.175
	IV Desember	1.720.130	1.409.335	6.349.268	14.236
2018	I Maret	382.139	383.452	6.917.114	4.655
	II Juni	743.320	838.569	6.465.493	8.564
	III September	1.103.784	1.041.889	5.969.726	11.105
	IV Desember	1.393.371	1.283.051	6.030.144	12.568
2019	I Maret	311.153	260.948	6.324.729	2.621
	II Juni	554.514	534.264	6.588.511	5.664
	III September	798.047	777.428	6.716.602	9.810
	IV Desember	1.186.435	1.085.774	7.003.757	11.257

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa nilai keempat variabel mengalami fluktuasi setiap tahunnya. Dimulai dari terendah pada kuartal I dan mencapai puncak pada kuartal IV. Variabel pendapatan bagi hasil dan pendapatan margin murabah secara keseluruhan memiliki trend yang menurun sedangkan dana simpanan wadiah cenderung meningkat. Bonus wadiah yang merupakan variabel terikat nilainya sangat fluktuatif.

### Hasil uji regresi linear berganda

**Tabel 2.** Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	95% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta	Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	-21131.921	5748.292		-33317.755	-8946.087
	Pendapatan Bagi Hasil	.003	.002	.355	-.001	.007
	Pendapatan Margin Murabahah	.006	.003	.534	.000	.011
	Dana Simpanan Wadiah	.003	.001	.441	.002	.005

a. Dependent Variable: Bonus Wadiah

Sumber: Data diolah SPSS

Berdasarkan hasil regresi linier berganda di atas maka di dapat model

persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -21131,921 + 0,003X_1 + 0,006X_2 + 0,003X_3 + e \dots\dots\dots(2)$$

Dari persamaan regresi di atas maka dapat dijelaskan:

1. Nilai konstanta menunjukkan angka sebesar -21.131.921 yang bernilai negatif. Nilai tersebut dapat diartikan bahwa bonus wadiah berkurang sebesar Rp 21.131.921 jika nilai pendapatan bagi hasil, pendapatan margin murabahah dan dana simpanan wadiah adalah nol.
2. Variabel pendapatan bagi hasil memiliki nilai koefisien regresi yang bernilai positif sebesar 0,003. Artinya jika terjadi kenaikan nilai pendapatan bagi hasil sebesar 1 maka akan menyebabkan peningkatan jumlah bonus wadiah sebesar Rp 21.131.921.
3. Variabel pendapatan margin murabahah memiliki nilai koefisien regresi yang bernilai positif sebesar 0,006. Artinya jika terjadi kenaikan nilai pendapatan margin murabahah sebesar 1 maka akan menyebabkan peningkatan jumlah bonus wadiah sebesar Rp 21.131.927.
4. Variabel dana simpanan wadiah memiliki nilai koefisien regresi yang bernilai positif sebesar 0,003. Artinya jika terjadi kenaikan nilai dana simpanan wadiah sebesar 1 maka akan menyebabkan peningkatan jumlah bonus wadiah sebesar Rp 21.131.921.

**Hasil uji t**

Tabel berikut ini menunjukkan hasil uji hipotesis parsial

**Tabel 3.** Hasil Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-21131.921	5748.292		-3.676	.002
	Pendapatan Bagi Hasil	.003	.002	.355	1.491	.155
	Pendapatan Margin Murabahah	.006	.003	.534	2.224	.041
	Dana Simpanan Wadiah	.003	.001	.441	3.845	.001

a. Dependent Variable: Bonus Wadiah

Sumber: Data diolah SPSS

Berdasarkan tabel uji t di atas, maka dapat dijelaskan:

1. Nilai probabilitas signifikansi dari variabel pendapatan bagi hasil (X1) sebesar 0,155 > 0,05 (tingkat signifikan) yang artinya bahwa pengaruh yang terjadi

Pengaruh Pendapatan Bagi Hasil, Pendapatan Margin Murabahah Dan Dana Simpanan Wadiah.... antara pendapatan bagi hasil terhadap bonus wadiah adalah tidak signifikan secara statistik (variabel pendapatan bagi hasil berpengaruh tidak signifikan terhadap bonus wadiah). Dan nilai koefisien B pendapatan bagi hasil bernilai positif sebesar 0,003. Dapat disimpulkan bahwa pendapatan bagi hasil berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap bonus wadiah pada bank Muamalat Indonesia. Dengan demikian H1 ditolak.

2. Nilai probabilitas signifikansi dari variabel pendapatan margin murabahah (X2) sebesar  $0,041 < 0,05$  (tingkat signifikan) yang artinya bahwa pengaruh yang terjadi antara pendapatan margin murabahah terhadap bonus wadiah adalah signifikan secara statistik (variabel pendapatan margin murabahah berpengaruh signifikan terhadap bonus wadiah). Dan nilai koefisien B pendapatan margin murabahah bernilai positif sebesar 0,006. Dapat disimpulkan bahwa pendapatan margin murabahah berpengaruh positif dan signifikan terhadap bonus wadiah pada bank Muamalat Indonesia. Dengan demikian H2 diterima.
3. Nilai probabilitas signifikansi dari variabel dana simpanan wadiah (X3) sebesar  $0,001 < 0,05$  (tingkat signifikan) yang artinya bahwa pengaruh yang terjadi antara dana simpanan wadiah terhadap bonus wadiah adalah signifikan secara statistik (variabel dana simpanan wadiah berpengaruh signifikan terhadap bonus wadiah). Dan nilai koefisien B dana simpanan wadiah bernilai positif sebesar 0,003. Dapat disimpulkan bahwa dana simpanan wadiah berpengaruh positif dan signifikan terhadap bonus wadiah pada bank Muamalat Indonesia. Dengan demikian H3 diterima.

Hasil uji koefisien determinasi (R Square)

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Adapun hasil dari pengujian ini, yaitu:

**Tabel 5.** Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary<sup>a</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.894 <sup>a</sup>	.799	.761	2431.504

a. Predictors: (Constant), Dana Simpanan Wadiah, Pendapatan Bagi Hasil, Pendapatan Margin Murabahah

b. Dependent Variable: Bonus Wadiah

Sumber: Data diolah SPSS

Berdasarkan tabel di atas nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,761. Hal ini berarti bahwa persentase sumbangan variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 76,1%. Dapat disimpulkan bahwa bonus wadiah dapat dijelaskan oleh variabel pendapatan bagi hasil, pendapatan margin murabahah dan dana simpanan wadiah sebesar 76,1%. Sedangkan sisanya 23,9% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam

penelitian ini.

### **Pengaruh Pendapatan Bagi Hasil Terhadap Bonus Wadiah Pada Bank Muamalat Indonesia**

Berdasarkan analisa data dan pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini, hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa nilai sig. pendapatan bagi hasil sebesar  $0,155 > 0,05$  dan koefisien B pendapatan bagi hasil bernilai positif sebesar 0,003. Hal ini berarti bahwa pendapatan bagi hasil berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap bonus wadiah. Artinya meningkat atau menurunnya pendapatan bagi hasil ini tidak berpengaruh terhadap besarnya bonus wadiah pada Bank Muamalat Indonesia. Terbukti pada triwulan I tahun 2016 yakni bulan Maret pendapatan bagi hasil sebesar Rp 364.211.000.000 dan bonus wadiah sebesar Rp 1.471.000.000 namun pada triwulan ke II yakni bulan Juni pendapatan bagi hasil mengalami penurunan menjadi Rp 83.736.000.000 sedangkan bonus wadiah semakin naik menjadi Rp 1.775.000.000.

Pendapatan bagi hasil tidak mempengaruhi nilai bonus wadiah yang dikeluarkan bank kepada nasabah. Sistem bagi hasil tidak hanya keuntungan saja yang dibagi antara bank dengan nasabah, tetapi pada saat nasabah mengalami kerugian dalam mengelola usahanya maka bank juga ikut serta menanggung kerugian sesuai persentase nisbah bagi hasil yang telah ditentukan pada saat akad berlangsung. Hal ini didukung penelitian Muzayyan dan Arvina Ayu (2018) yang menyatakan bahwa pendapatan bagi hasil tidak berpengaruh signifikan terhadap bonus wadiah. Konsep pemberian bonus wadiah diambil dari keuntungan pihak bank syariah dalam menjalankan usahanya untuk memproduksi dana.

### **Pengaruh Pendapatan Margin Murabahah Terhadap Bonus Wadiah Pada Bank Muamalat Indonesia**

Berdasarkan hasil analisa data dan pengujian hipotesis yang dilakukan,

Pengaruh Pendapatan Bagi Hasil, Pendapatan Margin Murabahah Dan Dana Simpanan Wadiah.... pendapatan margin murabahah berpengaruh positif dan signifikan terhadap bonus wadiah. Dapat dijelaskan bahwa semakin tinggi nilai pendapatan margin murabahah maka bonus wadiah akan dapat mempengaruhi besaran bonus wadiah yang diberikan. Sepanjang tahun penelitian pendapatan margin murabahah bank Muamalat Indonesia selalu mengalami kenaikan dari triwulan ke I tahun 2015 yakni di bulan Maret sampai triwulan ke IV tahun 2019 yakni bulan Desember. Begitu juga dengan jumlah bonus wadiah yang diberikan bank juga cenderung mengikuti pergerakan jumlah pendapatan margin murabahah yang meningkat.

Hasil penelitian ini relevan dengan teori yang dikemukakan oleh Hasibuan (2004) yang menyebutkan bahwa pendapatan adalah jika jumlah hasil yang diterima lebih besar dari pengeluaran (biaya) yang dikeluarkan. Dan salah satu pendapatan bank adalah dari adanya akad murabahah yakni pendapatan margin murabahah. Bonus wadiah termasuk biaya yang akan dikeluarkan bank untuk diberikan kepada nasabah. Ketika pendapatan bank meningkat begitu juga biaya yang dikeluarkan akan mempengaruhi meningkatnya biaya yang akan dikeluarkan bank untuk memberikan bonus kepada nasabah yang menggunakan produk wadiah. Semakin tinggi insentif bonusnya maka kinerja perbankan semakin baik. Semakin tinggi tingkat pendapatan margin murabahah maka akan berpengaruh pada porsi pemberian bonus wadiahnya. Hasil ini sesuai dengan penelitian dilakukan Shinta B Prastuti (2017), Fawziah (2017), dan Arvina Ayu (2018) yang menyatakan bahwa pendapatan margin murabahah berpengaruh positif dan signifikan terhadap bonus wadiah.

### **Pengaruh Dana Simpanan Wadiah Terhadap Bonus Wadiah Pada Bank Muamalat Indonesia**

Berdasarkan analisa data dan pengujian hipotesis yang dilakukan, hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa nilai sig. dana simpanan wadiah sebesar  $0,001 < 0,05$  dan nilai koefisien B dana simpanan wadiah bernilai positif sebesar 0,003. Hal ini berarti bahwa dana simpanan wadiah berpengaruh positif dan signifikan terhadap bonus wadiah. Artinya semakin besar nilai dana simpanan wadiah maka bonus wadiah semakin tinggi pula dan sebaliknya apabila dana simpanan wadiah bank turun maka bonus wadiah juga menurun. Dana simpanan wadiah yang didapat dari titipan nasabah memiliki jumlah yang sangat besar hal ini menunjukkan bahwa dana yang dititipkan bisa digunakan bank untuk memutar dananya dengan melakukan usaha pembiayaan agar mendapatkan

keuntungan atau laba sehingga dari keuntungan tersebut dapat diberikan kembali kepada nasabah berupa bonus wadiah.

Hal tersebut sesuai dengan teori Burhanuddin yang mengatakan bahwa kenaikan dan penurunan bonus wadiah sangat dipengaruhi oleh dana simpanan wadiah. Semakin besar dana simpanan yang terkumpul maka akan semakin besar pula bonus wadiah yang diberikan kepada nasabah. Dana simpanan wadiah bank Muamalat Indonesia berfluktuatif dan cenderung mengalami kenaikan, ini juga diikuti dengan jumlah bonus wadiah yang diberikan. Sehingga jumlah dana simpanan wadiah meningkat maka jumlah bonus wadiah pun juga ikut meningkat pada bank Muamalat Indonesia. Dana simpanan wadiah yang didapat dari titipan nasabah memiliki jumlah yang besar hal itu menunjukkan bahwa dana yang dititipkan bisa digunakan oleh bank untuk memutar dananya dengan melakukan usaha pembiayaan agar mendapatkan keuntungan atau laba sehingga dari keuntungan tersebut dapat diberikan kembali kepada nasabah berupa bonus wadiah. Hasil ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Arvina Ayu (2018) yang mengatakan bahwa dana simpanan wadiah berpengaruh positif dan signifikan terhadap bonus wadiah.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa dua dari tiga hipotesis yang diajukan pada penelitian ini diterima sedangkan satunya ditolak. H1 yang menyatakan bahwa pendapatan bagi hasil berpengaruh terhadap bonus wadiah ditolak berdasarkan hasil uji t. H2 yang berbunyi pendapatan margin murabahah berpengaruh terhadap bonus wadiah dapat diterima sesuai hasil uji t. Demikian pula H3 yang menyatakan dana simpanan wadiah berpengaruh terhadap bonus wadiah dibuktikan dengan uji t. Selain ini, model penelitian ini memiliki nilai koefisien determinasi sebesar 76,1 %.

## **PUSTAKA ACUAN**

- Antonio, Muhammad Syafi'i. 2011. *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Arifin, Zainul. 2005. *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*. Jakarta: Pustaka Alvabet.
- Ascarya. 2015. *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: PT Raja Grafindo

Pengaruh Pendapatan Bagi Hasil, Pendapatan Margin Murabahah Dan Dana Simpanan Wadiah....

Persada.

- Burhanuddin, S. 2010. *Aspek Hukum dan Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Damayanti, Arvina Ayu. 2018. Pengaruh Pendapatan Bagi Hasil, Pendapatan Margin Murabahah dan Giro Wadiah Terhadap Bonus Wadiah Pada Bank Syariah Mandiri Di Indonesia. *Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*.
- Departemen Agama RI. 2012. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Bandung: Syaamil Qur'an.
- Fawziah, Lutfi Zahro. 2017. Pengaruh Pendapatan Bank, Tabungan Wadiah dan Giro Wadiah Terhadap Bonus Wadiah Pada Bank Syariah Mandiri. *Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung*.
- Hasibuan, Malayu P. 2004. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ismail. 2014. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Juliandi, Azuar dan Irfan. 2013. *Metodologi Penelitian Kuantitatif untuk Ilmu- ilmu Bisnis*. Bandung: Citapustaka Media Perintis.
- Karim, Adiwarman A. 2014. *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. 2014. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Muhammad. 2005. *Manajemen Dana Bank Syariah*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Sari, M., Hisan, K., & Kismawadi, E. R. (2019). Pengaruh Inflasi, Pengangguran, Kemiskinan dan Pembiayaan Perbankan Syariah terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *AT-TIJARAH: Jurnal Penelitian Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 1(1), 55-76.
- Sari, M., Hisan, K., Kismawadi, ER. Pengaruh Inflasi, Pengangguran, Kemiskinan Dan Pembiayaan Perbankan Syariah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia. *AT-TIJARAH: Jurnal Penelitian Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 1(1), 55-76.
- Sudarsono, Heri. 2007. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tarigan, Azhar Akmal. 2013. *Pedoman Penulisan Proposal dan Skripsi Ekonomi Islam*. Medan: Wal Ashri Punlishing.
- Umam, Khaerul. 2013. *Manajemen Perbankan Syariah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Wiroso. 2009. *Produk Perbankan Syariah*.

## Student Investor's Attentiveness In Islamic Stocks

Ana Fitria\*, Teuku Syifa Fadrizha Nanda\*\*, Dhea Purnama Nurman\*\*\*

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, UIN Ar-Raniry Banda Aceh

\*ana.fitria@ar-raniry.ac.id

\*\*t.syifananda@ar-raniry.ac.id

\*\*\*170603069@student.ar-raniry.ac.id

### Abstract

The stock market is a meeting place for investors and go public companies, one of parties included in investors is student of faculty of economics and business that is expected to become an expert in the stock market. Student investor's attentiveness is influenced by several factors such as the return perception and financial literacy. This study employs a quantitative associative approach while a set of questionnaire were asked to students of Faculty of Islamic Economics and Business, UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Using multiple linear regression analysis, it showed that both return perception and financial literacy affect investment attentiveness. However, both independent variables only contribute 29% to affect dependent variable; there are other variables affect the investment attentiveness which were not included in this study. Either adding more variables or using different type of research method is suggested for further study.

**Keywords:** Return perception, Financial literacy, Investment, Islamic stock market.

### Abstrak

Pasar modal merupakan tempat bertemunya investor dan emiten, di mana salah satu pihak yang termasuk dalam investor adalah mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis yang diharapkan dapat menjadi investor di pasar modal. Minat investor mahasiswa dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti persepsi *return* dan literasi keuangan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif dan mengumpulkan data dengan menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Sebutkan jumlah populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel? Dengan menggunakan analisis regresi linier berganda, hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi *return* dan literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat investasi. Namun, kedua variabel bebas tersebut hanya menjelaskan sebesar 29% variasi minat investasi mahasiswa, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah variabel lain atau menggunakan metode penelitian yang berbeda.

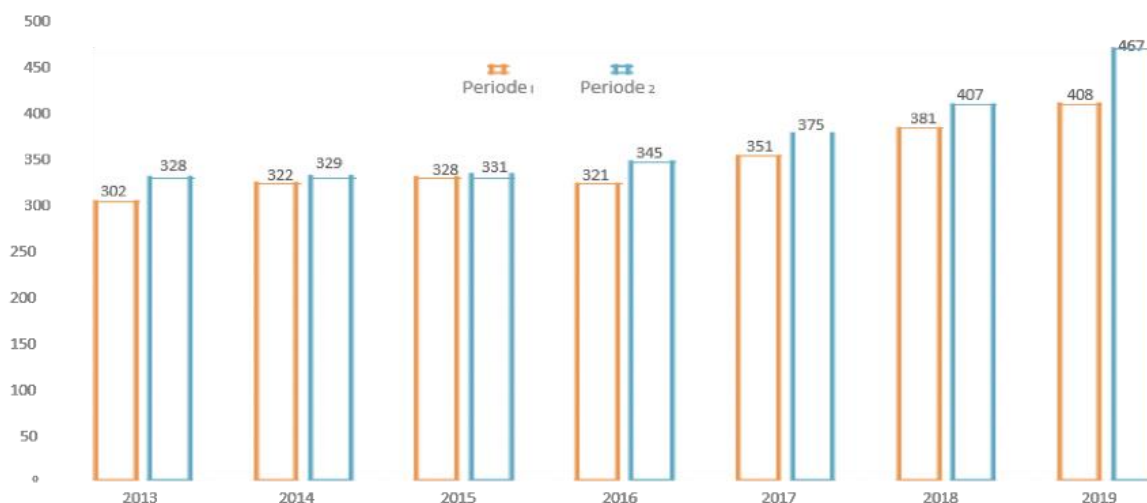
**Kata kunci:** Persepsi *Return*, Literasi Keuangan, Investasi, Pasar Modal Syariah.

## INTRODUCTION

Investing in stocks is best done since one was young or was in college, because stocks are an investment instrument that can provide long-term returns while it can provide short-term gain as well. Moreover, advances in digital technology have made it easier for investors to access Online Trading so that it is now more user friendly and more attractive to youth (Raymond & Indrawan, 2020). Educational programs on investment and finance are needed to increase attentiveness in students in investing. Thus, The Indonesia Stock Exchange (IDX) is also very aggressively promoting the “Yuk Nabung Saham” program because it wants to change public perception, especially students, that saving is not only in banks but also in stock market instruments such as stocks. With only IDR100,000, students can open an account in securities company. These efforts have been made by the IDX through socialization on seminars, workshops, social medias, and special course, for example, for students of the Faculty of Economics and Islamic Business (FEBI) UIN Ar-Raniry (Zulchayra, Ibrahim, and Fitria, 2020).

The existence of an Islamic investment gallery within the FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh aims to increase student's awareness and attentiveness in investing in stock market. The gallery was established with the cooperation between campus, IDX, and a securities company. Still, not many students have lower attentiveness in investing in the stock market, especially Islamic stocks. Islamic stocks continue to increase, but on the other hand, students as academics who are expected to have higher level of financial literacy do not show much attentiveness in investing in Islamic stocks, especially students of the Faculty of Economics and Islamic Business UIN Ar-Raniry.

The development of Islamic stocks has increased every year. The market itself in Aceh was also increased, based on Thasrif Murhadi's statement as the head of IDX Branch in Aceh: “compared to the number of investors in 2018, there was an increase from 7,400 to 10,800 investors by the end of September 2019” (Antara, 2019). Figure 1 below shows the development of Islamic stocks in Indonesia.



Source: Financial Service Authority (Otoritas Jasa Keuangan, 2020)

**Figure 1.** The Development of Islamic Stocks

Islamic stock are securities for the ownership of a company based on Islamic principles in which all of these companies' mechanisms and production do not conflict with Islamic law. Jakarta Islamic Index (JII) is one of the Islamic stock indexes in Indonesia (Mubarok, Darmawan, & Luailiyah, 2017). Based on Figure 1, the Islamic stocks are increasing in number from 2013 to 2019.

Stock is a letter of evidence or a sign of ownership of the capital in a limited company. Thus, the stockholder is the owner of the company. The more stocks he owns, the greater power he has for the company. Meanwhile, Islamic stock is a term to define stocks of companies that have business activities and the way they are managed do not conflict with sharia principles such as gambling, usury, producing prohibited goods such as alcoholic beverages. The Indonesia Stock Exchange has some indexes for Islamic stocks, one of them is the Jakarta Islamic Index (JII) which includes all stocks that meet the qualifications of sharia principles set by the National Sharia Council (DSN).

Setting aside money or income to develop optimally through a wide selection of instruments such as stocks, bonds, mutual funds and various others to achieve the desired future profit is called investment (Tim Wesfix, 2015). According to Reilly & Brown in Manan (2017:185) the definition of investment is "a commitment to tie up current assets for some period of time into the future in order to obtain income that is

able to compensate for investor sacrifices in the form of, (1) attentiveness in assets at a certain time; (2) inflation rate; and (3) uncertainty of future income". Investments can be divided into two types based on the assets, namely real asset and financial assets. Real assets are tangible investments such as buildings, vehicles and so on. While financial assets, namely in the form of documents (securities) traded in the stock market such as stocks, bonds, warrants, and so on, are also traded on the money market, such as deposits, commercial paper, money market securities (SBPU?) and so on (Manan, 2017).

In investing, it must be known that every investment contains an element of inherent risk, and that must be realized from the start so that whatever the return that will be obtained will always be directly proportional to the risk. If an investor is willing to accept high risk, he will receive high return and vice versa. High return is also related to the amount of money invested, if an investor invests a lot of money, the rewards will also increase (Susanto, 2012). Investors cannot be separated from the hope of always getting the desired profit according to the plan that has been made, therefore an investor must be able to make the right forecasts and predictions in planning (Manan, 2017).

According to Raymond (2020: 158), attentiveness is defined as "a desire that arises from within a person or is given from someone who is the originator in a purchase decision, where that person is the first to propose ideas to others to buy a product or service". Investment attentiveness is the desire to find out about the type of investment, will take the time to learn more about investment by attending training and seminars on investment (Pangestika, 2019). Then if someone is attentive in investing, he will focus on investing or tend to practice it or try it directly in the instrument of attentiveness so that someone will be more proficient in his attentiveness. Investors' buying attentiveness can be identified through the following indicators (Khotimah et al., 2011):

- a. Transactional attentiveness; a person's tendency to buy a product.
- b. Referential attentiveness; a person's tendency to refer products to others.
- c. Preferential attentiveness; the behavior of someone who has a primary preference for the product. This preference can only be overridden if something happens to the preference product.

d. Exploratory attentiveness; the behavior of someone who is always looking for information about the product he is interested in and looking for information to support the positive characteristics of the product.

Investment attentiveness as discussed above could be affected by some determinants, in this study, researchers want to explore more about the effect of perceived stock returns and financial literacy.

According to Deviyanti, Purnamawati and Yasa (2017), the perception of stock market returns is the perception of potential investors on the rate of return on profits or investment returns in market instruments. Capital in an investment is in the form of dividends and capital gains for the risk rewards that have been faced by an investor. Jogiyanto in Tandio & Widanaputra (2016:2324) states "returns are divided into two, firstly returns that have occurred (actual returns) which are calculated based on historical data, and secondly returns that are expected (expected returns) will be obtained in the future".

Christanti and Mahastant (2011) say that personal financial needs are based on the experience of investors in seeing the value of investments and calculations on consumption expenditures as truly independent, which includes information on target returns from investments to meet personal finances, estimated funds for investment, the desire to diversify. , looking back at the performance of the stock portfolio held in the past, looking at other investment alternatives. So that personal financial needs become one of the factors considered by investors in investing.

One of the contents of these factors that support the study for this return is the consideration of investors regarding their investment targets. One of the objects that may become the investment target of investors is of course profit, in this case it can mean capital gains or returns. So that the return perception is one of the factors that can influence a person's interest in investing.

The indicators to determine the return perception include (Mudhrikah, 2018):

a. Invest on the basis of high profits

In stock investment, there must be advantages and risks such as "high risk, high return" which means the higher the return on investment, the higher the risk faced. Stocks have the potential for very high profit returns with the distribution of dividends

and capital gains. Therefore, investors will look for high profits in the basis of their investment.

b. Investing on the basis of dividends

Dividends are part of the company's profits, the amount of which is determined by the board of directors and approved by the shareholders' meeting to be distributed to shareholders. An investor when making an investment will definitely expect a dividend on the shares he has bought.

c. Invest on the basis of capital gain

Capital gain is the profit obtained from the difference between the purchase price and the selling price of the stock, of course the selling price must be higher than the purchase price. Most investors prefer to benefit from capital gains compared to dividends. This is because the value of dividend profits is not too large and is only obtained once or twice.

d. Invest on the basis of bonus shares

Bonus shares are shares that are distributed free of charge to shareholders of the company based on the number of shares owned. So that investors will be interested in buying shares in the company that will distribute the bonus shares.

According to the Financial Services Authority, literacy is defined as the ability to understand, so that financial literacy is the ability to manage funds owned so that one can develop and live more prosperously in the future. Financial literacy is the level of knowledge, skills, public confidence regarding financial institutions and their products and services as outlined in the index size parameters (Putri & Hamidi, 2019). Meanwhile, financial literacy of Islamic stock market is the level of knowledge and ability of an investor in managing their finances, who has a rational attitude for making investment decisions on Islamic stock market instruments, so that an investor can manage his finances wisely and provide benefits in his economic life in the future in investing in Islamic stocks.

According to Pradikasari and Isbanah (2018), someone who has a high level of literacy tends to be wiser and bolder in making riskier investment decisions. The role of universities as forming students' financial literacy is very important, this can be done in the form of learning related to investment which in the end can be used as a provision for students to make financial decisions, both when they are still students and when they

become workers (Sari, 2015). Deviyanti (2017) also stated that someone who has good financial literacy has better responsibilities financially. Someone who has good financial literacy is easier to determine financial products and services that suit their needs and abilities in an effort to improve welfare (Otoritas Jasa Keuangan, 2017)

There are several indicators that can affect financial literacy according to Harsanto in Batubara, Pulungan, & Yenti (2020), including:

1. Able to make a surplus in his finances; In this case, it relates to the extent to which a person is able to increase the financial assets owned.

2. Understand and know clearly the amount of money that must be saved and invested every month; This is to illustrate that in managing finances you must have savings so that if unexpected things happen, you still have adequate savings so that all the money you have is not channeled only for investment, but has their respective portions and minimizes errors in managing individual finances.

3. Knowing the Islamic capital market instruments in accordance with their profile and background; By knowing the Islamic financial capital market instruments, a person will be able to find out the type of investment by studying deeper into the financial product and then adjusting it to the profile and background of the person.

Return perception is the assumption of profits and rewards in the form of dividends and capital gains on an investment that has been made by an investor in capital market instruments. In investing, everyone certainly wants high profits, so that it arises about the assumption of profits that will be obtained in the future. This makes it a motivation for an investor to invest, so that all his efforts and money are not in vain. The return perception is closely related to interest. Because with the return or profit, someone will be interested in doing these activities, especially stock investment. Students invest in the hope that they will get profits which will help increase income independence in the future standard of living. In the research of Christanti and Mahastanti (2011), it is said that one of the factors considered by investors in investing is the presence of personal financial needs.

Return perception is an assumption of profit, which is one of the most considered factors by an investor because every investor has high profit expectations. Dividends and capital gains are assumptions of students in in stocks investing, the

higher the assumption of profit or return on an investment, the higher attention in investing in the capital market.

Deviyanti, Purnamawati and Yasa (2017) found that the return perception had a positive and significant individual effect on student interest in investing in stocks in the capital market, while Marlin (2020) stated that the return perception had no significant effect on investment interest in line with the results of Purboyo, Zulfikar, and Wicaksono's (2019). The inconsistency of the research results made the researchers formulate the first hypothesis as follows:

H01: Return perception has no effect on student investor's attentiveness in Islamic stocks.

Ha1: Return perception affects student investor's attentiveness in Islamic stocks.

Financial literacy can be interpreted as a series of processes or activities to improve the knowledge, skills, and confidence of investors in order to be able to manage finances in investing better. The function of investor financial literacy is as a consumer of financial services and products, investors must know about the benefits and risks of investment instruments and their rights and obligations as investors so that investors can make better financial decisions according to their needs. Pangestika and Rusliati's research (2019) stated that learning in lectures will affect financial literacy. Lectures introduce various financial knowledge including investment and capital markets, especially at the FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh has capital market related courses that can improve students' financial literacy, as well as provide investment learning support facilities, namely the existence of an investment gallery in the hope that students can develop knowledge of practices in real stock investing. Education plays an important role in the formation of financial literacy.

Furthermore, financial literacy in students aims to be able to deepen knowledge in investing and manage finances wisely so that they can make decisions and minimize risks that will occur in the future. In stock investing, the higher the return or profit, the higher the risk. Therefore, financial literacy is very important in stock investing in order to achieve high profits and avoid losses for a student investor. Research of Pangestika and Rusliati (2019) found that someone who has financial knowledge accompanied by confidence in their ability to manage finances can understand what they will face, such as gaining profits or facing the risk of loss. So it can be concluded that the return

perception and financial literacy has a close relationship to the investment attentiveness of a student because a student should have a good financial literacy, specifically literacy in stock market to have return perception.

Research conducted by Aren and Zengin (2016) showed that financial literacy has a significant influence on student investment interest. Deviyanti, Purnamawati and Yasa (2017) also found that financial literacy has a positive and significant individual effect on student interest in investing in stocks in the capital market, in line with the results of research by Waskito, Putri and Hamidi (2019), Marlin (2020), and Darmawan, Kurnia and Untung (2019).

Furthermore, Hisan (2019) found that study department does not influence the Islamic financial literacy while Sarigul (2014) stated otherwise. Thus, researchers are curious to study the effect of financial literacy on investment attentiveness because researchers conceive levels of financial literacy is indeed different in different research locations that might lead to different results. Moreover, in this study the author focuses only on financial literacy of stock market, so the second hypothesis of this study will be as follows:

H02: Financial literacy of stock market has no effect on student investor's attentiveness in Islamic stocks.

Ha2: Financial literacy of stock market affects student investor's attentiveness in Islamic stocks.

There are other factors that influence student to invest in the Islamic stock market, so researchers want to find out, such as the effect of return perception on student attentiveness in investing in stocks in the stock market since every investor would want a high level of profit, especially for student investors (Taufiqoh, Diana, & Junaidi, 2019). One of the results that investors always want is profit, especially high returns. Because a student invests in the hope of getting a profit which will help increase income independence in the future standard of living.

In the research of Christanti and Mahastanti (2011), one of the factors considered by investors in investing is the presence of personal financial needs. Based on the results of the National Survey, Financial Literacy and Inclusion (SNLIK) conducted by the Financial Services Authority (OJK) in 2016 the level of understanding (literacy) of Indonesian society towards the stock market increased by 4.4%, namely

29.66% compared to the first year in 2013 which was only 21.84% (Otoritas Jasa Keuangan, 2017). According to Pradikasari and Isbanah (2018), someone who has a high level of literacy tends to be wiser and bolder in making riskier investment decisions. The role of universities as forming students' financial literacy is very important, this can be done in the form of learning related to investment which in the end can be used as a provision for students to make financial decisions, both when they are still students and when they become workers (Sari, 2015).

In the case of students of FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh, sufficient knowledge and information, both in formal and non-formal class, are provided. However, the attentiveness in stock investing among them are still low based on researchers' mini interviews with them. This phenomenon leads the researchers to conduct this study, to gain more insight in economics students about their return perception and financial literacy related to investment attentiveness.

## METHODOLOGY

The approach used in this research is an associative quantitative approach with the type of data used is primary data. In data collection, researchers used field research methods (field research) as a data collection technique by using a survey in the form of a questionnaire as a research instrument. The questionnaire used in this study is a closed online questionnaire using Google Forms.

Questionnaires were distributed to students from all departments of FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh with the following population and sample provisions:

**Table 1.** Population and Sample

Departments	Student Population	Percentage	Sample
Perbankan Syariah	260	43.48	104
Ekonomi Syariah	232	38.80	93
Ilmu Ekonomi	106	17.72	43
<b>Total</b>	<b>598</b>	<b>100</b>	<b>240</b>

Source: FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh-processed (2021).

To obtain sample, this study employs stratified random sampling technique with a sample size of 240 students (minimum) based on the results of the calculation of the Slovin formula with an error tolerance of 5%.

### Operational Variables

This study has two independent variables: return perception and financial literacy of stock market while dependent variable is student investor's attentiveness in investing in Islamic stock market. The definitions and measurement of the investigated variables are described in their operational variables in Table 2.

**Table 2.** Operational Variables

Variables	Definition	Indicators	Measurement Scale
<b>Investment Attentiveness (INATIV)</b>	Attention to find out about the type of investment, will take the time to learn more about investment by attending training and seminars on investment (Pangestika & Rusliati, 2019)	a. Transactional attentiveness b. Referential attentiveness c. Preferential attentiveness d. Exploratory attentiveness (Khotimah et al., 2011)	Ordinal
<b>Return Perception (REPER)</b>	Investor's assumption on the rate of return or profit in an investment (Mudhrikah, 2018).	a. Invest on the basis of high profits b. Investing on the basis of dividends c. Invest on the basis of capital gain d. Investing on the basis of bonus shares (Mudhrikah, 2018)	Ordinal
<b>Financial Literacy of Stock Market (FILITSM)</b>	The ability to make effective judgments and decisions of money management on stock market (Batubara et al., 2020)	a. Able to make a surplus in finances. b. Understand and know clearly the amount of money that must be saved and invested c. Knowing the capital market instruments according to their background and profile (Batubara et al., 2020)	Ordinal

Source: Processed data (2021).

### Data Analysis

Before data being regressed, the questionnaire was tested its validity and reliability then the model is tested its classical assumption to ensure the goodness of data.

$$INATIV = a + b_1 REPER + b_2 FILITSM + e \dots \dots \dots (1)$$

INATIV is the Investment Attentiveness, REPER is the return perception, FILITSM is the financial literacy of stock market,

a is the constant term, b1 and b2 are the estimated coefficient of independent variables, and e is the error term.

If the significance probability value is less than 0.05 (5%), then an independent variable has a significant effect on the dependent variable. The alternative hypothesis (H<sub>a</sub>) is accepted, and the null-hypothesis (H<sub>0</sub>) is rejected if the significant level > 0.05. The model is processed with SPSS 23 software.

## RESULTS AND DISCUSSION

### Validity and Reliability Tests

Table 3 reports the validity test in this study was carried out statistically, using the Pearson Correlation Test, the items posed in the questionnaire to measure the variables are all valid.

**Table 3.** Validity Test

Items of Variabel	r-count	r-table	Sig.	Remark
REPER1	0.753		0.000	Valid
REPER2	0.765		0.000	Valid
REPER3	0.749		0.000	Valid
REPER4	0.746		0.000	Valid
FILITSM1	0.799	0,114	0.000	Valid
FILITSM2	0.828		0.000	Valid
FILITSM3	0.781		0.000	Valid
INATIV1	0.728		0.000	Valid
INATIV1	0.744		0.000	Valid

INATIV1	0.707	0.000	Valid
INATIV1	0.733	0.000	Valid

Source: Processed data (2021).

Next, Table 4 also shows that all the values of the return perception variables, financial literacy and investment attentiveness are reliable since the value of Cronbach's Alpha is greater than 0.6. These show that all items of questionnaire have been responded consistently by the respondents, thus they be used for further analysis.

**Table. 4** Reliability Test

No	Variabel	Total Item	Cronbach's Alpha	Remar k
1.	REPER	4	0.746	Reliable
2.	FILITSM	3	0.721	Reliable
3.	INATIV	4	0.705	Reliable

Source: Processed data (2021).

### Classical Assumption Tests

As stated in research methodological part, after ensuring its validity and reliability, the study performs classical assumption tests to ensure the goodness of data. The findings of the classical tests are reported in Tables 5 to 7.

### Normality Test

**Table 5.** Normality Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual
Asymp. Sig. (2-tailed)	.0094

Source: Processed data (2021).

Table 5 reports the findings of normality test based on the **One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**. As shown in Table 5, the study found a significant value of unstandardized residual of 0.094, which is greater than 0.05. This finding implies that the variables of this study are normally distributed.

### Multicollinearity Test

**Table 6.** Multicollinearity Test

Variable	Collinearity Statistics		Result
	Tolerance	VIF	
REPER	0.841	1.189	No multicollinearity
FILITS	0.841	1.189	No multicollinearity
M			

Source: Processed data (2021).

Based on Table 6, the tolerance value of  $X_1$  and  $X_2$  is more than 0.10. The value of VIF is smaller than 10. Based on these data, there is no multicollinearity in this study, so the research can be continued to the next stage.

### Heteroscedasticity Test

**Table 7.** Heteroscedasticity Test

Variable	Sig	Result
REPER	0.176	No heteroscedasticity
FILITS	.0678	No heteroscedasticity
M		

Source: Processed data (2021).

The table shows that the Glejser test has an insignificance value of both independent variables is greater than 0.05 so this study did not experience symptoms of heteroscedasticity.

### Multiple Regression Analysis

**Table 8.** Multiple Regression

Model 1	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std.Error	Beta
Constant	5517.634	840.364	
REPER	0.275	0.52	0.87
FILITS	0.439	0.65	0.362
M			

Source: Processed data (2021).

As observed from Table 8, the estimated constant has a positive value of 5517.6 meaning that if return perception and financial literacy of stock market the value is 0, then investment attentiveness is 5517.6, it means that even without the influence of independent variables, the attentiveness in investing is already high. The multiple linear regression coefficient of return perception variable has a positive value of 0.275, this shows that every 1 unit change in the perception of Islamic stock market returns has caused an increase in student attentiveness in investing by 0.275. Moreover, the regression coefficient of the financial literacy variable is also positive at 0.439, this indicates that every change in 1 unit of financial literacy of Islamic stock market has caused an increase in student attentiveness in investing in the Islamic capital market by 0.439.

**Table 9.** t-Test

Model 1	t	Sig.
REPER	5.334	0.000
FILITSM	6.732	0.000
Dependent Variable: Y		

Source: Processed data (2021).

It is known that the sig. value for the effect of return perception on investment attentiveness is  $0.00 < 0.05$  and the sig. value for the Islamic stock financial literacy is 0.00 as well. This shows that the return perception as well as financial literacy of Islamic stock market have significant effect on the attentiveness partially. Thus, the hypothesis Ha1 and Ha2 are both accepted.

### **Return Perception and Investment Attentiveness**

The results of the study stated that return perception has a significant positive effect on student attentiveness in investing. It means that the higher the return perception on Islamic stock investment among students, the more students will be interested in investing. Students invest in the hope that they will make a profit which will help increase income independency in their future standard of living. Therefore, the involvement of students in investment gallery activities such as seminars and capital market courses will increase knowledge about the level of profit analysis when investing, so that students' interest in investing in stocks will also be even greater.

The results of this study are in line with the research conducted by Deviyanti, Purnamawati and Yasa (2017) that resulted the positive effect of return perception on investment attentiveness as well as the research of Tandio and Widanaputra (2016) that found a significant effect of return perception on investment decisions.

### **Financial Literacy and Investment Attentiveness**

The results of the study stated that financial literacy had a significant positive effect on student attentiveness in investing in the Islamic stocks. The higher the financial literacy of a student, the higher the student's interest in investing because a student who has good financial literacy is able to improve the quality of decision making and good financial management and can use money wisely to be channeled into the right account to be able to make money or profits in the future, such as investing that will generate income.. In addition to taking the capital market courses (or other subjects related to the capital market and investment), FEBI students are also given the opportunity to take part in a series of activities carried out by investment gallery as well as programs offered by study department or faculty, so they can also increase or improve their financial literacy. This means that investment attentiveness of students can be influenced by financial knowledge so that they are able to prioritize their needs based on their finances effectively and efficiently.

The results of this study are in line with research conducted by Waskito, Putri and Hamidi (2019) which stated that financial literacy in this case is closely related to individual or personal financial management which includes investment decisions, funding, and asset management properly. Then research conducted by Darmawan, Kurnia and Rejeki (2019) stated that financial literacy has a significant effect on investment attentiveness as well.

**Table 10.** F-test

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	600204527.667	2	300102263.833	60.878	.000 <sup>b</sup>
Residual	1424639646.426	289	4929548.950		
Total	2024844174.092	291			

a. Dependent Variable: INATIV  
b. Predictors: (Constant), REPER, FILITSM

Source: Processed data (2021).

Based on the results of the simultaneous test (F-test), the significance value is 0.000. So it can be concluded that there is significant effect of return perception and the financial literacy on student investor in investing in the Islamic stocks. Therefore, the hypothesis Ha3 is accepted.

**Table 11.** Determination Coefficient

Model Summary <sup>b</sup>						
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	of the	
1	.544 <sup>a</sup>	.296	.292	2220.25876		
a. Predictors: (Constant), X <sub>1</sub> , X <sub>2</sub>						
b. Dependent Variable: Y						

Source: Processed data (2021).

The value of R Square ( $R^2$ ) is 0.296 or 29.6% indicates the magnitude of variations in dependent variables are explained by changes in the independent variables. Changes in return perception and financial literacy of Islamic stock market explained variations in student investor attentiveness by 29.6%, while the rest 70.4% is explained by other variables, which are not examined in this study, such as risk, motivation, and minimum amount required to invest.

Findings on this research indeed contribute to the investment studies; student investors are suggested to deepen their knowledge in the area of investment and finance to invest better. Moreover, high return also attract students to invest, so that other parties related to university students should educate them better about perceived return.

## CONCLUSION

This study measured and analyzed the effects of perceived return and financial literacy on investment attentiveness among students in FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Using the multiple regression analysis, the study found that the effect of return perception and financial literacy on investment attentiveness in Islamic stocks,

particularly to university students studying at Islamic economics and business faculty. Thus, to improve students' attentiveness investing in Islamic stocks, it is expected that campus to enhance its collaboration with other parties related capital market such as Indonesia Stock Exchange, Financial Service Authority to conduct more workshops on Islamic stock to improve student's financial literacy and their knowledge on gaining maximum benefits from diversifying investment in Islamic stock.

Limitation of this research is that only two independent variables involved, it is suggested to the next researchers to add more determinants of students' attentiveness in Islamic stocks, such as risks and income. Another suggestion is to expand research area to gain more insight in this area of study.

## LIBRARY REFERENCES

- Antara. (2019). BEI: Investor Pasar Modal di Aceh Naik 48 Persen. Diakses Tanggal 6 September 2020, dari <http://portalsatu.com/read/kanal/bei-investor-pasar-modal-di-aceh-naik-48-persen-52869>
- Aren, S., & Zengin, A. N. (2016). Influence of Financial Literacy and Risk Perception on Choice of Investment. *Jurnal: Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 656–663.
- Batubara, S. S., Pulungan, D. R., & Yenti, M. (2020). Analisis Determinan Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Keuangan Syariah. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 23–37.
- Christanti, N., & Ariany Mahastanti, L. (2011). Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Investor Dalam Melakukan Investasi. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 37–51.
- Darmawan, A., Kurnia, K., & Rejeki, S. (2019). Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi, Literasi Keuangan Dan Lingkungan Keluarga Pengaruhnya Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal. *Jurnal: Universitas Muhammadiyah Purwokerto*, 44–56.
- Deviyanti, L.P., Eka, A., & Purnamawati, I. G. A. (2017). Pengaruh Norma Subjektif, Persepsi Return, dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Berinvestasi Saham Di Pasar Modal. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi Undiksha Vol. 8, No.2*.
- Hisan, K. (2019). Islamic financial literacy among students attending Faculty of Economics and Business. *Ihtiyath: Jurnal Manajemen Keuangan Syariah, Vol. 3, No. 2*, 113-122.
- Khotimah, H., Warsini, S., & Nuraeni, Y. (2011). Pengaruh Sosialisasi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Investor Pada Efek Syariah di Pasar Moal (Survei Pada Nasabah PT Danareksa Sekuritas Cabang FE-UI Depok). *Jurnal Account*, 423–433.

- Manan, A. (2017). *Aspek Hukum dalam Penyelenggaraan Investasi di Pasar Modal Syariah Indonesia (Edisi Kedua)*. Jakarta: Kencana.
- Marlin, K. (2020). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Persepsi Return, dan Inovasi Investasi Terhadap Minat Investasi Pada Galeri Investasi Syariah Bursa Efek Indonesia IAIN Batusangkar. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 120–128.
- Mubarok, F. K., Darmawan, A. R., & Luailiyah, Z. (2017). Optimalisasi Portofolio Nilai Saham: Studi Komparasi Kinerja Saham Syariah dan Nonsyariah. *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 309.
- Mudhrikah, S. (2018). Analisis Pengaruh Persepsi Return pada Keputusan Berinvestasi di Saham Syariah dengan Pengetahuan Sebagai Variabel Moderasi. *Thesis: Universitas Walisongo*, 227–249.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2017). Pengenalan Produk Syariah di Pasar Modal. Retrieved on 6 September 2020, from <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/Pages/Pasar-Modal-Syariah.aspx>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2017). Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI). Retrieved on 20 Februari 2021, from [https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Strategi-Nasional-Literasi-Kuangan-Indonesia-\(Revisit-2017\)](https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Strategi-Nasional-Literasi-Kuangan-Indonesia-(Revisit-2017)).
- Otoritas Jasa Keuangan. (2020). Statistik Saham Syariah. Retrieved on 6 September 2020, from <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/saham-syariah/Default.aspx>
- Pangestika, T., & Rusliati, E. (2019). Literasi dan efikasi keuangan terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 12(1), 37–42.
- Pradikasari, E., & Isbanah, Y. (2018). Pengaruh financial literacy, illusion of control, overconfidence, risk tolerance, dan risk perception terhadap keputusan investasi pada mahasiswa di kota surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 424–434.
- Purboyo, Zulfikar, R., & Wicaksono, T. (2019). Pengaruh Aktivitas Galeri Investasi, Modal Minimal Investasi, Persepsi Resiko dan Persepsi Return Terhadap Minat Investasi Saham Syariah. *Jurnal Wawasan Manajemen*, Vol. 7, 136–150.
- Putri, W. W., & Hamidi, M. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan, Efikasi Keuangan, dan Faktor Demografi Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 4(1), 398–412.
- Raymond, & Indrawan, M. G. (2020). Pengaruh Norma Subjektif Dan Return Ekspektasian Terhadap Minat Investasi Saham Pada Calon Investor Pada Program Yuk Nabung Saham Di Kota Batam. *Jurnal Akrab Juara*.
- Sari, D. A. (2015). Financial Literacy dan perilaku keuangan Mahasiswa. *Jurnal: Buletin Bisnis dan Manajemen*, 171–189.
- Sarigul, H. (2014). A Survey of Financial Literacy among University Students. *The Journal of Accounting and Finance*, 207-224
- Susanto, H. (2012). *Cerdas Memilih investasi*. Jakarta: Kompas Gramedia.

- Tandio, T., & Widanaputra, A. A. G. P. (2016). Pengaruh Pelatihan Pasar Modal, Return, Persepsi Resiko, Gender dan kemajuan Teknologi Pada Minat Investasi Mahasiswa. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 2316–2341.
- Taufiqoh, E., Diana, N., & Junaidi. (2019). Pengaruh Norma Subjektif, Motivasi Investasi, Pengetahuan Investasi, Persepsi Return Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Saham Di Pasar Modal. *Jurnal: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang*, 9–19.
- Tim Wesfix. (2015). *Investasi itu "Dipraktekin"*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Zulchayra, Z., Ibrahim, A., Fitria, A. (2020). Pengaruh Sosialisasi dan Pengetahuan terhadap minat Investasi di Pasar Modal Syariah (Studi Pada Mahasiswa di Banda Aceh). *JIHBIZ: Global Journal of Islamic Banking and Finance*, Vol. 2 (2), 2020. DOI: 10.22373/jihbiz.v2i2.8645

## Gadai Dan Investasi Emas: Antara Konsep Dan Implementasi

**Nanda Safarida**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa,  
nandasafarida@gmail.com

### Abstrak

Layanan Gadai, khususnya gadai emas syariah (*rahn*) adalah salah satu produk perbankan syariah yang menyalurkan pembiayaan jangka pendek kepada konsumen tanpa imbalan kepada masyarakat dengan semangat tolong menolong (*tabarru'*). Jasa gadai emas bisa menjadi sebuah pilihan bagi konsumen untuk memperoleh dana dengan cara mudah dan cepat dengan cara yang syar'i. Namun praktek jasa gadai emas berubah menjadi investasi yang penuh spekulasi yang justru bertentangan dengan prinsip syariah sehingga muncul pertanyaan tentang seberapa besar komitmen para stakeholder dalam mewujudkan prinsip syariah tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa konsep dan berbagai indikasi masalah dalam implementasi jasa gadai emas syariah. Penelitian ini menggunakan metode yang bersifat deskriptif analisis dalam menganalisa data sekunder yang berkaitan masalah-masalah tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk memastikan agar praktek gadai emas tidak menjadi ajang spekulasi maka perlu adanya regulasi yang jelas dan mengikat yang mengatur bagaimana semestinya praktek gadai dijalankan. Regulasi tersebut juga harus di ikuti sanksi tegas atas pelanggaran oleh para pelaku. Selain itu, memastikan agar pembiayaan gadai emas tersalurkan pada sektor riil akan ikut mencegah munculnya para spekulan. Di sisi lain, masyarakat selaku nasabah pengguna jasa lembaga keuangan syariah juga hendaknya harus memahami adanya sejumlah resiko apabila produk pembiayaan gadai emas digabungkan dengan produk investasi emas. Dalam investasi apapun keuntungan yang besar selalu diikuti oleh resiko yang tinggi. Pada akhirnya, perlunya Keterlibatan dan komitmen semua stakeholder merupakan jawaban komprehensif untuk mencapai *maqasid* syariah.

**Kata kunci:** Gadai emas syariah, Investasi Emas, *rahn*, *qardh*, regulasi.

### Abstract

*Pawn services, particularly Islamic pawn services in gold (rahn) is one of Islamic banks product that distributes short term financing to consumers without repayment (qardh) in order to mutual assistance principle (tabarru'). Gold pawning services could be an alternative for consumers to get easy money and have a fast process in sharia way. Yet this gold pawning services turn to be speculative investment in practice that contrast with sharia principle and the same time it raises question on how strong the commitment of all stakeholders to pursue the sharia principle. This study aims to analyze the concept and various problems indication in gold pawning services implementation. Descriptive analytic method is applied to analyze secondary data related to its problems. The result of the study indicate that to ensure the practice of pawning gold does not become speculative motive, it's necessary to have a clear and*

*binding regulations on how the pawning practice should be carried out. These regulations must also be followed by strict sanctions. In addition, ensuring the gold pawn financing is channeled to the real sector will help prevent the emergence of speculators. On the other hand, the public as customer should be aware of risks on combining product of gold pawn financing and gold investment because big profits in any investment are always followed by high risks. Finally, Participated and strong commitment of all stakeholders are the comprehensive answer in order to pursue maqasid sharia.*

**Keywords:** *Islamic gold pawn, Gold investment, rahn, qardh, regulation.*

## **PENDAHULUAN**

Emas adalah logam mulia yang sejak zaman dahulu kala sudah digunakan oleh umat manusia sebagai simbol kemakmuran dan kekuasaan. Di Indonesia, emas telah menjadi simbol status dalam berbagai sub-kultur dalam masyarakat. Seolah sudah ada kesepakatan tidak tertulis, bahwa emas adalah logam mulia yang memiliki nilai estetis tinggi. Nilai keindahan berpadu dengan harga sehingga menjadikan emas sebagai sarana mengekspresikan diri. Orang rela mengeluarkan dana yang cukup besar, demi mendapatkan logam mulia dengan berbagai macam variasinya (Purnama, 2014: 82).

Emas kembali menjadi perhatian di Indonesia terutama sejak krisis moneter dan ekonomi tahun 1997. Emas terbukti lebih tahan terhadap pengaruh inflasi dan krisis ekonomi sehingga sangat sesuai jika digunakan sebagai alat investasi dan lindung nilai asset. Investasi emas juga dinilai beberapa kalangan lebih menguntungkan dibandingkan dengan investasi dalam bentuk deposito, reksadana, saham, maupun obligasi. Investasi emas kemungkinan hanya bisa dikalahkan oleh properti, namun tetap saja emas lebih unggul karena bersifat *liquid* (mudah diuangkan) dan tahan terhadap krisis ekonomi sementara properti lebih sulit dijual (*illiquid*) dan nilainya bisa jatuh akibat krisis ekonomi. Selain digunakan sebagai alat investasi, emas juga dapat digunakan sebagai jaminan hutang, disebut juga dengan gadai, untuk mendapatkan dana segar jangka pendek (Purnama, 2013: 2).

Gadai merupakan praktik transaksi keuangan yang sudah lama dalam sejarah peradaban manusia. Sistem rumah gadai yang paling tua terdapat di negara Cina pada 3.000 tahun yang silam, juga di benua Eropa dan kawasan Laut Tengah pada zaman Romawi dahulu. Namun di Indonesia, praktik gadai sudah berumur ratusan tahun, yaitu dimana warga masyarakat telah terbiasa melakukan transaksi utang-piutang dengan jaminan barang (Ermawati, 2013: 3).

Dalam kamus Undang-Undang Hukum Perdata Pasal 1150, gadai diartikan sebagai berikut:

“Suatu hak yang diperoleh kreditur atas suatu barang bergerak, yang diserahkan kepadanya oleh debitur, atau oleh kuasanya, sebagai jaminan atas utangnya, dan memberi wewenang kepada kreditur untuk mengambil pelunasan piutangnya dari barang itu dengan mendahului kreditur-kreditur lain; dengan pengecualian biaya penjualan sebagai pelaksanaan putusan atas tuntutan mengenai pemilikan atau penguasaan, dan biaya penyelamatan barang itu, yang dikeluarkan setelah barang itu diserahkan sebagai gadai dan yang harus didahulukan”.

Gadai didalam lembaga syariah disebut dengan *rahn*. *Rahn* menurut Sayyid Sâbiq adalah menjadikan barang yang mempunyai nilai harta menurut ajaran Islam sebagai jaminan utang, hingga orang yang bersangkutan dapat mengambil piutang atau mengambil sebagian manfaat barang itu (Sâbiq, 2006: 187). Transaksi gadai dalam fikih Islam disebut *al-rahn*, yakni suatu jenis perjanjian untuk menahan suatu barang sebagai tanggungan utang (Ali, 2008:1). *Al-rahn* berarti menjadikan suatu barang yang bersifat materi sebagai pengikat (Sâbiq, 2006: 248). Adapun menurut terminologi hukum Islam, *rahn* sebagaimana didefinisikan oleh para ulama adalah menjadikan barang yang berharga menurut tinjauan syariat sebagaimana jaminan utang, sekiranya pembayaran utang atau sebagian bisa diambil dari benda yang digadaikan tersebut (Al-Jaziri, 2001: 260). Sayyid Sâbiq merumuskan gadai dengan, ‘Menjadikan suatu barang yang mempunyai nilai harta dalam pandangan syara’ sebagai jaminan utang, yang memungkinkan untuk mengambil seluruh atau sebagian utang dari barang tersebut (Sâbiq, 2006: 248). *Rahn* juga dapat diartikan menahan salah satu harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Barang tersebut memiliki nilai ekonomis. Dengan demikian, pihak yang menahan memperoleh jaminan untuk dapat mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya. Sedangkan dalam pengertian istilah adalah kepercayaan/penguat *marhûn bih* dan *murtahin* berhak menjual/melelang barang yang digadaikan itu pada saat ia menuntut haknya. Secara sederhana dapat dijelaskan bahwa ia adalah semacam jaminan utang atau gadai (Rodoni dan Hamid, 2008: 187).

Dengan demikian dapat dipahami bahwa *rahn* yang biasanya diterjemahkan sebagai gadai, memiliki pengertian yang lebih luas dibandingkan dengan gadai dalam

ketentuan Pasal 1150 KUH Pedata tersebut yang hanya meliputi barang bergerak. Sedangkan *rahn* meliputi barang jaminan/agunan berupa barang bergerak maupun barang tidak bergerak sehingga *rahn* sama dengan pengertian gadai dalam hukum adat (Wangsawidjaja, 2012: 307).

Emas sering menjadi barang jaminan dalam transaksi gadai. Gadai Emas syariah adalah penggadaian atau penyerahan hak penguasaan secara fisik atas harta/barang berharga (berupa emas) dari nasabah (*al-râhin*) kepada bank/pegadaian (*al-murtahin*) untuk dikelola dengan prinsip *al-rahn* yaitu sebagai jaminan (*al-marhûn bih*) atas peminjam (*al-marhûn*) yang diberikan nasabah/peminjaman tersebut. Pembiayaan gadai emas syariah adalah produk pembiayaan di mana lembaga keuangan syariah memberikan fasilitas pinjaman kepada nasabah dengan jaminan berupa emas dengan mengikuti prinsip gadai syariah, emas tersebut ditempatkan dalam penguasaan dan pemeliharaan pegadaian syariah dan atas pemeliharaan tersebut pegadaian syariah mengenakan biaya sewa atas dasar prinsip *Ijarah*. Jadi pada dasarnya produk gadai (*rahn*) memiliki kombinasi akad di dalamnya, yakni transaksi di mana satu pihak menerima pinjaman dengan akad (*qardh*) dengan jaminan tertentu dan prinsip *ijarah* untuk biaya sewa pemeliharaan jaminan tersebut (Hadi, 2012: 186).

Landasan hukum dari gadai syariah yaitu Alquran surah al-Baqarah (2) ayat 283, yang artinya:

*“Jika kamu dalam perjalanan (dan bermuamalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). Akan tetapi, jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (utangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya. Dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. Dan barangsiapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya. Dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan”.*

Dan hadis dari Anas ibn Mâlik R.a. yang diriwayatkan oleh Ibn Mâjah yang berbunyi:

*Telah meriwayatkan kepada kami Nash ibn ‘Ali al-Jahdhami, ayahku telah meriwayatkan kepadaku, meriwayatkan kepada kami Hisyam ibn Qatadah dari Anas berkata, “Sungguh Rasulullah Saw. Menggadaikan baju besinya kepada*

*seorang Yahudi di Madinah dan menukarkannya dengan gandum untuk keluarganya*". (H.r. Ibn Mâjah)

Hadis Abu Hurayrah yang diriwayatkan oleh Imam al-Bukhari, yang artinya: *Telah diriwayatkan kepada kami Muhammad ibn Mutaqil, mengabarkan kepada 'Abd Allah ibn Mubarah mengabarkan kepada kami Zakariyya dari Sya'bi dari Abî Hurayrah, dari Muhammad Saw. bahwasanya beliau ber-sabda, "Kendaraan dapat digunakan dan hewan ternak dapat pula diam-bil manfaatnya apabila digadaikan. Pegadai wajib memberikan nafkah dan penerima gadai boleh mendapatkan manfaatnya"*.<sup>16</sup> (H.r. al-Bukhârî)

Gadai emas syariah bisa dilakukan di Perbankan Syariah (Bank Syariah dan Unit usaha Syariah) atau di pegadaian Syariah. Gadai emas di perbankan diatur berdasarkan peraturan Bank Indonesia (PBI), Surat Edaran Bank Indonesia (SE-BI), dan fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (Fatwa DSN-MUI). Di sisi lain, gadai emas syariah di Pegadaian Syariah hanya diatur berdasarkan Fatwa DSN-MUI, sebab pegadaian tidak termasuk lembaga yang diawasi Bank Indonesia. Dulu Pegadaian diawasi oleh Bappepam-LK, tetapi saat ini lembaga perbankan dan pegadaian sama-sama diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (Purnom0, 2013: 92).

Dasar hukum gadai emas syariah di Perbankan Syariah:

1. Peraturan Bank Indonesia atau PBI Nomor 10/17/PBI/2008 tentang produk Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah.
2. Surat Edaran Bank Indonesia atau SE-BI Nomor 10/31/DPbS/2008 perihal Produk Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah.
3. Surat Edaran Bank Indonesia atau SE-BI Nomor 14/7/DPbS/2012 perihal Produk Qardh Beragun Emas bagi Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah.
4. Fatwa DSN-MUI Nomor 25/DSN-MUI/III/2002 tentang *Rahn*.
5. Fatwa DSN-MUI Nomor 26/DSN-MUI/III/2002 tentang *Rahn* Emas.
6. Fatwa DSN-MUI Nomor 79/DSN-MUI/III/2001 tentang *Qardh* dengan menggunakan Dana Nasabah.

Dasar hukum gadai emas syariah di Pegadaian Syariah:

1. Fatwa DSN-MUI Nomor 25/DSN-MUI/III/2002 tentang *Rahn*.
2. Fatwa DSN-MUI Nomor 26/DSN-MUI/III/2002 tentang *Rahn* Emas.

3. Fatwa DSN-MUI Nomor 79/DSN-MUI/III/2001 tentang *Qardh* dengan menggunakan Dana Nasabah.

Bagi lembaga keuangan syariah, khususnya bank syariah, produk gadai emas memiliki beberapa keuntungan, menurut Direktur Utama Karim Business Consulting, Adiwarmanto A. Karim, ada tiga keuntungan yang diperoleh bank syariah dari produk gadai emas syariah :

1. Profitabilitas tinggi dan margin keuntungan tebal karena masyarakat kecil mau membayar mahal.
2. Bagi bank aman karena produk ini ibarat Kredit Tanpa Anggungan (KTA), tetapi kalau KTA tidak ada jaminan, sedangkan gadai emas ada jaminan dan likuid,
3. Tidak ada Penyisihan Penghapusan Aktiva Produktif (PPAP).

Keuntungan dan kelebihan yang dapat diberikan gadai emas syariah bagi masyarakat maupun bank syariah menjadi produk pembiayaan ini memiliki prospek yang bagus untuk mendorong partisipasi masyarakat dalam aktivitas ekonomi Islam dan keikutsertaan dalam memperluas penerapan ekonomi Islam di Indonesia. Gadai emas diperbankan syariah merupakan produk pembiayaan atas dasar berupa emas dalam bentuk batangan maupun perhiasan sebagai salah satu alternatif memperoleh uang tunai dengan cepat, aman, dan mudah. Cepat berarti pihak nasabah dapat memperoleh dana pinjaman tanpa prosedur yang panjang dibandingkan dengan pembiayaan lainnya. Aman karena pihak bank memiliki jaminan, yaitu emas yang bernilai tinggi dan relatif stabil bahkan nilainya cenderung bertambah. Mudah berarti pihak nasabah dapat kembali memiliki emas yang digadaikan dengan mengembalikan sejumlah pinjaman dari bank. Pihak bank dapat dengan menjual emas yang digadaikan dengan harga yang bersaing apabila debitur wanprestasi karena harga emas cenderung stabil bahkan terus meningkat (Apriyanti, 2013: 83).

Prinsip yang digunakan dalam gadai emas syariah di bank syariah maupun di pegadaian syariah tidak berbeda dengan prinsip gadai pada umumnya. Mulai dari persyaratan, biaya administrasi, biaya pemeliharaan dan penyimpanan. Hingga mekanisme penjualan barang gadai ketika pihak debitur tidak melunasi utang (Apriyanti, 2013: 84).

Biaya administrasi adalah ongkos atau pengorbanan materi yang dikeluarkan oleh bank syariah dalam pelaksanaan akad gadai dengan nasabah penggadai (*rahin*). Biaya administrasi mencakup biaya materai, jasa penaksiran, formulir akad, fotokopi,

*print out*, dan lain-lain. Biaya administrasi dibayar dimuka dan tidak termasuk dalam komponen dana yang dipinjamkan. Dalam prakteknya sangat jarang nasabah mengetahui rincian biaya administrasi tersebut. Biasanya bank hanya menginformasikan total biaya administrasi yang harus ditanggung nasabah (Apriyanti, 2013: 95).

Biaya pemeliharaan atau biaya penyimpanan adalah biaya yang dibutuhkan untuk merawat barang jaminan gadai selama jangka waktu tertentu yang ditetapkan pada akad gadai. Biaya pemeliharaan/penyimpanan/sewa dapat berupa biaya sewa tempat SDB (*Save Deposit Box*), biaya pemeliharaan, biaya keamanan, biaya asuransi dan biaya lain yang diperlukan untuk menyimpan barang jaminan gadai (Apriyanti, 2013: 96).

Adapun gadai emas memiliki keistimewaan dibandingkan dengan gadai lainnya. Emas merupakan logam mulia yang bernilai tinggi dengan harga yang relatif stabil bahkan selalu menunjukkan trend positif setiap tahun. Emas juga merupakan harta yang mudah dimiliki setiap orang, khususnya emas perhiasan. Ketika seseorang membutuhkan uang tunai, ia dapat dengan mudah menggadaikan perhiasan kepada lembaga pegadaian atau bank syariah. Setelah ia melunasi utang, ia dapat memiliki perhiasan kembali. Artinya, seseorang bisa mendapatkan uang tunai dengan mudah tanpa harus menjual emas atau perhiasan yang dimilikinya (Apriyanti, 2013: 96).

Gadai emas syariah sangat bermanfaat bagi nasabah pegadaian yang membutuhkan dana tunai dengan cepat sekaligus bermanfaat bagi bank syariah yang menyediakan jasa gadai emas syariah, Karena bank syariah akan mendapatkan keuntungan dari jasa penitipan barang gadai dan bukan dari kegiatan gadai itu sendiri (Apriyanti, 2013: 99).

Gadai emas secara prinsip hanya boleh diberikan kepada nasabah yang memerlukan uang mendesak sehingga tidak boleh dipakai untuk kepentingan spekulasi, apalagi untuk melakukan gadai secara bertingkat. Gadai emas konvensional secara prinsip berbeda dengan gadai emas syariah. Perbedaan yang mendasar diantara keduanya adalah persoalan bunga/rente/riba. Tidak hanya itu, gadai emas syariah juga harus bebas dari “imbangan hasil” dalam bentuk apapun karena pembiayaan gadai syariah tidak ditujukan untuk proyek bagi-hasil, melainkan pinjaman bagi mereka yang mengalami kesulitan dana jangka pendek. Dalam gadai emas syariah, pihak bank hanya

diizinkan mengambil hasil dari jasa penitipan dan pemeliharaan barang jaminan (Purnomo, 2013: 97).

Gadai Emas Syariah diperbankan Syariah dikenal dengan nama *Qardh Beragun* Emas. Dalam Surat Edaran bank Indonesia, *Qardh* adalah suatu akad penyaluran dana oleh lembaga keuangan syariah kepada nasabah sebagai utang piutang dengan ketentuan bahwa nasabah wajib mengembalikan dana tersebut kepada lembaga keuangan syariah pada waktu yang telah disepakati. *Qardh* juga diartikan kegiatan pinjam meminjam dana “tanpa imbalan” dimana pihak meminjam diwajibkan untuk mengembalikan pokok pinjaman secara sekaligus atau cicilan dalam jangka waktu tertentu sesuai kesepakatan (Purnomo, 2013: 97). *Qardh Beragun* Emas dalam Surat Edaran Bank Indonesia dimaknai sebagai salah satu produk yang menggunakan akad *qardh* yang dilakukan bersama dengan transaksi lain yang menggunakan akad-akad *mu'awadhah* (pertukaran dan dapat bersifat komersial) dalam produk yang bertujuan mendapatkan keuntungan, dapat dilakukan antara lain dalam produk *rahn* emas (gadai emas syariah), pembiayaan pengurusan haji, pengalihan utang, *syariah charge*, *syariah card*, dan anjak piutang syariah. Agunan yang digunakan adalah emas yang diikat dengan akad *rahn* (gadai), di mana emas yang diagunkan disimpan dan dipelihara oleh Bank Syariah atau Unit Usaha Syariah selama jangka waktu tertentu dengan membayar biaya penyimpanan dan pemeliharaan atas sebagai objek *rahn* yang diikat dengan akad *ijarah*.

Dalam Fatwa DSN-MUI Nomor 79/DSN-MUI/III/2011, Akad *qardh* pada lembaga keuangan syariah terdiri atas dua macam :

- a. Akad *qardh* yang berdiri sendiri untuk tujuan sosial semata sebagaimana dimaksud dalam fatwa DSN-MUI/IV/2001 tentang *qardh*, bukan sebagai sarana atau kelengkapan transaksi lain dalam produk yang bertujuan mendapatkan keuntungan.
- b. Akad *qardh* yang dilakukan sebagai sarana atau kelengkapan bagi transaksi lain yang menggunakan akad-akad *mu'awadhah* (pertukaran dan dapat bersifat komersial) dalam produk yang bertujuan mendapatkan keuntungan.

Gadai emas syariah atau *Qardh Beragun* Emas bisa dilakukan di bank syariah dan Unit Usaha Syariah (UUS) maupun di Pegadaian Syariah. Yang dimaksud Bank Syariah adalah bank yang menjalankan usahanya berdasarkan Prinsip Syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat

Syariah (BPR Syariah) sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

Sementara Unit Usaha Syariah atau disingkat UUS dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 10 Tahun 2008 Pasal 1 angka 3 adalah unit kerja dari kantor pusat Bank Umum Konvensional yang berfungsi sebagai kantor unit atau kantor unit yang melaksanakan kegiatan usaha yang berdasarkan Prinsip Syariah, atau unit kerja di kantor cabang dari suatu usaha secara konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor cabang pembantu syariah dan/atau unit syariah sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah.

Gadai emas sering dilakukan untuk memenuhi kebutuhan jangka pendek. Namun, dilihat dari segi nasabah pegadaian syariah dan bank syariah, terlihat adanya perubahan paradigma dimana gadai emas dijadikan sebagai cara untuk memperoleh emas lain dari hasil menggadaikan emas. Inilah yang kemudian dikenal dengan berinvestasi atau berkebun emas yang ditengarai keluar atau tidak memenuhi ketentuan gadai syariah dan berubah tujuan menjadi ajang spekulasi. Bukankah Pergeseran fungsi gadai emas dari pembiayaan jangka pendek menjadi investasi jangka panjang adalah konsep yang keliru yang membawa malapetaka bagi para pelakunya terutama bagi nasabah gadai emas? Dan bagaimana mengembalikan paradigma gadai emas yang sesuai dengan syariah?

Oleh karena itu, penulis mencoba untuk menganalisa landasan hukum berikut permasalahan dalam implementasi gadai emas di Indonesia serta bagaimana peran stakeholder dalam menangani masalah tersebut.

Penelitian ini mengacu pada penelitian terdahulu oleh Titin Ermawati yang berjudul peluang dan tantangan gadai emas (*rahn*) di Indonesia: sebuah tinjauan konseptual. Dalam penelitian tersebut penulis membahas tentang peluang dan tantangan bagi perkembangan gadai emas syariah, hanya saja tinjauan dalam penelitian tersebut belum dilakukan secara komprehensif dari berbagai sudut pandang para stakeholder gadai emas syariah.

## **METODOLOGI**

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dimana data-data sekunder yang diperoleh dari penelitian tentang bagaimana keberadaan manusia dalam

pencatatan akuntansi kemudian dijelaskan dan dianalisa kembali berdasarkan teori-teori yang ada. Secara lebih terperinci teknik analisis data sebagaimana dikemukakan oleh Miles dan Hubberman, dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, interpretasi data dan penarikan kesimpulan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Praktek Gadai Emas Sebelum Berlakunya SE-BI Nomor 14/7/DPbs/2012**

Gadai emas di Bank Syariah sebelum berlakunya SE-BI Nomor 14/9/DPbS/2012, banyak diselewengkan menjadi produk investasi emas, seperti Kebun Emas atau Angsa Emas.

Seiring perkembangan zaman, bank syariah menawarkan beragam produk gadai emas. Produk-produk tersebut menawarkan beragam produk investasi emas yang dibungkus dengan produk gadai emas. Contohnya program Kebun Emas dan Angsa Emas yang memadukan gadai emas dan pembelian emas secara berulang-ulang. Pada akhirnya kedua produk investasi berbalut gadai emas tersebut banyak merugikan nasabah bank syariah karena terlalu banyak mengandung unsur spekulasi (Purnomo,2013:105).

Pada program Investasi Kebun Emas, nasabah datang dengan membawa emas yang dimilikinya, kemudian menggadaikannya ke bank, lalu menunggu beberapa waktu sebelum mengulang gadai tersebut. Sementara pada program Angsa Emas, nasabah datang ke bank dengan membawa uang untuk membeli emas melalui bank kemudian langsung menggadaikannya. Uang pembelian emas pertama kali dalam Angsa Emas dapat juga diperoleh dari dana pinjaman bank yang bersangkutan. Gadai emas dalam Angsa Emas juga bisa dilakukan berkali-kali seperti layaknya Kebun Emas.

Menurut prinsip syariah, gadai emas merupakan sumber pembiayaan bagi seseorang yang terdesak masalah keuangan dalam jangka pendek. Karena itu akad yang digunakan adalah akad *qardh* (pinjam-meminjam) dalam rangka *rahn* (gadai), bukan untuk tujuan investasi. *Qardh* adalah pinjam- meminjam dana “tanpa imbalan” dengan kewajiban pihak peminjam untuk membalikan pokok pinjaman secara sekaligus atau cicilan dalam jangka waktu tertentu. Jadi dalam akad *qardh* tidak ada imbalan atas pemberian pinjaman dalam bentuk apa pun, termasuk ”bagi hasil” apalagi “bunga”.

Akad *qardh* dalam konteks gadai emas adalah akad (perjanjian) pemberian pinjaman dari bank untuk nasabah yang disertai penyerahan amanat agar bank menjaga jaminan barang yang di serahkan. Dalam produk gadai emas, bank biasanya menyertakan biaya pemeliharaan dengan menggunakan akad *ijarah* (sewa). Tetapi, lantaran harga mengalami kenaikan yang cukup fenomenal pada 2011, produk gadai emas pun berkembang sehingga banyak nasabah tak lagi menggunakan prinsip “keterdesakan dana” dalam transaksi gadai (Megasari dan bangun, 2016).

Program Kebun Emas dan Angsa Emas paling di minati nasabah ketimbang program gadai emas yang menggunakan prinsip keterdesakan. Fenomena yang berkembang di bank syariah bukanlah gadai emas, melainkan penggandaan emas yang sifatnya spekulasi yang tidak sesuai dengan prinsip gadai emas syariah.

Melalui program gadai emas dan berkebun emas, beberapa bank syariah meraup untung besar dari penarikan *fee* maupun kenaikan harga emas itu sendiri. Sayangnya, saat harga emas merosot, resiko produk-produk gadai emas ini mulai terlihat mengerikan. Ada juga investor yang merasa di tipu karena tidak bisa ikut “memanen” kebun emas seperti teman dan kerabatnya. Para investor nampaknya lupa bahwa setiap jenis investasi pasti mengandung resiko. Semakin besar keuntungannya, semakin besar pula resiko kerugiannya. Kebanyakan investor lebih tertarik janji-janji keuntungan selangit, apalagi program apalagi investasi tersebut di adakan oleh perbankan syariah yang seharusnya lebih mengedepankan sistem syariah yang menjunjung tinggi keadilan dan keterbukaan.

### **Praktek Gadai Emas Setelah Berlakunya SE-BI nomor 14/7/DPbS/2012**

Penyimpangan praktik gadai emas di bank-bank syariah akhirnya mendorong Bank Indonesia (BI) mengeluarkan produk hukum terbaru yang bertujuan membatasi dan mengendalikan gadai emas sesuai prinsip syariah. Peraturan terbaru tersebut berupa Surat Edaran Bank Indonesia (SE-BI) nomor 14/7/DPS yang di terbitkan dan mulai berlaku sejak 29 februari 2012.

Meski bisnis gadai emas berkembang pesat, namun BI belum berniat membuat pengaturan secara khusus dalam bentuk Peraturan Bank Indonesia (PBI). Hal itu karena BI merasa bisnis gadai emas syariah belum terlalu besar kontribusinya dalam industri perbankan berbasis syariah sehingga BI hanya mengaturnya lewat Surat Edaran Bank

Indonesia (SE-BI). BI hanya ingin perbankan syariah membuat *Standard Operational Procedure* (SOP) dan tidak lagi menggunakan istilah “gadai emas“ dalam memasarkan produknya agar tidak rancu dengan istilah gadai emas yang juga di gunakan di pegadaian syariah. Gadai emas di bank syariah pun di ubah namanya menjadi produk *Qardh Beragun Emas* (Purnomo, 2013: 108).

Akibat di terbitkan SE-BI nomor 14/7/DPbS/2012 tersebut, timbul masalah pada kontrak gadai yang sudah terlanjur ada. Kontrak gadai yang dimiliki nasabah tidak bisa di perpanjang lantaran tidak sejalan lagi dengan aturan SE-BI, dan saat kontrak jatuh tempo harga emas juga sedang merosot. Bank pun menempuh cara-cara yang tidak bijak untuk melakukan penyesuaian dengan menimpakan semua kerugian kepada para nasabah (Sula, 2016).

Kini gadai emas syariah di atur dalam SE-BI nomor 14/7/DPbS tanggal 29 Februari 2012 perihal Produk *Qardh Beragun Emas* bagi Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah yang mulai berlaku 29 Februari 2012. Penerbitan surat edaran ini dimaksudkan untuk memberikan acuan bagi perbankan syariah dalam menjalankan produk *Qardh Beragun Emas*, yang merupakan pelaksanaan dari peraturan Bank Indonesia (PBI) Nomor 10/17/PBI/2008 tentang Produk Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah. Ketentuan tersebut berlaku untuk Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPR Syariah).

Penerbitan surat edaran BI tersebut langsung berimbas pada kelangsungan bisnis pada sejumlah bank syariah. Tak hanya mengungkap berapa besar resiko yang di terima bank dan nasabah secara perlahan, regulasi BI juga menyurutkan transaksi gadai emas syariah secara drastis. Salah satunya di BRI Syariah. Dana kelolaan gadai emas BRI Syariah sempat mencapai Rp 2 triliun pada 2011. Namun, porsi tersebut berkurang menjadi Rp 1,4 triliun pada akhir 2011 dan turun lagi menjadi Rp600 miliar pada 2012. Artinya, dihitung dari nilai tertinggi, gadai emas BRI Syariah *ambblas* (merosot tajam) hingga 70%.

Dalam aturan BI tentang gadai emas syariah, plafon pembiayaan gadai emas di batasi maksimal Rp250juta untuk setiap nasabah. Jangka waktu paling lama 4 (empat) bulan dan dapat di perpanjang paling banyak dua kali. Khusus untuk usaha Mikro dan Kecil (UMK) dapat di berikan pembiayaan maksimal Rp50 juta dengan jangka waktu

pembiayaan paling lama satu tahun. Nasabah UMK dapat mengangsur setiap bulan, namun mereka tidak di perkenankan memperpanjang masa gadai.

Sebelum SE-BI nomor 14/7/DPbS/2012 di terbitkan, pembiayaan gadai emas di bank syariah di duga menjadi permainan para spekulan. Hal tersebut lantaran plafon pembiayaan gadai emas lebih banyak di atas Rp250 juta. Nilai pembiayaan di atas Rp 250 juta mencapai 98% dari total pembiayaan gadai emas di bank syariah. Diduga, pembiayaan dengan plafon besar tersebut menjadi lahan permainan para spekulan.

Selain plafon, BI juga membatasi jumlah portofolio pembiayaan gadai emas syariah paling banyak 20% dari total pembiayaan atau 150% dari modal bank bagi Bank Umum Syariah (BUS). Sedangkan bagi Unit Usaha Syariah (UUS) hanya di berikan satu acuan, yakni sebesar 20% dari total pembiayaan. Sementara itu, nilai gadai atau *Financing to Value* (FTV) di batasi maksimal 80% dari rata-rata jual emas 100% gram dan harga beli kembali emas PT Aneka Tambang (Antam).

Agar sejalan dengan aturan baru tersebut, bank syariah di wajibkan membuat kewajiban dan prosedur selama satu bulan terhitung sejak berlakunya SE-BI. Bank akan di berikan masa transisi selama satu tahun. Bank syariah dapat menetapkan nilai *Financing to Value* (FTV) dengan menggunakan acuan lain sepanjang nilai FTV yang di hasilkan lebih kecil dari atau sama dengan nilai FTV yang di tetapkan.

Dalam menjalankan produk *Qardh* Beragun Emas (Gadai Emas Syariah), Bank syariah (BUS dan BPR syariah) serta UUS wajib memenuhi ketentuan berikut sebagaimana diatur dalam Surat Edaran Bank Indonesia Nomor 14 Tahun 2012:

- a. Mengajukan permohonan izin terlebih dahulu kepada Bank Indonesia
- b. Memiliki kebijakan dan prosedur ( *Standard operating procedure/SOP*) tertulis secara memadai, termasuk penerapan manajemen risiko.
- c. Jumlah portofolio *Qardh* Beragun Emas Bank Syariah pada setiap akhir bulan paling banyak adalah jumlah terkecil antara 20% dari jumlah seluruh pembiayaan yang di berikan atau 150% dari modal Bank ( kewajiban penyediaan Modal Minimum / KPMM) ; sedangkan untuk UUS di tetapkan sebesar 20% dari jumlah seluruh pembiayaan yang diberikan.
- d. Jumlah pembiayaan paling banyak Rp 250 juta untuk setiap nasabah, dengan jangka waktu paling lama 4 bulan dan dapat di perpanjang paling banyak dua kali. Kusus untuk nasabah usaha mikro & kecil (UMK) dapat di berikan pembiayaan paling

- banyak Rp 150 juta dwengan jangka waktu paling lama satu tahun dengan angsuran setiap bulan, namun tidak dapat di perpanjang.
- e. Jumlah pembiayaan di bandingkan dengan nilai agunan atau *Financing to Value* (FTV) paling banyak 80% dan rata-rata harga jual emas 100 gram dan harga di beli kembali (*buy back*) emas PT (Persero Aneka Tambang Tbk. Bank Syariah atau UUS dapat menetapkan FTV dengan menggunakan acuan lain sepanjang nilai FTV yang di hasilkan lebih kecil dari atau samadengan nilai FTV yang di tetapkan.
  - f. Bank syariah atau UUS wajib menjelaskan kepada nasabah antara lain tentang karakteristik produk (fitur, resiko, manfaat, biaya, persyaratan, dan penyelesaian apabila terdapat sengketa ) serta hak dan kewajiban nasabah secara lisan atau tertulis (transparan ), termasuk eksekusi agunan emas.

### **Permasalahan dalam Praktek Gadai Emas Syariah**

Gadai emas syariah yang awalnya merupakan angin segar bagi nasabah menengah kebawah yang membutuhkan dana jangka pendek (kurang dari satu tahun) untuk berbagai keperluan mendesak berubah menjadi ajang spekulasi bagi satu pihak untuk meraup keuntungan yang besar yang tentunya akan merugikan pihak lainnya.

Berdasar uraian sebelumnya, penulis mencoba mendeteksi permasalahan dalam praktek gadai emas syariah, diantaranya:

- a) Diawali dengan tidak adanya keterbukaan informasi perihal biaya administrasi yang dibebankan kepada nasabah penggadai. Pada prinsipnya pihak yang memberi pinjaman tidak dibenarkan untuk mengambil keuntungan dari akad gadai syariah dengan alasan transaksi ini transaksi pinjam-meminjam (*qardh*) yang bersifat *tabarru'* (kebaikan atau tolong menolong). Keterbukaan informasi ini sangat penting guna terlaksananya prinsip (*'an taradim minkum*) sama-sama rela.
- b) Pembiayaan yang diberikan melalui gadai emas syariah yang kemudian dipadukan dengan investasi emas yang menjanjikan keuntungan selangit dalam waktu singkat, memberikan dampak yang cukup serius bagi nasabah, diantaranya: resiko tinggi akibat perubahan/fluktuasi harga emas, cenderung merugikan karena sejatinya pembiayaan gadai hanya cocok untuk jangka pendek bukan untuk mendanai investasi jangka menengah ataupun jangka panjang, dan

berpotensi mempengaruhi keseimbangan pasar emas yang disebabkan karena adanya hukum pasar yakni keseimbangan antara permintaan dan penawaran.

- c) Regulasi yang ada belum mampu secara detail menjelaskan tentang bagaimana gadai emas syariah semestinya di lakukan berikut sanksi tegas atas ketidak mampuan dalam menaati aturan tersebut.

Masyarakat yang ingin memanfaatkan gadai emas syariah dan investasi emas melalui perbankan syariah atau pegadaian syariah harus memahami adanya sejumlah resiko atau mungkin sejumlah kerugian yang di hadapinya. Produk Gadai Emas Syariah (*Qardh* beragun emas) sejatinya tergolong produk perbankan yang aman dan minim risiko asalkan di lakukan sesuai aturan BI dan fatwa DSN-MUI. Namun demikian, dalam praktiknya produk ini dapat menimbulkan resiko besar jika di gabung dengan produk investasi emas, seperti Beli-gadai emas, Kebun Emas, atau Angsa Emas.

Ketua I Ikatan Ahli Ekonomi Islam (IAEI), Agustianto, menilai bahwa Bank Indonesia (BI) harus mengarahkan gadai emas di bank syariah untuk pembiayaan sektor riil. Dengan begitu, gadai emas akan terhindar dari kegiatan spekulasi. Sebelumnya, BI berencana mengeluarkan aturan terkait transaksi gadai emas di bank syariah. Aturan itu akan memuat sejumlah instrumen yang terkait dalam transaksi gadai emas, seperti nilai gadai (*finance to value /FTV*) hingga plafon pembiayaan per nasabah. Arah pembiayaan gadai emas sudah sesuai dengan semangat pertama kemunculan transaksi gadai (*rahn*). Gadai muncul karena ada transaksi dagang yang tidak tunai sehingga perlu ada jaminan. Akan tetapi, kemudian praktik gadai, terutama dengan jaminan emas, mengarah ke spekulasi. Transaksi gadai emas bahkan telah sampai pada praktik perdagangan tidak riil. Oleh sebab itu, BI harus membatasi porsi pembiayaan gadai emas yang digunakan di luar sektor riil. Sementara, pembiayaan gadai emas untuk sektor riil tak perlu dibatasi. Untuk memastikan pembiayaan gadai emas ke sektor riil, bank syariah perlu menganalisis nasabah. Transaksi gadai emas nasabah yang kedua harus dipastikan untuk membiayai usaha karena kalau gadai yang pertama masih dimungkinkan untuk keperluan lain.

Agustianto menambahkan, aturan yang dibuat BI untuk gadai emas di bank syariah juga harus detail. BI perlu mengatur FTV emas. Persentase FTV hingga 80 persen dinilai masih aman bagi bank syariah. Pengaturan gadai emas tersebut, ujar dia,

perlu untuk mendorong penguatan manajemen risiko di bank syariah. Hal itu diperlukan untuk mengantisipasi fluktuasi harga emas di pasar.

Regulasi pergadaian yang ada dianggap sudah tidak mampu lagi mengatasi perkembangan jasa pergadaian yang berkembang dalam praktek, khususnya kemampuan menjamin terciptanya pelayanan masyarakat yang mudah, murah dan cepat. Praktek gadai, khususnya gadai emas syariah yang semula berfungsi sebagai alternatif pembiayaan yang cepat dan murah berbasis kekuatan sendiri bergeser menjadi sarana investasi yang spekulatif. Konsepsi regulasi pergadaian di masa datang, semata-mata ditujukan untuk menciptakan lembaga pembiayaan yang mampu menjadi penggerak perekonomian, khususnya bagi pelaku usaha menengah bawah dan individu dengan memperhatikan prinsip cepat, wajar dan efisien. Undang-undang pergadaian yang akan dibentuk harus mampu memberikan rambu dan menentukan area agar jasa pergadaian sebagai alternatif pembiayaan tidak bergeser menjadi investasi yang spekulatif (Bakar,2012).

## **KESIMPULAN**

Gadai Emas Syariah diperbankan Syariah dikenal dengan nama *Qardh* Beragun Emas. *Qardh* adalah suatu akad penyaluran dana oleh lembaga keuangan syariah kepada nasabah sebagai utang piutang dengan ketentuan bahwa nasabah wajib mengembalikan dana tersebut kepada lembaga keuangan syariah pada waktu yang telah disepakati. Menurut prinsip syariah, gadai emas merupakan sumber pembiayaan bagi seseorang yang terdesak masalah keuangan dalam jangka pendek. Karena itu akad yang digunakan adalah akad *qardh* (pinjam-meminjam) dalam rangka *rahn* (gadai), bukan untuk tujuan investasi yang sifatnya jangka panjang.

Sebagai rekomendasi untuk memastikan agar praktek gadai emas tidak menjadi ajang spekulasi maka perlu adanya regulasi yang jelas dan mengikat yang mengatur bagaimana semestinya praktek gadai dijalankan. Regulasi tersebut juga harus di ikuti sanksi tegas atas pelanggaran oleh para pelaku. Selain itu, memastikan agar pembiayaan gadai emas tersalurkan pada sektor rill akan ikut mencegah munculnya para spekulan. Masyarakat selaku nasabah pengguna jasa lembaga keuangan syariah juga hendaknya harus memahami adanya sejumlah resiko atau mungkin sejumlah kerugian yang di hadapinya apabila produk pembiayaan gadai emas digabungkan dengan produk

investasi emas. Dalam investasi apapun keuntungan yang besar selalu diikuti oleh resiko yang tinggi. Pada akhirnya, peran serta dan komitmen dari seluruh elemen terkait sangat menentukan bagi terwujudnya perbankan syariah dimana lembaga dan produknya sesuai dengan *maqasid* syariah.

## PUSTAKA ACUAN

- Abu Bakar, Lastuti,. (2012). Pranata Gadai Sebagai Alternatif Pembiayaan Berbasis Kekuatan Sendiri (Gagasan Pembentukan UU Pegadaian). *Mimbar Hukum*, Vol 24, No. 1.
- Ali, Zainuddin. (2008). *Hukum Gadai Syariah*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Al-Jaziri, Syekh Abdurrahman. 2001. *Al-Fiqh 'alal Madzahibil Arba'ah*. alih bahasa: Hatibul Umam, Abu Hurairah. Jakarta: Darul Ulum Press.
- Apriyanti, Maya. (2012). *Anti Rugi Dengan Berinvestasi Emas*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Dewan Syariah Nasional MUI. (2014). *Himpunan Fatwa Keuangan Syariah*. Jakarta: Erlangga.
- Ermawati, Titin. (2013). Peluang Dan Tantangan Gadai Emas (Rahn) Di Indonesia: Sebuah Tinjauan konseptual, *Jurnal Akuntansi UNESA*, Vol. 1, No. 3.
- Hadi, Chairul. (2016). Menimbang Gadai Emas Sebagai Instrumen Gadai Syariah. *Al-Iqtishad*, Vol. IV, No. 2.
- Haroen, Nasrun. (2000), *Fiqh Muamalah*. Jakarta: GMP.
- Purnama, Deni. (2014). Emas: Antara Mata Uang dan Komoditas. *Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam*, Vol. 4, No. 1.
- Purnomo, R. Serfianto D., Cita Yustisia Serfiyani, Iswi Hariyani. (2013). *Buku Pintar Investasi Dan Gadai Emas*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rodoni, Ahmad, dan Abdul Hamid. (2008). *Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Zikrul Hakim.
- Sabiq, Sayyid. (2006). *Fiqhus Sunnah*. diterjemahkan oleh Nor Hasanuddin, dkk., Jakarta: Pena Pundi.
- Wangsawidjaja Z., A. (2012). *Pembiayaan Bank Syariah*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- [www.iaei-pusat.org/article/perbankan](http://www.iaei-pusat.org/article/perbankan). Agustianto. (25 September 2013). *Gadai Emas Harus ke Sektor Riil*. diakses 9 Mei 2016.
- [www.kompas.com](http://www.kompas.com). Christine Novita Nababan dan Arief Ardiansyah. (13 September 2012). *Gadai Emas BRI Syariah Menuai Masalah*. diakses 11 Mei 2016
- [www.lipsus.kontan.co.id](http://www.lipsus.kontan.co.id). Dyah Megasari, Astri Karina Bangun. (7 Februari 2012) *Gadai Emas yang Sedang Trendi Tapi Membuat Galau*. diakses 11 Mei 2016.
- [www.m tempo.co/read/news/](http://www.m tempo.co/read/news/). Syakir Sula. (4 Oktober 2012) *Kasus Gadai Emas Perburuk Citra Bank Syariah*. diakses 11 Mei 2016.