

**EFEKTIVITAS *EVENT* INDONESIA *INVESTMENT* FESTIVAL
(*INVESTIVAL*)
BEI KP BENGKULU DALAM MENINGKATKAN MINAT
MASYARAKAT BERINVESTASI DI PASAR MODAL SYARIAH**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

OLEH :

TERY
NIM 1516140198

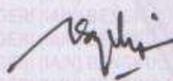
**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU
BENGKULU, 2020 M/ 1441 H**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Tery, Nim 1516140198 dengan judul “Efektivitas *Event* Indonesia Investment Festival (*Investival*) BEI KP Bengkulu dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Berinvestasi di Pasar modal Syariah”, Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran pembimbing I dan pembimbing II. Oleh karena itu, skripsi ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam munaqasyah skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

Bengkulu, 22 November 2019 M
25 Rabiul Awal 1441 H

Pembimbing I



(Drs. M. Syakroni, M.Ag.)
NIP.195707061987031003

Pembimbing II



(Yetti Afrida Indra, M.Ak.)
NIDN.0214048401



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Telp. (0736) 51276, 51171 Fax. (0736) 51771 Bengkulu

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul *Efektivitas Event Indonesia Investment Festival (Investival) BEI KP Bengkulu dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Berinvestasi di Pasar modal Syariah*, oleh Tery NIM: 1516140198, Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam, telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada:

Hari : Jum'at

Tanggal : 06 Desember 2019 M/ 09 Jumadil Ula 1441 H

Denyatakan LULUS. Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam bidang Perbankan Syariah dan diberi gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Bengkulu, 5 Januari 2020 M
10 Jumadil Awal 1441 H

Tim Sidang Munaqasyah

Ketua

Drs. M. Syakroni, M.Ag.
NIP. 195707061987031003

Sekretaris

Yetti Afrida Indra, M.Ak.
NIDN. 0214048401

Penguji I

Dr. Nurul Hak, MA.
NIP.196606161995031002

Penguji II

Lucy Auditva, M.Ak.
NIDN. 2006018202

Mengetahui,

Dekan

Dr. Asnaini, MA
NIP.197304121998032003



SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan:

1. Skripsi dengan judul “Efektivitas *Event* Indonesia *Investment* Festival (Investival) BEI KP Bengkulu dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Berinvestasi di Pasar modal Syariah”, adalah asli dan belum diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di IAIN Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, 18 November 2019 M
21 Rabiul Awal 1441 H

Mahasiswa yang menyatakan



Tery
NIM 1516140198

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اسْتَعِينُوا بِالصَّبْرِ وَالصَّلَاةِ ۚ إِنَّ اللَّهَ مَعَ الصَّابِرِينَ

*"Hai orang-orang yang beriman, jadikanlah sabar dan sholat sebagai penolongmu,
sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar."*

(Al Baqarah : 153)

مَنْحِلٌ وَالِدٌ وَلَدٌ أَفْضَلُ مِنْ أَدَبٍ حَسَنٍ. رواه الترمذي

*"Tidaklah ada pemberian dari orang tua kepada anaknya
yang lebih utama daripada budi pekerti yang baik"*

(HR, Tirmidzi)

Usaha aja dulu dan iringi dengan doa.

Apapun hasilnya serahkan kepada Allah SWT.

(Tery)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT atas segala karunia yang telah diberikan kepada saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat beserta salam tak lupa saya hanturkan untuk baginda Rasul Muhammad SAW. Skripsi ini kupersembahkan kepada:

1. Ibu dan almarhum Ayah tercinta yang senantiasa berdoa dan memberikan dukungan baik materi maupun moral, semua ini tak akan terselesaikan tanpa kalian berdua dibelakangku.
2. Saudara dan saudariku tercinta (abang Kiki Fajri, ayuk Helen Sonita dan adikku Izasollah) yang selalu membuat hari-hariku lebih berwarna.
3. Sahabatku dari SMP sampai sekarang (Marisa Putri, Rizka Ayu Dahlia, Lilis Suryani, Oktabrianti Mila Sari, Selly Inka Putri, dan Mutiatul Aziziah).
4. Sahabatku semenjak kuliah (Ratih Ardina Oktasari, Helta Okta Sari, Rismiati, Mita Andriyani, Apriyani Lestari, Mira Susanti, Putri Yansi, Dian Purnama Sari, Metri Wahyuni, Rapika Putri, dan Nur Firiani).
5. Sahabat serperjuangan mencari beasiswa Sity Saleha, semenjak KKN kita dipertemukan hingga sekarang.
6. Teman-teman KKN Kelompok 42 Desa Lokasi Baru Kecamatan Air Periukan Kabupaten Seluma
7. Teman-teman PPL Yogyakarta – Semarang yang sudah memberi banyak kenangan
8. Teman-teman PBS F dan C angkatan 2015 yang telah memberiku kenangan indah
9. Almamater IAIN Bengkulu yang telah menempahku.

ABSTRAK

Efektivitas *Event* Indonesia *Investment* Festival (Investival) BEI KP Bengkulu dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Berinvestasi di Pasar Modal Syariah
Oleh Tery, NIM 1516140198

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Efektivitas *event* Investival dalam meningkatkan minat masyarakat berinvestasi di pasar modal syariah. Untuk mengungkap persoalan tersebut secara mendalam dan menyeluruh, peneliti menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data primer berupa kuesioner yang disebarakan meggunakan *google form* pada 97 responden yang datang di *event* Indonesia *Investment* Festival (Investival) tahun 2017 dan 2018. Teknik analisa data yang digunakan adalah regresi sederhana menggunakan program SPSS versi 16. Kemudian data tersebut diuraikan, dianalisis dan dibahas untuk menjawab permasalahan yang diajukan.

Hasil penelitian ini efektivitas *event* Indonesia *Investment* Festival (Investival) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi dengan nilai koefisien regresi efektivitas *event* sebesar 0,866 dan nilai signifikansi $(0,000) < \alpha (0,05)$, maka dapat disimpulkan bahwa Efektivitas *Event* berpengaruh signifikan terhadap Minat Berinvestasi atau dikatakan efektif. Besarnya minat masyarakat untuk berinvestasi di pasar modal syariah sebesar 67,9 %.

Kata kunci: Efektivitas Event, Minat Berinvestasi

ABSTRACT

The Effectiveness Of The Indonesia Investment Festival (Investival) BEI KP Bengkulu Event in Increasing Public Interest in Investing in The Islamic Capital Market

By Tery, NIM: 1516140198

The purpose of this study was to determine the effectiveness of the investival event in increasing the public interest in investing in the Islamic capital market. To express these problems in depth and thoroughly, researchers used quantitative methods with primary data collection techniques in the form of questionnaires distributed using google form to 97 respondents who came to the Indonesia investment festival (investival) in 2017 and 2018.

The data analysis technique used is simple regression using SPSS version 16. Then the data is described, analyzed and discussed to answer the problems raised. The results of this study the effectiveness of the Indonesia investment festival (investival) event has a positive and significant effect on interest in investing with an event effectiveness regression coefficient of 0,866 and a significance value $(0,000) < \alpha (0,05)$, it can be concluded that the effectiveness of the event has a significant effect to invest or say effective. The amount of public interest in investing in the Islamic capital market is 67,9 %.

Key words: Event Effectiveness, Investment Interest

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala nikmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Efektivitas *Event* Indonesia *Investment* Festival (Investival) BEI KP Bengkulu dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Berinvestasi di Pasar modal Syariah”. Shalawat dan salam untuk Nabi besar Muhammad SAW, yang telah berjuang untuk menyampaikan ajaran Islam sehingga umat Islam mendapatkan petunjuk ke jalan yang lurus baik di dunia maupun akhirat.

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat guna untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) pada Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Dengan demikian penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Sirajuddin M, M.Ag, M.H., selaku Rektor IAIN Bengkulu yang telah memberikan kesempatan kami semua menuntut ilmu di IAIN Bengkulu.
2. Dr. Asnaini, MA. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
3. Desi Isnaini, MA. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
4. Drs. M. Syakroni, M.Ag. selaku Pembimbing I, yang selalu membantu dan membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Yetti Afrida Indra, M.Ak. selaku Pembimbing II, yang telah memberikan bimbingan, motivasi, semangat, dan arahan dengan penuh kesabaran.
6. Khairiah Elwardah, M.Ag. selaku Dosen Pembimbing Akademik (PA) yang telah memberikan bimbingan moral kepada penulis selama menjalankan perkuliahan.
7. Kedua orang tuaku yang selalu mendo'akan kesuksesan penulis.

8. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta berbagi ilmunya dengan penuh keikhlasan.
9. Staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal administrasi.
10. Semua pihak yang telah membantu dalam penelitian ini

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari akan banyak kelemahan dan kekurangan dari berbagai sisi. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini ke depan.

Bengkulu, 18 November 2019 M
21 Rabiul Awal 1441 H

Tery
NIM 1516140198

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	
HALAMAN PENGESAHAN	
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	6
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Kegunaan Penelitian.....	6
F. Penelitian Terdahulu	7

BAB II KAJIAN TEORI

A. Efektivitas.....	12
B. Pengukuran Efektivitas	14
C. <i>Event</i>	18
D. Bursa Efek	20
E. Minat Bernvestasi.....	24
F. Pasar Modal Syariah.....	27
G. Instrumen Pasar Modal Syariah di Indonesia.....	29
H. Kerangka Berfikir.....	34

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	36
B. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	36
1. Waktu Penelitian	36
2. Lokasi Penelitian	36
C. Populasi dan Sampel	37
1. Populasi	37
2. Sampel.....	37
D. Sumber Data dan Pengumpulan Data.....	38
1. Sumber data.....	38
2. Teknik Pengumpulan Data	39
E. Variabel dan Definisi Operasional	41
F. Instrumen Penelitian.....	42
G. Teknik Analisis Data	42
1. Pengujian Kualitas Data	42
2. Uji Asumsi Dasar	43
3. Pengujian Hipotesis.....	44

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	47
B. Hasil Penelitian	52
C. Pembahasan.....	101

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	106
B. Saran	107

DAFTAR PUSTAKA	108
-----------------------------	------------

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pengunjung Investival 2017 dan 2018	4
Tabel 1.2 Jumlah Investor Provinsi Bengkulu	5
Tabel 3.1 Instrumen Skala Likert.....	40
Tabel 3.2 Pedoman Untuk Memberikan Koefisien Determinasi	46
Tabel 4.1 Daftar Perusahaan Sekuritas Syariah	51
Tabel 4.2 Jenis Kelamin.....	52
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Usia.....	53
Tabel 4.4 Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Responden mengenai Ketersediaan Peralatan dan Fasilitas Pada Saat Kegiatan Festival Berlangsung	54
Tabel 4.5 Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Responden mengenai Ketersediaan Informasi Terkait <i>event</i> “Indonesia <i>Investment</i> Festival (Investival) 2017 dan 2018” melalui beberapa Media.....	55
Tabel 4.6 Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Responden mengenai Prasarana berupa Kuis Berhadiah Penambahan Saldo Rp100.000,-	56
Tabel 4.7 Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Responden mengenai Kinerja Panitia dan Personil pada <i>Event</i> “Indonesia <i>Investment</i> Festival (Investival) 2017 dan 2018”.....	57
Tabel 4.8 Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Responden mengenai Kinerja Penjaga <i>Stand</i> Galeri Dalam Memberikan Informasi Terkait Pasar Modal.....	58
Tabel 4.9 Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Responden mengenai Penyampaian Materi selama <i>Talk Show</i>	59

Tabel 4.10	Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Responden tentang Pengetahuan Responden mengenai Konsep <i>Event</i> “Indonesia <i>Investment Festival</i> (Investival) 2017 dan 2018”	60
Tabel 4.11	Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Responden tentang Pengetahuan Responden mengenai Tema <i>Event</i> “Indonesia <i>Investment Festival</i> (Investival) 2017 dan 2018”	61
Tabel 4.12	Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Responden tentang Terhibur atau tidaknya Responden Pada <i>Event</i> “Indonesia <i>Investment Festival</i> (Investival) 2017 dan 2018”	62
Tabel 4.13	Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Responden tentang Kepemilikan Ciri Khas pada <i>Event</i> “Indonesia <i>Investment Festival</i> (Investival) 2017 dan 2018”	63
Tabel 4.14	Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Responden tentang Suguhan Acara <i>Event</i> “Indonesia <i>Investment Festival</i> (Investival) 2017 dan 2018”	64
Tabel 4.15	Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Responden tentang Jadwal Pelaksanaan <i>Event</i> “Indonesia <i>Investment Festival</i> (Investival) 2017 dan 2018”	65
Tabel 4.16	Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Responden tentang Ketepatan Jadwal Pelaksanaan <i>Event</i> “Indonesia <i>Investment Festival</i> (Investival) 2017 dan 2018”	66

Tabel 4.17	Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Responden tentang Rangkaian Acara <i>Event</i> “Indonesia <i>Investment Festival</i> (Investival) 2017 dan 2018”	67
Tabel 4.18	Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Responden tentang <i>Event</i> “Indonesia <i>Investment Festival</i> (Investival) 2017 dan 2018” Bermutu dan Bermanfaat	69
Tabel 4.19	Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Responden tentang <i>Event</i> “Indonesia <i>Investment Festival</i> (Investival) 2017 dan 2018” Berhasil menjadi Sarana Literasi di Bidang Pasar modal	70
Tabel 4.20	Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Responden tentang <i>Event</i> “Indonesia <i>Investment Festival</i> (Investival) 2017 dan 2018” Berhasil menjadi Sarana Edukasi di Bidang Pasar modal	71
Tabel 4.21	Presentase Responden Berdsarkan Efektivitas <i>Event</i> “Indonesia <i>Investment Festival</i> (Investival) 2017 dan 2018”	72
Tabel 4.22	Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Responden tentang Keuntungan Berinvestasi di Pasar Modal Syariah.....	74
Tabel 4.23	Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Responden tentang Keuntungan Berinvestasi di Pasar Modal Syariah.....	75
Tabel 4.24	Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Responden tentang Beinvestasi Sama dengan Memiliki Perusahaan di Tempat Berinvestasi.....	76
Tabel 4.25	Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Responden tentang Produk-Produk Investasi Di Pasar Modal	

	Syariah.....	77
Tabel 4.26	Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Responden tentang Pasar Modal Sebagai Salah Satu Instrumen Investasi.....	78
Tabel 4.27	Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Responden tentang Modal Investasi Minimal Sebesar Rp100.000,- Memudahkan untuk Memulai Investasi.....	79
Tabel 4.28	Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Responden tentang Motivasi Membantu Perusahaan Untuk Berkembang.....	80
Tabel 4.29	Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Responden tentang Beinvestasi karena Orang Terdekat.....	81
Tabel 4.30	Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Responden tentang Tertarik Beinvestasi Karena Berbagai Informasi Yang Di Dapatkan dari <i>Event</i> Investival	82
Tabel 4.31	Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Responden tentang <i>Return</i> Saham Syariah yang Tidak Tinggi.....	83
Tabel 4.32	Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Responden tentang Investasi Syariah Sebagai Instrumen Pembangunan Ekonomi	84
Tabel 4.33	Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Responden tentang Investasi Syariah Memberikan Keuntungan yang Besar	85
Tabel 4.34	Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Responden tentang Investasi Syariah Memberikan Keberkahan	86

Tabel 4.35 Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Responden tentang Memberikan Bagian dari Pengalaman Muamalah.....	87
Tabel 4.36 Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Responden tentang Investasi di Pasar Modal Syariah Menarik dan Lebih Aman, serta Meningkatkan Kepuasan Rohani.	88
Tabel 4.37 Presentase Responden Berdasarkan Minat Berinvestasi.....	90
Tabel 4.38 Uji Validitas Variabel Efektivitas <i>Event</i> (X)	91
Tabel 4.39 Uji Validitas Variabel Minat Berinvestasi (Y)	92
Tabel 4.40 Uji Reliabilitas Efektivitas <i>Event</i> (X)	93
Tabel 4.41 Uji Reliabilitas Minat Berinvestasi (Y)	93
Tabel 4.42 Uji Normalitas Data	94
Tabel 4.43 Uji Linearitas Efektivitas <i>Event</i> (X).....	95
Tabel 4.44 Uji Autokorelasi	96
Tabel 4.45 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	98
Tabel 4.46 Hasil uji Parsial (Uji t)	100
Tabel 4.47 Hasil Uji Koefisien Determinasi	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Fungsi-Fungsi Perusahaan Efek	23
Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas	97

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Lembar ACC Judul
- Lampiran 2 : Bukti Menghadiri Seminar Proposal
- Lampiran 3 : Daftar Hadir Seminar Proposal Mahasiswa
- Lampiran 4 : Halaman Pengesahan Proposal
- Lampiran 5 : Surat Penunjukan Pembimbing
- Lampiran 7 : Halaman Pengesahan Surat Izin Penelitian
- Lampiran 8 : Surat Penelitian Pendahuluan
- Lampiran 9 : Surat Permohonan Izin Penelitian
- Lampiran 10 : Surat Rekomendasi Penelitian
- Lampiran 11 : Surat Pernyataan Hasil Cek Lis Judul Skripsi, Tesis, Dan Disertasi
Pusat Perpustakaan IAIN Bengkulu
- Lampiran 12 : Surat Pernyataan
- Lampiran 13 : Surat Selesai Penelitian
- Lampiran 14 : Kuesioner
- Lampiran 15 : Lembar Bimbingan Skripsi, Pembimbing I dan Pembimbing II
- Lampiran 16 : Tabel Tabulasi Efektivitas Event (X)
- Lampiran 17 : Tabel Tabulasi Minat Berinvestasi (Y)
- Lampiran 18 : Hasil SPSS Validitas
- Lampiran 19 : Dokumentasi Wawancara Bersama Pak Bayu Saputra Selaku
Kepala Perwakilan Bursa Efek Indonesia (BEI) KP Bengkulu
- Lampiran 20 : Brosur *Event Indonesia Investment Festival* (Investival)
- Lampiran 21 : Kantor Bursa Efek Indonesia (BEI) KP Bengkulu

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

UU No. 8/1995 tentang Pasar Modal (UUPM), menyebutkan bahwa Pasar Modal merupakan wadah untuk melakukan transaksi perdagangan berbagai instrument keuangan jangka panjang, seperti surat utang (obligasi), ekuitas (saham), reksa dana, *instrument derivative* maupun instrumen lainnya. Transaksi jual-beli efek pasar modal dilakukan di Bursa Efek, yakni pihak yang menyelenggarakan dan menyediakan sistem dana tau sarana untuk mempertemukan penawaran jual dan beli efek pihak-pihak lain dengan tujuan memperdagangkan efek di antara mereka.

Berdasarkan UUPM, efek adalah surat berharga bentuk surat pengakuan utang, surat berharga komersial, saham, obligasi, tanda bukti utang, unit penyertaan, kontrak investasi kolektif, kontrak berjangka atas efek dan setiap bentuk *derivative* atas efek. Pasar modal syariah adalah kegiatan dalam pasar modal sebagaimana yang diatur dalam UUPM yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Pasar modal syariah merupakan suatu sistem yang tidak terpisahkan dari sistem pasar modal secara keseluruhan.¹ Kegiatan pasar modal syariah tidak memiliki perbedaan dengan pasar modal konvensional, namun terdapat beberapa karekteristik khusus Pasar Modal Syariah, yaitu bahwa produk dan mekanisme transaksi tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah. Penerapan prinsip syariah di pasar modal

¹ Asnaini dan Herlina Yustati, *Lembaga Keuangan Syariah Teori dan Praktiknya Di Indonesia*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2017), h. 86 - 87

tentunya bersumber pada Al Quran sebagai sumber hukum tertinggi dan Hadist Nabi Muhammad SAW. Selanjutnya, dari kedua sumber hukum tersebut para ulama melakukan penafsiran yang kemudian disebut ilmu fiqih. Salah satu pembahasan dalam ilmu fiqih adalah tentang muamalah, yaitu hubungan di antara sesama manusia terkait perniagaan. Berdasarkan itulah kegiatan pasar modal syariah dikembangkan dengan basis fiqih muamalah.²

Di Indonesia, perkembangan instrumen syariah di pasar modal sudah terjadi sejak tahun 1997. Diawali dengan lahirnya reksadana syariah yang diprakarsai dana reksa. Selanjutnya, PT. Bursa Efek Jakarta (BEJ) bersama dengan PT Dana Reksa *Investment Management* (DIM) meluncurkan *Jakarta Islamic Index* (JII) yang mencakup 30 jenis saham dari emiten-emiten yang kegiatan usahanya memenuhi ketentuan tentang hukum syariah. Penentuan kriteria dari komponen JII tersebut di susun berdasarkan persetujuan dari Dewan Pengawas Syariah DIM.³

Bursa Efek Indonesia merupakan penggabungan Bursa Efek Jakarta (BEJ) dan Bursa Efek Surabaya (BES). Kebijakan untuk menggabungkan BEJ dan BES sudah menjadi harapan lama oleh pemerintah yaitu hal ini Bpepam-LK (Badan Pelaksanaan Pasar Modal-Lembaga Keuangan).⁴ BEI berfungsi sebagai sarana dan prasarana perdagangan efek. Berinvestasi salah satu cara untuk aset jangka panjang. Di negara-negara maju sebagai contoh bagaimana untungnya untuk berinvestasi seperti surat berharga (saham,

²Asnaini dan Herlina Yustati, *Lembaga Keuangan Syariah Teori dan...*, h. 86 - 87

³ Nurul Huda dan Mustafa Edwin Nasution, *Investasi Pada Pasar Modal Syariah*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2008), h. 55

⁴ Irham Fahmi, "*Rahasia Saham dan Obligasi (Strategi Meraih Keuntungan Tak Terbatas Dalam Bermain Saham dan Obligasi)*", (Jakarta Selatan: Alfabeta, 2013), h.6

obligasi, dan lain-lain). Di Indonesia, bisa dikatakan sangat kurang masyarakatnya untuk mau berinvestasi, umumnya masyarakat Indonesia lebih suka menyimpan uangnya saja di bank atau lembaga non-bank lainnya. Terdapat tiga alasan utama penyebab masyarakat Indonesia enggan berinvestasi, yaitu tidak mengerti tujuan berinvestasi, tidak memiliki uang lebih dari penghasilan, serta belum bisa membedakan antara investor dengan menabung.

Termasuk di provinsi di Bengkulu, tercatat di tahun 2016 jumlah investor hanya 800 orang. Ini membuktikan bahwa masyarakat di Bengkulu masih kurang dalam berkeinginan untuk berinvestasi. Dibutuhkanlah promosi untuk memperkenalkan jasa ini, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabah/investor. Sarana promosi yang dapat digunakan yakni:

1. Periklanan (*Advertising*)
2. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)
3. Publisitas
4. *Penjualan Pribadi (Personal Selling)*

Dalam hal ini, Bursa Efek Indonesia menggunakan sarana Publisitas. Publisitas merupakan kegiatan promosi untuk memancing calon nasabah/investor melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial serta kegiatan lainnya.⁵ Maka diadakanlah *Investment Festival (Investival)* sebagai sarana edukasi ke masyarakat dan mahasiswa di seluruh Indonesia termasuk provinsi

⁵ Kasmir, "*Pemasaran Bank*", (Jakarta: Kencana, 2004), h. 175

Bengkulu. Pelaksanaan Investival ini dilaksanakan oleh Bursa Efek Indonesia (BEI) bekerja sama dengan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan ikut serta pula Galeri Investasi (GI) maupun Galeri Investasi Syariah (GIS) seluruh kampus provinsi Bengkulu, perusahaan sekuritas dan didukung oleh pemerintah daerah untuk pembukaan.

Investival ini telah dilaksanakan sebanyak dua kali yakni tahun 2017 dan 2018. Observasi awal yang saya lakukan ke Bursa Efek Indonesia (BEI) di Bengkulu, saya bertanya pada mbak Ni'amillah Sari beliau mengatakan bahwa :

Tabel. 1.1
Pengunjung Investival 2017 dan 2018

Tahun	Jumlah Pengunjung	Open Account (OA)
2017	877	115
2018	2182	203
Jumlah	3059	318

*Sumber : Bursa Efek Indonesia (BEI) KP Bengkulu*⁶

Dari data diatas, dapat diketahui adanya kesenjangan antara jumlah pengunjung dengan *Open Account* (OA). Di tahun 2017 mencatat jumlah pengunjung sebanyak 877 orang sedangkan *Open Account* (AO) sebanyak 115 orang. Di tahun 2018 mencatat jumlah pengunjung sebanyak 2182 orang sedangkan *Open Account* (AO) sebanyak 203 orang. Data tersebut juga menunjukkan masih kurangnya minat masyarakat untuk berinvestasi.

⁶ Ni'amillah Sari, Admin BEI KP Bengkulu, wawancara pada tanggal 02 Juli 2019

Tabel. 1.2
Jumlah Investor Provinsi Bengkulu

Data SID	Provinsi Bengkulu		
	SRE	SID	LOGIN
Des-16	1.006	926	124
Des-17	2.083	1.946	350
Jan-18	2.217	2.069	370
Des-18	3.833	3.551	631
Jan-19	4.061	3.759	640

*Sumber : Bursa Efek Indonesia (BEI) KP Bengkulu*⁷

Tabel diatas adalah jumlah investor yang tercatat di provinsi di Bengkulu, terlihat bahwa banyak yang membuat akun (SID) namun sangat sedikit yang aktif (*Login*). Jika hasil *open account* tahun 2017 dikurangi dengan jumlah investor Januari 2018 maka hasilnya 1.831 investor dan jika hasil *open account* tahun 2018 dikurangi dengan jumlah investor Januari 2019 maka hasilnya 3.441.

Ditambah lagi dengan dimana jelas adanya bahwa masyarakat Bengkulu mayoritas beragama Islam, yang artinya seharusnya lebih cenderung memilih syariah. Dalam kegiatan tersebut pun, ikut serta pula Galeri Investasi Syariah IAIN Bengkulu dan Galeri Investasi Syariah IAIN Curup dalam menawarkan Pasar Modal Syariah. Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik meneliti masalah tersebut yang berjudul **EFEKTIVITAS EVENT INDONESIA INVESTMENT FESTIVAL (INVESTIVAL) BEI KP BENGKULU DALAM MENINGKATKAN MINAT MASYARAKAT BERINVESTASI DI PASAR MODAL SYARIAH.**

⁷ Ni'amillah Sari, Admin BEI KP Bengkulu, wawancara pada tanggal 02 Juli 2019

B. Batasan Masalah

Agar penelitian skripsi ini tidak menyimpang dan mengembang dari tujuan yang semula atau direncanakan sehingga mempermudah mendapatkan data dan informasi yang diperlukan, maka penulis menetapkan batasan-batasan yakni pengunjung Investival tahun 2017 dan 2018 di Provinsi Bengkulu.

C. Rumusan Masalah

1. Apakah *event* Indonesia *investment* festival (Investival) efektif untuk meningkatkan minat masyarakat berinvestasi di Pasar Modal Syariah di kota Bengkulu?
2. Seberapa besarkah minat masyarakat untuk berinvestasi di pasar modal syariah?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui *event* Indonesia *investment* festival (Investival) efektif untuk meningkatkan minat masyarakat berinvestasi di Pasar Modal Syariah di kota Bengkulu.
2. Untuk mengetahui seberapa besar minat masyarakat untuk berinvestasi di pasar modal syariah

E. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Kegunaan secara teoritis untuk memberikan tambahan informasi bagi pembaca dan bahan rujukan penelitian yang akan mengembangkan penelitian sejenis mengenai investasi, pasar modal, dan bursa efek.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Pihak Bursa Efek Indonesia (BEI) KP Bengkulu

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bernilai untuk Pihak Bursa Efek Indonesia (BEI) KP Bengkulu mengenai efektivitas *event* Indonesia *investment festival* (investival).

b. Bagi Jurusan Perbankan Syariah

Diharapkan dapat memberikan *input* khususnya bagi jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu, dan bagi pendidikan pada umumnya.

c. Bagi penulis

Dapat memberikan pengetahuan bagi penulis pribadi sebagai sarjana lulusan perguruan tinggi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu mengenai efektivitas *event* Indonesia *investment festival* (investival) dalam meningkatkan minat masyarakat berinvestasi pasar modal syariah.

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Widiasta Adhi dari Universitas Kristen Petra Surabaya tahun 2018 yang berjudul **Efektivitas Iklan Televisi “Yuk Nabung Saham” versi Putar Koin pada Masyarakat di Surabaya**. Setelah dilakukan penelitian efektivitas iklan televisi “Yuk Nabung Saham” menggunakan model pengukuran *Customer Response Index (CRI)*, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa dari keseluruhan iklan ini efektif karena sudah melebihi nilai objektivitas yang ditetapkan oleh perusahaan yakni 50%

di tingkat *respons awareness* dan *comprehend*, karena iklan merupakan iklan informasi yang bertujuan untuk memberikan informasi kepada audien.

Temuan yang menarik dari iklan ini adalah hasil tingkat respon CRI yang tertinggi adalah *comprehend* dan *action*. Pada tingkatan tertinggi pertama, yakni *comprehend* menunjukkan iklan sudah sukses memberikan informasi yang dapat di mengerti oleh audien. Hal yang menarik yakni tingkat *respons action* yang juga tinggi. Hal tersebut merupakan hal yang bagus bagi pengiklan, karena sekalipun iklan merupakan iklan informatif namun ternyata banyak persentase yang melakukan tindakan menabung saham setelah melihat iklan.⁸

Persamaan keduanya yakni sama-sama membahas bagaimana program kerja Bursa Efek Indonesia berjalan. Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan peneliti yakni penelitian yang dilakukan oleh Widiasta Adhi meneliti iklan yang dikeluarkan Bursa Efek Indonesia di Surabaya berupa iklan Yuk Nabung Saham dimana setelah dikeluarkannya iklan tersebut menunjukkan terjadi peningkatan belanja iklan dari televisi. Sedangkan judul peneliti membahas keefektivan atas *event* Investival dimana setelah dilaksanakan kegiatan tersebut, minat masyarakat berinvestasi di Pasar Modal atau Pasar Modal Syariah. Dimana jelas bahwa kota Bengkulu mayoritas beragama Islam.

Penelitian yang dilakukan oleh Siti Nurcahyani Abdussamad, mahasiswa Universitas Islam Indonesia tahun 2018 yang berjudul **Efektivitas**

⁸ Widiasta Adhi, "Efektivitas Iklan Televisis "Yuk Nabung Saham" versi Putar Koin pada Masyarakat di Surabaya," *Jurnal E-Komunikasi*, VI (tahun 2018)

Event Festival Pesona Saronde 2017 dan Terpaan media Promosi Instragram terhadap Minat Bekunjung di Wisata Pulau Saronde Provinsi Gorontalo. Hasil penelitian tersebut bahwa efektivitas *event* “Festival Pesona Saronde 2017) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berkunjung di wisata Pulau Saronde provinsi Gorontalo, Terpaan media promosi instragram memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berkunjung, serta secara serentak Efektivitas *Event* “Festival Pesona Saronde 2017” dan terpaan media promosi Instragram mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat berkunjung.⁹

Penelitian tersebut mempunyai kesamaan dengan penelitian yang dilakukan penulis, dimana sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan kesamaan dalam membahas efektivitas *event*. Hanya saja perbedaannya terdapat pada objek penelitiannya pariwisata, sedangkan untuk penulis adalah lembaga non bank.

Skripsi milik Laili Karima dari Universitas Islam Indonesia tahun 2018 yang berjudul **Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa untuk Melakukan Investasi di Pasar Modal Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia)**. Hasil penelitian tersebut menunjukkan manfaat investasi berpengaruh positif terhadap minat investasi, modal investasi minimal tidak berpengaruh positif terhadap minat investasi, motivasi tidak berpengaruh positif terhadap minat

⁹ Siti Nurcahyani Abdussamad, “*Efektivitas Event Festival Pesona Saronde 2017 dan Terpaan media Promosi Instragram terhadap Minat Berkunjung di Wisata Pulau Saronde Provinsi Gorontalo,*” Yogyakarta : Skripsi Sarjana, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, 2018

investasi, *return* tidak berpengaruh positif terhadap minat investasi, dan spiritual berpengaruh positif terhadap minat investasi.¹⁰

Persamaan keduanya yakni sama-sama meneliti manfaat investasi, modal investasi minimal, motivasi, *return*, dan spiritual. Perbedaanya penelitian terdahulu hanya mencari ada pengaruhnya atau tidak faktor-faktor tersebut terhadap minat investasi pada mahasiswa sedangkan penelitian ini mencari faktor-faktor tersebut berpengaruh tidaknya dengan efektivitas *event* Investival dalam meningkatkan minat masyarakat berinvestasi di pasar modal syariah.

Penelitian yang dilakukan oleh Luke Lunhua Mao dari *University of New Mexico* dan James J. Zhang dari *University of Georgia* tahun 2013 yang berjudul ***Impact of Consumer Involvement, Emotions, and Attitude Toward Beijing Olympic Games on Branding Effectiveness of Event Sponsors***. Kesimpulan studi ini meneliti dampak dari keterlibatan konsumen, emosi, dan sikap menuju Olimpiade Beijing pada efektivitas merek sponsor acara. Pendekatan yang berfokus pada konsumen melengkapi perusahaan / manajer dan pasar sebelumnya pendekatan terfokus, dan menjelaskan pembentukan sikap individu terhadap peristiwa, yang pada akhirnya mempengaruhi kesadaran merek / asosiasi, dirasakan kualitas, dan loyalitas merek dari sponsor acara. Hasilnya menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara sikap individu dengan merek sponsor acara, serta ditemukan bukti keterlibatan emosi dengan merek sponsor. Semakin terkenal

¹⁰ Laili Karima, "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa untuk Melakukan Investasi di Pasar Modal Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia)", Yogyakarta: Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi, 2018

merek sponsor tersebut semakin berpengaruh dengan sikap, emosi, dan konsumen pada suatu acara.¹¹

Persamaan penelitian terdahulu dengan peneliti yakni sama-sama membahas Efektivitas *event*, tetapi objek permasalahannya berbeda dimana penelitian terdahulu membahas hubungan antara merek sponsor *event* dengan konsumen, emosi dan sikap. Sedangkan peneliti mengukur keberhasilan *event* sesuai target yang diharapkan.

¹¹ Luke L. Mao dan James J. Zhang, "Impact of Consumer Involvement, Emotions, and Attitude Toward Beijing Olympic Games on Branding Effectiveness of Event Sponsors," *Sport, Business and Management An International Journal*, Vol. III No. III (Juli 2013)

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Efektivitas

Efektivitas mengandung arti “keefektivan (*effectiveness*) pengaruh / efek keberhasilan atau kemanjuran/kemujarahan”. Selanjutnya pengertian efektivitas menurut Ensiklopedia Indonesia menunjukkan taraf tercapainya suatu tujuan. Adapun arti kata efektif berasal dari Bahasa Inggris yakni “*effective*” yaitu baik hasilnya, memang, tepat, benar.¹² Sedangkan arti kata efektif menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, berarti ada efeknya (akibat, pengaruhnya, kesannya, manjur, mujarab, memang).¹³ Suatu sikap, tindakan dan perilaku hukum dianggap efektif, apabila sikap tindakan atau perilaku pihak lain menuju pada tujuan yang dikehendaki, artinya apabila pihak lain tersebut memenuhi hukum.

Menurut kamus Ekonomi tahun 2009 efektivitas merupakan tingkat dimana kinerja yang sesungguhnya sesuai dengan kinerja yang telah ditargetkan. Dalam hal ini efektivitas dapat dinilai dari pencapaian sasaran dan tujuan yang direncanakan sebelumnya. Efektivitas merupakan pelengkap yang diinginkan dalam setiap perusahaan. Efektivitas dapat didefinisikan sebagai tindakan yang paling tepat pada sasaran atau tujuan yang mempunyai efek yang tepat. Menurut kamus Ekonomi tahun 2009 untuk mencapai efektivitas ada tiga bentuk pendekatan yang biasa digunakan yaitu :

¹² Astika Nuruk Hidayah dan Ika Ariani Kartini, “Peranan Bank Syariah Dalam Pendidikan dan Edukasi Masyarakat Tentang Kemanfaatan Produk Dzon Jasa Perbankan Syariah”, *Jurnal Kosmik Hukum* Vol.16 No. 1 Januari 2016

¹³ Muhammad Ali, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Modern*, (Jakarta: Pustaka Amani, 1990), h. 89

1. Pendekatan Sasaran

Menurut kamus Ekonomi pendekatan sasaran diukur melalui keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan yang telah direncanakan sebelumnya oleh perusahaan. Pendekatan ini mencoba mengukur sejauh mana keberhasilan perusahaan dalam mewujudkan tujuan perusahaan yang ingin dicapainya. Sasaran yang ingin diperhatikan dalam hal ini merupakan sasaran yang sebenarnya pada perusahaan. Mengukur tingkat efektivitas dengan menggunakan sasaran yang sebenarnya ini akan memberikan hasil yang realistis daripada pengukuran efektivitas secara sermi. Tingkat efektivitas dengan menggunakan sasaran ini akan bisa digunakan sebagai bahan evaluasi.

2. Pendekatan Sumber

Menurut kamus ekonomi pendekatan sumber diukur melalui seberapa berhasilnya perusahaan dalam mendapatkan berbagai sumber yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk mengelola dan memelihara sistem perusahaan agar lebih efektif dan efisien.¹⁴

Pendekatan sumber ini didasarkan sesuai dengan teori keterbukaan sistem perusahaan yang saling berhubungan untuk meratakan dengan lingkungan. Karena melalui lingkungan perusahaan dapat memperoleh sumber yang merupakan input bagi perusahaan dan output yang dihasilkan juga merupakan sumber yang dilempar oleh perusahaan

¹⁴ Mayda Perdiwi dan Sandi Eka Suprajang, "Efektivitas *Event Sampling* Susu Entrasol terhadap Peningkatan Pembeli Susu (Studi Kasus Pada PT. Kalbe Nutritionals)", *Jurnal Riset Mahasiswa Ekonomi (RITMIK)*, III (2016)

kepada lingkungan sekitarnya. Sementara itu sumber yang terdapat pada lingkungan sesringkali bersifat langka maupun bernilai tinggi.

3. Pendekatan Proses

Menurut kamus ekonomi pendekatan proses dinilai lebih efisien dalam perusahaan internal. Pada dasarnya perusahaan yang efektif, proses internal perusahaan akan berjalan sangat lancar. Karyawan akan bekerja dengan kesengaan dan tanpa ketefangan sedikitpun serta karyawan akan memperoleh kepuasan tersendiri dalam mengerjakan setiap pekerjaan yang dikerjakannya. Karena pekerjaan yang dikerjakan setiap karyawan akan terkoordinasi dengan baik dan terkontrol dengan produktivitas yang sangat tinggi setiap bagiannya. Pendektan ini tidak memperhatikan lingkungan perusahaan, dan tidak memusatkan perhatian kepada kegiatan yang dilakukan terhadap sumber yang dimiliki oleh perusahaan, yang menggambarkan tingkat efisiensi serta kedekaan perusahaan.¹⁵

B. Pengukuran Efektivitas

Untuk mengetahui efektivitas keinginan atau program yang dilakukan oleh organisasi, maka adanya pengukuran terhadap efektivitas, Richard M. Steer mengemukakan bahwa ukuran dari pada efektivitas, yakni:

1. Kualitas artinya yang dihasilkan oleh organisasi
2. Produktivitas artinya kuantitas dari jasa yang dihasilkan

¹⁵ Mayda Perdiwi dan Sandi Eka Suprajang, “Efektivitas *Event* Sampling Susu Entrasol terhadap Peningkatan Pembeli Susu (Studi Kasus Pada PT. Kalbe Nutritionals)”, *Jurnal Riset Mahasiswa Ekonomi (RITMIK)*, Vo.3 No.1 (2016)

3. Kesiagaan yaitu penilaian menyeluruh sehubungan dengan kemungkinan dalam hal penyelesaian suatu tugas khusus dengan baik
4. Efisiensi merupakan perbandingan beberapa aspek prestasi terhadap biaya untuk menghasilkan prestasi tersebut
5. Penghasilan yaitu jumlah sumber daya yang masih tersisa setelah semua biaya dan kewajiban dipenuhi
6. Pertumbuhan adalah suatu perbandingan mengenai eksistensi sekarang dan masa lalunya
7. Stabilitas yaitu pemeliharaan struktur, fungsi dan sumber daya sepanjang waktu
8. Motivasi artinya adanya kekuatan yang muncul dari setiap individu mencapai tujuan
9. Kepaduan yaitu fakta bahwa para anggota organisasi saling menyukai satu sama lain, artinya bekerja sama dengan baik, berkomunikasi dan mengkoordinasi
10. Keleluasaan adaptasi artinya adanya suatu rangsangan baru untuk mengubah prosedur standar operasinya, yang bertujuan mencegah keterbukaan terhadap rangsangan lingkungan.¹⁶

Menurut Siagian indikator yang tercakup dalam efektivitas *event* ini meliputi:¹⁷

¹⁶ Septa Darma Gumay, “Efektivitas Penggunaan Media Syber Pedoman Bengkulu dalam Mempromosikan Produk Elektronik Tinjauan Ekonomi Islam” Bengkulu: Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2019

¹⁷ Siti Nurcahyani Abdussamad, “Efektivitas Event Festival Pesona Saronde 2017 dan Terpaan media Promosi Instragram terhadap Minat Berkunjung di Wisata Pulau Saronde

1. Tersedianya sarana dan prasarana

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Sarana adalah segala sesuatu (syarat atau upaya) yang dipakai sebagai alat atau media dalam mencapai maksud atau tujuan¹⁸, sedangkan Prasarana adalah segala sesuatu yang merupakan penunjang utama terselenggaranya suatu proses (usaha, pembangunan, proyek, dan lain-lain).¹⁹ Dapat disimpulkan bahwa dengan sarana dan prasarana *event* Investival adalah fasilitas yang baik secara langsung atau tidak dalam menunjang proses kegiatan *event* agar mencapai tujuan seperti papan iklan, stan galeri investasi sebagai tempat bertanya, brosur, penyampai materi melalui *talk show*, dan kuis berhadiah berupa penambahan saldo sebesar 100.000 rupiah .

2. Tersedianya sumber daya manusia yang baik

Sumber daya manusia adalah kemampuan terpadu dari daya pikir dan daya fisik yang dimiliki individu, perilaku dan sifatnya ditentukan oleh keturunan dan lingkungannya.²⁰ Sehingga dalam pelaksanaan *event* Investival, sumber daya manusia yang baik sangat diperlukan demi tercapainya tujuan baik itu fisik, daya pikir, perilaku dan sifatnya dalam memberikan informasi yang tepat, cekatan, ramah dan lain-lain.

3. Model kegiatan yang digunakan dalam event

Provinsi Gorontalo, Yogyakarta : Skripsi Sarjana, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, 2018

¹⁸ Muhammad Ali, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Modern...*, h. 673

¹⁹ Muhammad Ali, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Modern...*, h. 599

²⁰ T Desy Nursanti, *Strategi Terintegrasi Dalam Perencanaan SDM*, (Yogyakarta: Amara Books, 2002), h. 35

Manajemen event adalah bagian dari ilmu manajemen yang menciptakan dan mengembangkan sebuah kegiatan dengan tujuan untuk mengumpulkan orang-orang di satu tempat, melakukan serangkaian aktivitas yang teratur untuk memperoleh suatu informasi atau menyaksikan suatu kejadian.²¹ Dalam pelaksanaan manajemen *event* itu tentu dibentuk model kegiatan *event* yang akan dilaksanakan, model kegiatan *event* Investival yakni melakukan literasi dan edukasi keuangan dibidang pasar modal kepada seluruh masyarakat melalui pameran, kemudian ada *games* dan *talk show*.

4. Menarik

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia (KBBI) menarik berasal dari kata dasar tarik. Menarik homonim karena arti-artinya memiliki ejaan dan pelafalan yang sama tetapi maknanya berbeda. Menarik memiliki arti dalam kelas verbal atau kata kerja sehingga menarik dapat menyatakan suatu tindakan, keberadaan, pengalaman, atau pengertian dinamis lainnya.²² Menarik dalam *event* Investival ini menyatakan pengalaman, pengalaman yang dirasakan para pengunjung saat datang *event* Investival tersebut.

5. Sistematis

Pengertian sistematis adalah usaha untuk menguraikan atau menjabarkan sesuatu dalam bentuk yang teratur dan juga logis sehingga suatu sistem yang menyeluruh, utuh dan juga terpadu yang bisa

²¹ Chusnu Syarifa Diah Kusuma, *Modul Manajemen Event*, (Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2016), h. 3

²² Muhammad Ali, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Modern...*, h. 437

menjelaskan rangkaian sebab dan akibat yang berkaitan dengan objek tertentu.²³ Sistematis pada *event* Investival seperti pelaksanaan *event* sesuai jadwal yang telah ditetapkan, rangkaian acara dari hari pertama dan kedua, dan jadwal waktu acara setiap rangkaian acara.

6. Efektif

Kata efektif dari Bahasa Inggris yaitu *effective* yang berarti berhasil atau sesuatu yang dilakukan berhasil dengan baik.²⁴ Disebut efektif apabila tercapainya tujuan ataupun sasaran seperti yang telah ditentukan. Tujuan dari kegiatan *event* Investival ini sebagai sarana literasi dan edukasi keuangan dibidang pasar modal kepada seluruh masyarakat, dalam hal ini dapat kita lihat dari pemahaman para pengunjung.

C. *Event*

Event adalah salah satu sarana bagi *Public Relations* sebuah *corporate* atau perusahaan untuk mengkomunikasikan *brand* atau nama kepada *customer* dan *potential customer* untuk terlibat dalam sebuah acara yang diselenggarakan perusahaan tersebut. Menurut Belch & Belch *event marketing* merupakan salah satu cara promosi (*promotional mix*) dimana organisasi menciptakan aktivitas yang bertujuan untuk memberikan pengalaman bagi konsumen agar mengingat dan membeli produk organisasi tersebut.²⁵

²³ Muhammad Ali, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Modern...*, h. 724

²⁴ Tim Lintas Media, *Kamus Lengkap Idiom Inggris – Indonesia*, (Jombang: Lintas Media,t.t.), h. 245

²⁵ Narda Nadia Putri dkk, “Efektivitas Atmosphere dan Event Marketing terhadap Keputusan Pembelian yang Dimediasi oleh Minat Beli pada Konsumen Tembi Rumah Budaya Yogyakarta”, *Journal of Management*, Vol. II No. II (Maret 2016)

Pada umumnya penyebutan “*event*” digunakan oleh beberapa perusahaan besar dalam menyelenggarakan suatu kegiatan dengan menggunakan tema dan konsep acara yang luas, namun juga tidak lupa untuk menetapkan tujuan penyelenggaraan dari *event* tersebut.

Menurut Kennedy “*event* adalah suatu waktu yang di isi dengan kegiatan tertentu di suatu tempat oleh organisasi atau perusahaan tertentu dengan mengundang banyak orang untuk menyaksikannya agar dapat memberikan informasi dan pengalaman yang berharga agar memenuhi tujuan dan target yang diharapkan oleh penyelenggara.”

Hoyle juga menyampaikan, bahwa “Terdapat tiga kunci keberhasilan dari sebuah *event*, yaitu *entertainment* (hiburan). Kunci keberhasilan tersebut adalah mampu menyediakan hiburan yang menarik masyarakat untuk keluar dari rumahnya dan mencoba sesuatu yang tidak bisa mereka peroleh dirumah. Tujuan *event* kedua adalah *excitement* (berkesan). Hal yang perlu diperhatikan agar *event* yang diselenggarakan selalu diingat oleh masyarakat adalah apabila *event* tersebut memiliki kesan tersendiri pada masyarakat.”

Jadi dapat disimpulkan bahwa *event* adalah suatu rangkaian kegiatan yang diselenggarakan oleh suatu organisasi untuk memberikan hiburan, informasi, serta pengalaman kepada pengunjung yang akan datang.²⁶ Dalam suatu *event*, memiliki rangkaian acara yang telah disusun oleh pihak penyelenggara, berupa Talk Show, lomba-lomba, dan lain-lain. Di event

²⁶ Siti Nurcahyani Abdussamad, “*Efektivitas Event Festival Pesona Saronde 2017 dan Terpaan media Promosi Instragram terhadap Minat Berkunjung di Wisata Pulau Saronde Provinsi Gorontalo,*” Yogyakarta : Skripsi Sarjana, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, 2018

Investment Festival (Investival) ini memiliki rangkaian acara kompetisi *stocklab*; *talk show*; kompetisi *dance*; serta pameran berupa saham, obligasi dan reksa dana.

D. Bursa Efek

Menurut pasal 1 Undang-undang Pasar Modal Nomor 8 Tahun 1995 bursa efek didefinisikan sebagai berikut: “Bursa efek adalah pihak yang menyelenggarakan dan menyediakan sistem dana tau sarana untuk mempertemukan penawaran jual dan beli efek pihak-pihak lain dengan tujuan memperdagangkan efek di antara mereka.” Pihak yang dimaksud di sini adalah orang perorangan, perusahaan, usaha bersama, asosiasi, atau kelompok yang terorganisasi. Dengan demikian pengertian mengenai pasar kedua, pasar ketiga, dan pasar keempat termasuk dalam kategori bursa efek, karena ketiga jenis pasar tersebut merupakan pihak yang memperdagangkan efek, sedangkan pasar pertama tidak termasuk dalam pengertian bursa efek karena tidak memperdagangkan efek, tetapi melakukan penawaran umum efek.

Dalam pengertian umum, bursa efek disamakan dengan pasar sekunder atau pasar kedua karena dilihat dari sudut mekanisme perdagangan yang berbeda dengan pasar ketiga ataupun pasar keempat. Pasar ketiga di dalam praktik sering disebut juga *over the counter market (OTC market)*, sedangkan pasar keempat dalam praktiknya dijumpai di Amerika Serikat, yang sering disebut *electronic communication network (ECN)*.

Secara umum organisasi bursa efek memiliki beberapa fungsi yang dijabat oleh manajer atau direktur yaitu: fungsi keanggotaan; fungsi

pencatatan; fungsi perdagangan; fungsi pengawasan perdagangan (*surveillance*); fungsi ketaatan aturan (*compliance*); fungsi pemeriksaan internal; fungsi teknologi informasi; fungsi riset dan pengembangan; fungsi administrasi dan keuangan; serta fungsi hubungan masyarakat.²⁷

Pada dasarnya bursa efek dapat dimiliki oleh negara, pemerintah provinsi, pemerintah daerah, pemerintah kota, atau pihak swasta. Pada umumnya bursa efek merupakan organisasi yang tidak berorientasi laba (*nonprofit oriented organization*). *Nonprofit oriented organization* tidak berarti dilarang memperoleh laba. Hal yang dilarang adalah membagikan laba yang diperoleh dalam bentuk dividen tunai. Memperoleh laba merupakan suatu keharusan agar organisasi dapat berkembang, karena tanpa laba berarti tidak ada dana untuk mengembangkan diri. Hal ini berarti yang dapat menjadi pemilik bursa efek tidak semua pihak, kecuali pihak yang mempunyai kepentingan dengan kegiatan operasional bursa efek

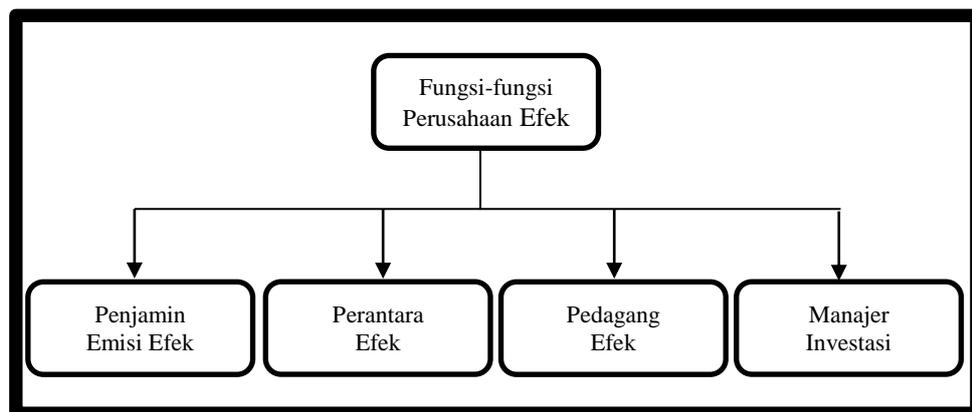
Negara, pemerintah provinsi, dan pemerintah kota dapat menjadi pemilik bursa efek karena bertujuan membangun perekonomian negara atau perekonomian daerah masing-masing. Pihak swasta juga dapat menjadi pemilik bursa efek karena memiliki kepentingan dengan turut menikmati fasilitas bursa dan memberikan sumbangan pikiran bagi pengembangan bursa. Sampai akhir tahun 2009 Bursa Efek Indonesia masih dimiliki oleh pihak swasta yaitu perusahaan-perusahaan efek yang berjumlah 122 perusahaan.

²⁷ Mohamad Samsul, *Pasar Modal dan Manajemen Portifolio*, (Surabaya: PT Gelora Aksara Pratama, 2015), h. 99-100

Pemilik bursa efek Indonesia yaitu perusahaan-perusahaan efek yang bertindak sebagai perantara dan pedagang sekaligus sebagai pemegang *seat*. Pemisahan antara pemilik bursa dan pemegang *seat* sangat penting dilakukan untuk mencegah terjadinya konflik kepentingan. Bursa Efek Indonesia saat ini masih mencampurkan fungsi pemilik bursa dan pemegang *seat*, dan hal ini sebenarnya tidak menjunjung asas *good corporate governance*.

Menurut UUPM nomor 8 tahun 1995, perusahaan efek adalah pihak yang melakukan kegiatan usaha sebagai penjamin emisi efek, perantara efek, pedagang efek, dana tau manajer investasi. Serta menurut UUPM nomor 8 tahun 1995 dan peraturan perundangan lainnya, anggota bursa adalah perusahaan efek yang telah memperoleh izin usaha dari Bapepam dan mempunyai hak untuk mempergunakan system dan tau sarana bursa efek sesuai dengan peraturan bursa efek.²⁸

Gambar. 2.1



²⁸ Mohamad Samsul, *Pasar Modal dan Manajemen Portifolio...*, h. 100-102

Fungsi-fungsi Perusahaan Efek

Sumber : Mohamad Samsul

Bursa Efek Indonesia merupakan penggabungan Bursa Efek Jakarta (BEJ) dan Bursa Efek Surabaya (BES). Kebijakan untuk menggabungkan BEJ dan BES sudah menjadi harapan lama oleh pemerintah yaitu hal ini Bpemp-LK (Badan Pelaksanaan Pasar Modal-Lembaga Keuangan).²⁹Tujuan utama penggabungan kedua bursa tersebut adalah untuk memperkuat pasar modal Indonesia yang dinilai berbagai pihak saat itu termasuk lemah dibandingkan beberapa pasar modal tetangga kita seperti dalam persoalan kapitalisasi . maka guna untuk memperkuat struktur pasar modal dan juga lebih jauh untuk memperkuat posisi tawar Indonesia dalam kancah bisnis internasional maka ini dianggap sebagai langkah yang sangat tepat. Dan semua itu dianggap sebagai langkah dalam mengapresiasi setiap perubahan yang terjadi begitu cepat.³⁰

E. Minat Berinvestasi

Minat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia minat didefinisikan sebagai perhatian, kesukaan, kecenderungan hati. Pengertian minat menurut Winkel adalah “kecenderungan yang menetap dalam subyek untuk merasa senang dan tertarik pada bidang atau hal tertentu dan merasa senang berkecimpung dalam bidang itu”. Sedangkan Menurut Hurlock menyatakan bahwa “minat seseorang dapat ditumbuhkan dengan memberikan kesempatan bagi orang tersebut untuk belajar mengenai hal yang dia inginkan”.

²⁹ Irham Fahmi, *Rahasia Saham dan Obligasi (Strategi Meraih Keuntungan Tak Terbatas Dalam Bermain Saham dan Obligasi)*, (Jakarta Selatan: Alfabeta, 2013), h.6

³⁰ Irham Fahmi, *Rahasia Saham dan Obligasi (Strategi Meraih Keuntungan Tak..., h.10*

Menurut Surya menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat adalah faktor yang bersumber pada diri sendiri, tidak mempunyai tujuan yang jelas, ada atau tidaknya manfaat suatu hal yang dipelajari bagi individu. Indikator – indikator yang digunakan untuk mengukur minat menurut Lucas dan Britth dalam Hanifah menyatakan aspek-aspek yang terdapat dan minat yaitu meliputi :

1. Ketertarikan : dalam hal ini ketertarikan menunjukkan adanya pemusatan perhatian dan perasaan senang
2. Keinginan : ditunjukkan dengan adanya dorongan untuk memiliki
3. Keyakinan : ditunjukkan dengan adanya rasa percaya diri individu terhadap kualitas, daya guna dan keuntungan.³¹

Menurut penelitian yang dilakukan Laili Karima ada 5 faktor yang mempengaruhi minat seseorang untuk berinvestasi yakni³² :

1. Manfaat Investasi

Beberapa landasan dalam Al-Quran yang melandasi kegiatan investasi meliputi manfaat investasi akan melancarkan perekonomian, dimana pihak yang mempunyai kelebihan dana dapat menyetorkan dananya kepada pihak yang kekurangan dana, mendapat manfaat keuntungan di masa depan, menciptakan kemakmuran bagi para pemegang saham dan turut memberikan andil bagi pembangunan bangsa.

³¹ Yuliana Susilowati, “*Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Akutansi Syariah untuk Berinvestasi di Pasar Modal Syariah*”, Surakarta: Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2017

³² Laili Karima, “*Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Untuk Melakukan Investasi di Pasar Modal Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia)*”, Yogyakarta: Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi, 2018

2. Modal Investasi Minimal

Untuk memudahkan masyarakat dalam melakukan investasi di pasar modal, Bursa Efek Indonesia (BEI) selaku pengelola pasar modal di Indonesia telah mengeluarkan peraturan perubahan satuan perdagangan yang tertera pada surat keputusan Nomor: Kep-00071/BEI/11-2013, surat keputusan tersebut merubah satuan perdagangan dalam 1 lot yang tadinya 500 lembar menjadi 100 lembar persatu lot. Dengan adanya perubahan tersebut diharapkan masyarakat dapat tertarik untuk melakukan investasi di pasar modal.

Sekarang ini perusahaan sekuritas yang berkerjasama dengan perguruan tinggi mempunyai galeri investasi, investor bisa buka rekening saham dengan setoran Rp100.000,- di perusahaan sekuritas, daftarnya di galeri tersebut. Cara investasi saham Rp100.000,- ini terbilang cukup mudah, dengan uang Rp100.000,- kita bisa membeli saham dengan berbagai harga dengan minimal pembelian 1 lot sama dengan 100 lembar saham.

3. Motivasi

Motivasi disini merupakan suatu proses dalam memberikan dorongan yang dapat mempengaruhi pribadi tersebut dimana motivasi tersebut berpengaruh terhadap tugas dan psikologi seseorang. Dengan adanya motivasi maka akan mendorong seseorang untuk melakukan target atau kegiatan yang dapat meningkatkan taraf hidup seseorang.

4. *Return*

Imbalan hasil yang diharapkan (*return*) adalah keuntungan yang diharapkan oleh seorang investor di kemudian hari terhadap sejumlah dana yang telah diinvestasikannya. Imbalan hasil yang diharapkan menggambarkan suatu kondisi yang bisa saja terjadi di luar harapan. Pengembalian (*return*) dibedakan menjadi dua yaitu pengembalian yang terjadi (*actual return*) yang dihitung berdasarkan data historis, dan pengembalian yang diharapkan (*expected return*) yang akan diperoleh investor dimasa depan.³³

5. *Return* dalam Islam (Nilai Spiritual)

Return apabila dilihat dari pandangan Islam mencari *return* atau keuntungan sangat dianjurkan kepada umatnya karena dapat meningkatkan kesejahteraan hidupnya di dunia maupun diakhirat kelak,³⁴ sebagai mana tertuang dalam Al-Quran surat Al-Jumu'ah ayat 10 yang artinya :

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ
كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

³³ Laili Karima, "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Untuk Melakukan Investasi di Pasar Modal Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia)", Yogyakarta: Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi, 2018

³⁴ Laili Karima, "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Untuk Melakukan Investasi di Pasar Modal Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia)", Yogyakarta: Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi, 2018

“Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung” .³⁵

F. Pasar Modal Syariah

Pasar modal dalam arti luas adalah sarana bagi pihak yang membutuhkan modal jangka panjang dari masyarakat umum. Pihak yang membutuhkan modal adalah pihak swasta atau pemerintah. Masyarakat umum disebut sebagai investor. Modal jangka panjang yang dibutuhkan dapat ditawarkan kepada masyarakat dalam bentuk berupa saham atau surat utang. Saham adalah surat bukti memiliki penyertaan modal dalam suatu perusahaan. Surat utang memiliki beragam bentuk , antara lain : obligasi, Surat Utang Negara (SUN), Surat Perbendaharaan Negara (SPN), dan Obligasi Ritel Indonesia (ORI). Pasar modal dalam arti sempit adalah bursa efek, yaitu tempat atau sarana berdagang efek di antara investor. Transaksi di pasar modal hanya ada pada saat pertama kali suatu perusahaan berubah dari perseroan tertutup menjadi perseroan terbuka atau disebut pada saat *Initial Publik Offerings* (IPO). Setelah IPO usai, selesaiah kegiatan pasar modal.³⁶

Berdasarkan UUPM, efek adalah surat berharga bentuk surat pengakuan utang, surat berharga komersial, saham, obligasi, tanda bukti utang, unit penyertaan, kontrak investasi kolektif, kontrak berjangka atas efek dan setiap bentuk derivatif atas efek. Pasar modal syariah adalah kegiatan dalam pasar

³⁵ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: PT Syamil Cipta Media, 2005), h. 401

³⁶ Mohamad Samsul, *Pasar Modal dan Manajemen Portifolio...*, h. 6

modal sebagaimana yang diatur dalam UUPM yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Pasar modal syariah merupakan suatu sistem yang tidak terpisahkan dari sistem pasar modal secara keseluruhan. Pasar Modal syariah tidak memiliki perbedaan kegiatan dengan pasar modal konvensional, namun terdapat beberapa karakteristik khusus Pasar Modal Syariah, yaitu bahwa produk dan mekanisme transaksi tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah.

Penerapan prinsip syariah di pasar modal tentunya bersumber pada Al Quran sebagai sumber hukum tertinggi dan Hadist Nabi Muhammad SAW. Kemudian, dari kedua sumber hukum tersebut para ulama melakukan penafsiran yang selanjutnya disebut ilmu fiqh. Salah satu pembahasan dalam ilmu fiqh adalah tentang muamalah, yaitu hubungan di antara sesama manusia terkait perniagaan. Berdasarkan kegiatan pasar modal syariah itulah dikembangkan dengan basis fiqh muamalah.³⁷

Dalam buku “Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah” mengenai Peraturan Mahkamah Agung Republik Indonesia Nomor 02 tahun 2008 tentang Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, Bab XXII tentang Pasar Modal. Bagian pertama tentang prinsip pasar modal syariah pasal 575

1. Pasar modal serta seluruh mekanisme kegiatannya terutama mengenai emiten, jenis efek yang diperdagangkan dan mekanisme perdagangannya dipandang telah sesuai dengan syariah apabila memenuhi prinsip syariah.

³⁷Asnaini dan Herlina Yustati, *Lembaga Keuangan Syariah Teori dan...*, h. 86 - 87

2. Suatu efek dipandang telah memenuhi prinsip syariah apabila telah memperoleh pernyataan kesesuaian syariah.³⁸

G. Instrumen Pasar Modal Syariah di Indonesia

Instrumen pasar modal pada prinsipnya adalah surat berharga (efek) yang umum diperjualbelikan melalui pasar modal . Efek adalah surat pengakuan utang, surat berharga komersial, saham, obligasi, sekuritas kredit, tanda bukti utang, *right*, *warrants*, opsi atau setiap derivatif dari efek atau setiap instrumen yang ditetapkan oleh Bapepam LK sebagai efek. Adapun pasar modal syariah secara khusus memperjualbelikan efek syariah.³⁹ Efek syariah adalah efek akad, pengelolaan perusahaan ataupun cara penerbitannya memenuhi prinsip-prinsip syariah yang didasarkan atas ajaran Islam yang penetapannya dilakukan oleh DSN–MUI dalam bentuk fatwa.

Sampai saat ini, efek-efek syariah menurut Fatwa DSN MUI No.40/DSN-MUI/X/2003 tentang pasar modal mencakup Saham Syariah, Obligasi Syariah, Reksa Dana Syariah, Kontrak Investasi Kolektif Efek Beragun Aset (KIK EBA) Syariah, dan surat berharga lainnya yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Belakangan, instrumen keuangan syariah bertambah dalam fatwa DSN-MUI Nomor: 65/DSN-MUI/III/2008 tentang Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu (HMETD) dan Fatwa DSN-MUI Nomor: 66/DSN-MUI/III/2008 tentang Waran Syariah pada tanggal 6 Maret 2008.

³⁸ Pusat Pengkajian Hukum Islam dan Masyarakat Madani, *Edisi Revisi Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2009), h. 160 - 161

³⁹ M. Nur Rianto Al Arif, *Pengantar Ekonomi Syariah Teori Dan Praktik*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), h. 422

1. Saham Syariah

Saham atau *stocks* adalah surat bukti atau tanda kepemilikan bagian modal pada suatu perusahaan terbatas. Saham dapat juga didefinisikan sebagai tanda penyertaan atau kepemilikan investor individual atau investor institusional atau trader atas investasi mereka atau sejumlah dana yang diinvestasikan dalam suatu perusahaan.⁴⁰ Saham yang dimiliki seseorang dapat menjadi bukti bahwa yang bersangkutan adalah bagian dari pemilik perusahaan. Semakin besar saham yang dimilikinya, semakin besar pula kekuasaannya di perusahaan tersebut. Keuntungan yang diperoleh dari memegang saham adalah sebagai berikut.

- a. Dividen adalah merupakan bagi hasil atas keuntungan yang dibagikan dari laba yang dihasilkan emiten, baik dibayarkan dalam bentuk tunai maupun dalam bentuk saham.
- b. *Rights* adalah merupakan hak untuk memesan efek lebih dahulu yang diberikan oleh emiten.
- c. *Capital gain* adalah merupakan keuntungan yang diperoleh dari jual beli saham di pasar modal.⁴¹

2. Obligasi Syariah (Sukuk)

Obligasi adalah instrumen utang bagi perusahaan yang hendak memperoleh modal. Pemegang obligasi mendapatkan hak untuk dilunasi terlebih dahulu apabila emiten bangkrut. Selain itu, investasi obligasi

⁴⁰ Musdalifah Aziz dkk, *Manajemen Investasi Fundamental, Teknikal, Perilaku Investor dan Return Saham*, (Yogyakarta: Deepublish, 2015), h. 76

⁴¹ M. Nur Rianto Al Arif, *Pengantar Ekonomi Syariah Teori Dan Praktik...*, h. 425- 426

juga mendapatkan *capital gain* bila saat menjual obligasi mendapatkan harga yang lebih tinggi daripada harga pembeliannya. *Capital gain* juga bisa diperoleh jika pemegang obligasi mendapat diskon pada saat pembelian.

Obligasi syariah sesuai dalam fatwa dewan syariah nasional no. 32/DSN-MUI/IX/2002 adalah surat berharga jangka panjang berdasarkan prinsip syariah yang dikeluarkan emiten kepada pemegang obligasi syariah yang mewajibkan emiten untuk membayar pendapatan kepada pemegang obligasi syariah berupa bagi hasil/*margin/fee*, serta membayar dana obligasi kembali pada saat jatuh tempo. Dengan demikian, pemegang obligasi syariah akan mendapatkan keuntungan bukan dalam bentuk bunga, melainkan dalam bentuk bagi hasil (*margin/fee*).⁴²

Berbagai jenis struktur sukuk dikenal secara internasional dan telah mendapatkan *Endorsement* Dari *The Accounting And Auditing Organization for Islamic Financial Institutions* (AAOIFI) dan diadopsi dalam UU No. 19 tahun 2008 tentang SBSN:

- a. Sukuk *Ijarah*
- b. Sukuk *Mudharabah*
- c. Sukuk *Musyarakah*
- d. Sukuk *Istima'*

3. Surat Berharga Syariah Negara (SBSN)

⁴² M. Nur Rianto Al Arif, *Pengantar Ekonomi Syariah Teori Dan Praktik...*, h. 430

Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) atau dapat disebut sukuk negara, adalah surat berharga negara yang terbitkan berdasarkan prinsip syariah, sebagai bukti atas bagian penyertaan terhadap aset SBSN, baik dalam mata uang rupiah maupun valuta asing. Berinvestasi dalam sukuk negara di Indonesia menggunakan akad *Ijarah* dan *Ijarah Al Muntahiyah Bittamlik (Sale and Lease Back)*.⁴³

4. Reksa Dana Syariah

Reksa Dana Syariah adalah reksa dana yang beroperasi menurut ketentuan dan prinsip syariah Islam, baik dalam bentuk akad antara pemodal sebagai pemilik harta dengan manajer investasi, begitu pula pengelolaan dana investasi sebagai wakil *shahib al-mal*, maupun antara manajer investasi sebagai wakil *shahib al-mal* dengan pengguna investasi.

Selain investasi mandiri atau secara langsung, investor juga dapat meminta pihak lain yang dipercaya dan dipandang lebih memilih kemampuan untuk mengelola investasi. Dengan demikian, timbul kebutuhan akan manajer investasi yang memahami investasi syariah dan kebutuhan akan reksa dana syariah. Manajer investasi dengan akad *wakalah*, akan menjadi wakil dari investor untuk kepentingan dan atas nama investor. Adapun reksa dana syariah akan bertindak dalam akad *mudharabah* sebagai *mudharib* yang mengelola dana/harta milik bersama dari pemilik harta. Akan tetapi, reksa dana syariah tidak sebagai

⁴³ M. Nur Rianto Al Arif, *Pengantar Ekonomi Syariah Teori Dan Praktik...*, h. 432 - 433

mudharib murni karena reksa dana syariah akan menempatkan kembali dana ke dalam kegiatan emiten melalui pembelian efek syariah.⁴⁴

5. Efek Beragun Aset Syariah

Efek Beragun Aset Syariah adalah efek yang diterbitkan oleh kontrak investasi kolektif EBA Syariah yang portofolionya terdiri atas aset keuangan berupa tagihan yang timbul dari surat berharga komersial, tagihan yang timbul pada kemudian hari, jual beli pemilikan aset fisik oleh lembaga keuangan, efek besifat investasi / arus kas serta aset keuangan setara, yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

6. Warran Syariah

Fatwa DSN-MUI Nomor: 66/DSN-MUI/III/2008 tentang Warran Syariah pada tanggal 6 Maret 2008 memastikan bahwa kehalalan investasi di pasar modal tidak hanya berhenti pada instrumen efek yang bernama saham saja, tetapi juga produk derivatifnya. Produk turunan saham (*derivative*) yang dinilai sesuai dengan kriteria DSN adalah warran. Berdasarkan fatwa pengalihan saham dengan imbalan (warran), seorang pemegang saham diperbolehkan untuk mengalihkan kepemilikan sahamnya kepada orang lain dengan mendapat imbalan.⁴⁵

H. Kerangka Berfikir

Event adalah suatu rangkaian kegiatan yang diselenggarakan oleh suatu organisasi untuk memberikan hiburan, informasi, serta pengalaman kepada pengunjung yang akan datang. Dalam *event* investival ini ada beberapa

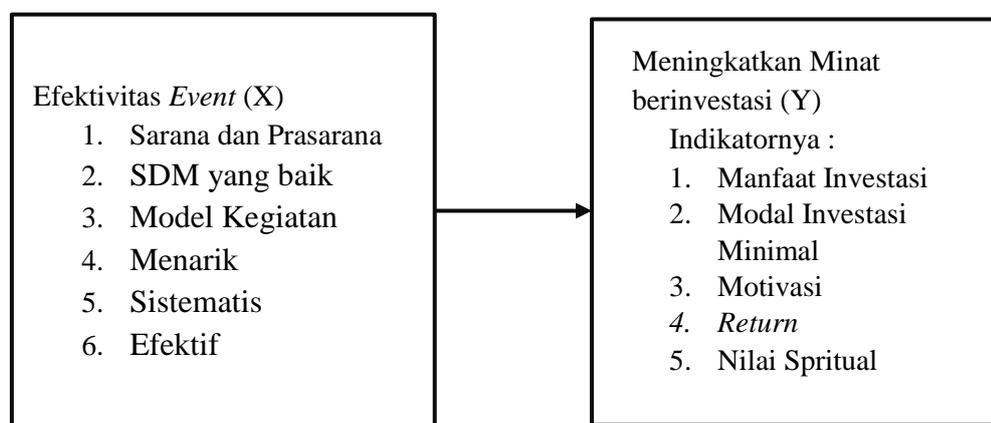
⁴⁴ M. Nur Rianto Al Arif, *Pengantar Ekonomi Syariah Teori Dan Praktik...*, h. 436

⁴⁵ M. Nur Rianto Al Arif, *Pengantar Ekonomi Syariah Teori Dan Praktik...*, h. 440 - 441

macam kegiatan yakni kompetisi *stocklab*; *talk show*; kompetisi *dance*; serta pameran berupa saham, obligasi dan reksadana. minat adalah kecenderungan yang menetap dalam subyek untuk merasa senang dan tertarik pada bidang atau hal tertentu dan merasa senang berkecimpung dalam bidang itu, dalam hal ini tentang investasi.

Untuk mengukur efektivitas suatu *event* itu ada beberapa indikator yakni sarana dan prasarana yang disediakan, melaksanakan tugas dengan baik atau memiliki sumber daya manusia yang baik dalam mensukseskan *event*, memiliki model kegiatan, menarik, sistematis dan efektif. Dimana dengan adanya *event* tersebut dapat meningkat minat masyarakat berinvestasi dengan beberapa hal yang mempengaruhinya yakni keinginan mencari tau manfaat investasi, modal investasi minimal berapa, memberikan motivasi berinvestasi, pengetahuan *return* yang di dapatkan dari berinvestasi, dan adanya nilai spiritual dalam memilih pasar modal syariah.

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan peneliti mencari tau bagaimana minat masyarakat untuk berinvestasi setelah melihat *event*, dengan kerangka berfikir sebagai berikut.



Keterangan :



= Variabel



= Pengaruh

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, yang artinya apabila data yang dikumpulkan berupa data kuantitatif atau jenis data lain yang dapat dikuantitatifkan dan diolah dengan menggunakan teknik statistik.⁴⁶

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi deskriptif, adalah untuk mengetahui dan menjadi mampu untuk menjelaskan karakteristik variabel yang diteliti dalam suatu situasi. Dimana tujuan dari studi deskriptif ini memberikan kepada peneliti sebuah riwayat atau menggambarkan aspek-aspek yang relevan dengan fenomena perhatian dari perspektif seseorang, organisasi dan lainnya.⁴⁷

B. Waktu dan Lokasi Penelitian

1. Waktu Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan mulai dari 7 Oktober – 7 November 2019.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di BEI KP Bengkulu alamat Jl. Asahan No. 18 Padang Harapan Kota Bengkulu.

⁴⁶ Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*, (Jakarta: Kencana, 2014), h. 43-45

⁴⁷ Uma Sekaran, *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis, Edisi Keempat*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), h. 158

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁴⁸ populasi dalam penelitian ini adalah jumlah pengunjung *event* Indonesia *Invesment Festival (Investival)* pada tahun 2017 yakni 877 orang, dan tahun 2018 yakni 2182 orang, dengan total 3059 orang.

2. Sampel

Sampel atau bagian dari populasi yang *representative* dari penelitian ini adalah pengunjung *event* Indonesia *Invesment Festival (Investival)* pada tahun 2017 dan 2018. Dalam penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin, yakni :

Keterangan :

n = jumlah sampel

N = ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidaktelitian dalam pengambilan sampel

10 %

Rumus :

$$n = \frac{N}{(1 + N \cdot e^2)}$$

⁴⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, (Bandung. Alfabeta, 2018), h. 61

Maka sampelnya :

$$n = \frac{N}{(1 + N \cdot e^2)}$$

$$n = \frac{3059}{(1 + 3059 \cdot 10\%^2)}$$

$$n = \frac{3059}{(1 + 3059 \cdot 0,01)}$$

$$n = 96,834 \text{ dibulatkan menjadi } 97$$

Berdasarkan jumlah populasi pada tahun 2017 dan pada tahun 2018 dengan total 3059 orang mendapat sampel sebanyak 97 orang. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *Google Form* yang disebarluaskan lewat media sosial yaitu *WhatsApp*. Nomor *WhatsApp* tersebut didapatkan dari daftar registrasi peserta *event* tahun 2017 dan 2018.

D. Sumber Data dan Pengumpulan Data

1. Sumber Data

Sumber data yang menjadi bahan analisis dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi dua, yakni:

a. Data primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau objek penelitian dilakukan. Dimana data yang didapat langsung dari kuesioner/angket dan wawancara pada Ni'amillah Sari sebagai admin Bursa Efek Indonesia

(BEI) KP Bengkulu⁴⁹ dan Bayu Saputra sebagai kepala perwakilan Bursa Efek Indonesia (BEI) KP Bengkulu.⁵⁰

b. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumber aslinya atau disebut sumber kedua dari yang kita butuhkan.⁵¹ Data yang diperoleh melalui studi kepustakaan, yaitu pengumpulan data yang berasal dari buku-buku literatur, jurnal, skripsi, serta bacaan lain yang mendukung penelitian ini.

2. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan/data untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab, sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden dengan menggunakan alat yang dinamakan panduan wawancara.⁵²

b. Kuesioner (Angket)

Kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analisis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik beberapa orang utama di dalam organisasi yang bisa

⁴⁹ Ni'amillah Sari, Admin BEI KP Bengkulu, wawancara pada tanggal 02 Juli 2019

⁵⁰ Bayu Saputra, Kepala Perwakilan BEI KP Bengkulu, wawancara pada tanggal 10 Oktober 2019

⁵¹ Burhan Bungin, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif...*, h. 132

⁵² Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, (Jakarta: Kencana, 2017), h. 18

terpengaruh oleh sistem yang diajukan atau oleh sistem yang sudah ada. Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner tertutup.⁵³

Dalam penelitian ini menggunakan Skala Likert, dimana skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu. Skala Likert memiliki dua bentuk pernyataan, yaitu pernyataan positif dan negatif. Pernyataan positif diberi skor 5, 4, 3, 2, dan 1; sedangkan bentuk pernyataan negatif diberi skor 1, 2, 3, 4, dan 5. Bentuk jawaban Skala Likert terdiri dari sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Penelitian ini menggunakan Pernyataan positif dengan bentuk tabel sebagai berikut.

Tabel 3.1
Instrumen Skala Likert

Alternatif Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

*Sumber : Syofian Siregar*⁵⁴

⁵³ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan...*, h. 21

⁵⁴ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan...*, h. 25

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen.⁵⁵ Penulis menggunakan data dan sumber-sumber yang ada hubungannya dengan masalah yang akan dibahas.

E. Variabel dan Definisi Operasional

Untuk memudahkan penelitian ini, ada beberapa variabel yang akan diteliti sebagai dasar analisis, antara lain :

1. Efektivitas *Event*

Efektivitas *event* adalah taraf tercapainya suatu tujuan dari suatu *event* yang dapat dilihat dari hasil perhitungan indikator efektivitas *event* berupa sarana dan prasarana, SDM yang baik, model kegiatan, menarik, sistematis dan efektif.

2. Minat berinvestasi

Minat diartikan sebagai kehendak, keinginan atau kesukaan. Pengertian ini memberikan makna bahwa minat sebagai suatu keinginan terhadap sebuah objek dan tentunya setelah timbul minat, maka seseorang akan melakukan aktivitas. Tindakan atau aktivitas yang dilakukan seseorang pada dasarnya untuk memenuhi keinginan terhadap objek dalam hal ini *event* “Indonesia *Investment* Festival (Investival) berupa mencari tau manfaat investasi, modal investasi minimal, motivasi, *return*, dan nilai spiritual.

⁵⁵ Husaini Usman dan Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2003), h. 753

F. Instrumen Penelitian

Adapun instrumen/alat yang digunakan sebagai pengumpul data dalam penelitian ini berupa kuesioner, yang bertujuan mengukur efektivitas *event* Indonesia *Investment* Festival (Investival) BEI KP Bengkulu dalam meningkatkan minat masyarakat berinvestasi di pasar modal syariah.

G. Teknik Analisis Data

1. Pengujian Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur telah disusun dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur secara tepat. Pengambilan keputusan uji validitas adalah:

- 1) Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item pertanyaan valid
- 2) Jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka item pertanyaan tidak valid

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas mengandung pengertian bahwa sebuah instrumen dapat mengukur sesuatu yang diukur secara konsisten dari waktu ke waktu. Jadi, kata kunci untuk syarat kualifikasi suatu pengukuran instrumen pengukuran adalah konsistensi atau tidak berubah ubah.

Untuk mengetahui realibilitas suatu alat ukur, instrumen yang dikatakan reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Dalam penelitian ini metode yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah menggunakan

rumus *Alpha Cronbach*, dikatakan reliabel jika *Alpha Cronbach* > 0,50.⁵⁶

2. Uji Asumsi Dasar

a. Uji Normalitas Data

Metode statistik yang digunakan adalah uji normalitas data, yang mana dengan menggunakan uji non parametrik tes dari *Kolmogorov-Seminorv*. Dalam hal ini peneliti menggunakan $\alpha = 5\%$ atau 0.05. Dengan kaidah yang digunakan untuk menentukan normal tidaknya suatu data. Yang mana artinya jika nilai signifikansi $< \alpha$ maka data dinyatakan tidak normal. Sedangkan jika signifikansi $> \alpha$ maka data tersebut dapat dinyatakan normal.

b. Uji Linieritas

Metode linieritas digunakan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang kinear secara signifikan atau tidak. Jika nilai signifikansi (Sig), lebih kecil dari 0,05 maka tidak terdapat hubungan yang linear antara kedua variabel, dan sebaliknya jika nilai signifikansi (Sig), lebih besar dari 0,05 maka terdapat hubungan yang linear antara kedua variabel.⁵⁷

c. Uji Autokorelasi

Uji ini bertujuan untuk menguji suatu keadaan yang mana faktor pengganggu (*error term*) pada periode tertentu berkorelasi dengan

⁵⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 24 - 25

⁵⁷ Sufren, *Mahir Menggunakan SPSS Secara Otodidak*, (Jakarta: PT Elek Media Komputindo, 2013), h. 55

faktor pengganggu di periode lain. Pendekatan yang digunakan adalah dengan uji Durbin-Watson. Dengan kriteria deteksi autokorelasi positif, jika $dw < dL$ maka terdapat autokorelasi positif. Begitu pula sebaliknya jika nilai $dw > dU$ maka tidak adanya autokorelasi yang positif. Dan pengujian yang tidak meyakinkan dengan kriteria $dL < dw < dU$. Metode regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi.

d. Uji Heterokedstisitas

Uji heterokedstisitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi kesamaan varian dari faktor pengganggu pada data pengamatan yang satu ke data pengamatan yang lain untuk mendekati ada tidaknya heterokedstisitas dengan melihat pola titik-titik pada *scatterplots* regresi. Jika titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi masalah heterokedstisitas.

3. Pengujian Hipotesis

a. Model Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). analisis ini mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan dependen apakah positif atau negative dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel

independen mengalami kenaikan atau penurunan, data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio.⁵⁸

Rumus regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X + e_i$$

Keterangan:

Y = Minat Berinvestasi

β_0 = Konstanta

β = Koefisien Regresi

$\beta_1 X$ = Efektivitas *Event*

b. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis yang digunakan adalah t-test satu sampel, uji ini dipilih karena penelitian ini menggunakan data interval. Dasar pengambilan keputusan pada t-test yaitu apabila nilai probabilitas signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Sedangkan apabila probabilitas signifikansi $> 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.⁵⁹

c. Uji Koefisien Determinasi (*Coefficient of Determination*)

Koefisien determinasi (*Coefficient of Determination*) R^2 merupakan ukuran yang mengatakan seberapa baik garis regresi sampel cocok atau sesuai dengan datanya.

⁵⁸ Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis Dan Desertasi*, (Semarang: BP Undip, 2016), h. 86

⁵⁹ Dwi Priyatno, *Panduan Praktik Olah Data Menggunakan SPSS*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2017), h. 95 - 96

Tabel 3.2

Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Determinasi

Proposisi/ Internal Koefisien	Keterangan
0 % - 19,99 %	Sangat rendah
20 % - 39,99 %	Rendah
40% - 59,99 %	Sedang
60 % - 79,99 %	Kuat
80 % - 100 %	Sangat kuat

Sumber : Dwi Priyatno⁶⁰

⁶⁰ Dwi Priyatno, *Panduan Praktik Olah Data Menggunakan SPSS...*, h. 97

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Bursa Efek Indonesia (BEI) KP Bengkulu

Secara historis, pasar modal telah hadir jauh sebelum Indonesia merdeka. Pasar modal atau bursa efek telah hadir sejak jaman kolonial Belanda dan tepatnya pada tahun 1912 di Batavia. Pasar modal ketika itu didirikan oleh pemerintah Hindia Belanda untuk kepentingan pemerintah kolonial atau VOC. Meskipun pasar modal telah ada sejak tahun 1912, perkembangan dan pertumbuhan pasar modal tidak berjalan seperti yang diharapkan, bahkan pada beberapa periode kegiatan pasar modal mengalami kevakuman.

Hal tersebut disebabkan oleh beberapa faktor seperti perang dunia ke I dan II, perpindahan kekuasaan dari pemerintah kolonial kepada pemerintah Republik Indonesia, dan berbagai kondisi yang menyebabkan operasi bursa efek tidak dapat berjalan sebagaimana mestinya. Pemerintah Republik Indonesia mengaktifkan kembali pasar modal pada tahun 1977, dan beberapa tahun kemudian pasar modal mengalami pertumbuhan seiring dengan berbagai insentif dan regulasi yang dikeluarkan pemerintah.⁶¹

⁶¹ <https://www.idx.co.id/tentang-bei/sejarah-dan-milestone/> diakses pada hari Minggu, tanggal 29 Oktober, pukul 08.23 WIB

Awal mulanya Bursa Efek Indonesia (BEI) KP Bengkulu berdiri pada tanggal 30 November 2016 oleh Kepala Kantor Early Saputra di Pintu Batu. Namun kantor perwakilan tidak serta merta langsung ada, sebelumnya sudah dikembangkan oleh kantor pusat. Perwakilan kantor pusat di Jakarta mengutus orang ke Bengkulu untuk cek lokasi untuk mensurvei cocok tidaknya Bengkulu didirikan BEI KP Bengkulu selama kurang lebih setengah bulan.

Sebelum adanya BEI KP Bengkulu, sudah ada peninjauan ke Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) yakni Galeri Investasi Syariah dan sudah jalan, namun belum diresmikan. Setelah itu, barulah diresmikan oleh pak Ridwal Mukti dan di *support* oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tanggal 30 November 2016. OJK termasuk yang meminta BEI untuk mendirikan KP di Bengkulu.⁶²

Bursa Efek Indonesia (BEI) KP Bengkulu merupakan perpanjangan tangan dari Bursa Efek pusat, seperti yang telah disampaikan oleh pak Bayu Saputra selaku Kepala Perwakilan menyatakan bahwa BEI KP sebagai perpanjangan tangan, dia tidak ada kemandirian untuk bergerak secara operasional maupun fungsional, jadi semuanya ke pusat atau *centralisasi*. Fungsi BEI KP sebagai wadah

⁶² Bayu Saputra, Kepala Perwakilan BEI KP Bengkulu, wawancara pada tanggal 10 Oktober 2019

pengenalan pasar modal baik kepada masyarakat umum, investor dan pengusaha yang nantinya *go public*.⁶³

2. Tujuan berdirinya BEI KP Bengkulu

Semua tujuan berdirinya BEI KP di seluruh Indonesia sama yaitu mensosialisasikan pasar modal ke semua elemen masyarakat baik pemerintah, swasta, dan lain-lain. BEI KP dibawah divisi pengembangan pasar tujuannya untuk mengembangkan.⁶⁴

3. Struktur organisasi BEI KP Bengkulu

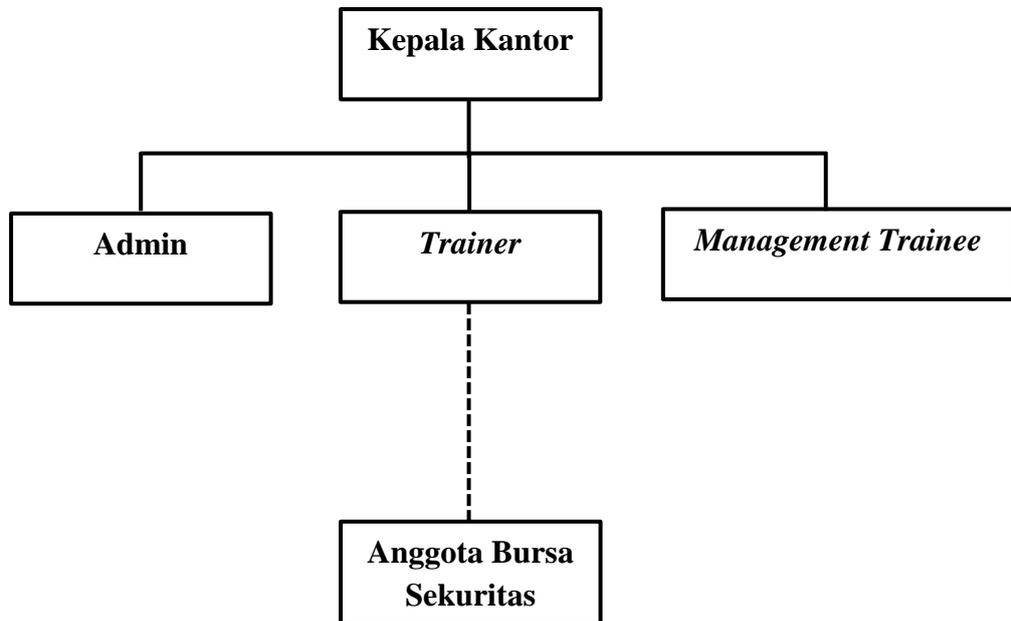
Secara struktural anggota bursa bukan dibawah kepala kantor, namun secara fungsional anggota bursa dibawah kepala kantor. Berdasarkan keterangan dari bapak Bayu Saputra, menjelaskan bahwa bagan organisasi BEI KP Bengkulu, pertama ada kepala kantor, dibawahnya ada admin, *trainer*, dan *management trainee*. Jadi sebenarnya satu level, maksudnya dari kepala kantor dibawahnya staf semua lalu garis putu-putus kebawahnya anggota bursa sekuritas. Untuk nama orang-orangnya belum *release*, belum lengkap dan masih proses rekrutmen seperti bagian *trainer* masih kosong, yang lain-lain juga masih kosong.⁶⁵

Berikut bagan struktur organisasi BEI KP Bengkulu:

⁶³ Bayu Saputra, Kepala Perwakilan BEI KP Bengkulu, wawancara pada tanggal 10 Oktober 2019

⁶⁴ Bayu Saputra, Kepala Perwakilan BEI KP Bengkulu, wawancara pada tanggal 10 Oktober 2019

⁶⁵ Bayu Saputra, Kepala Perwakilan BEI KP Bengkulu, wawancara pada tanggal 10 Oktober 2019



4. Jam Operasional, Pelayanan dan Fasilitas

BEI KP Bengkulu beroperasi pada hari Senin – Jumat pukul 08.00-17.00 WIB dan istirahat pada pukul 12.00 – 13.30 WIB. BEI KP Bengkulu memberikan pelayanan terkait pasar modal yaitu :

- a. Pembukaan Rekening Efek
- b. Konsultasi Pemilihan Saham

Selain itu ada beberapa fasilitas yang diberikan di BEI KP Bengkulu yakni:

- a. Ruang perpustakaan (tersedia buku, skripsi tentang ekonomi, keuangan dan pasar modal, computer, dan free WiFi)
- b. Computer RTI (untuk Riset, Penelitian dan *Market Update*)
- c. Ruang anggota Bursa (RHB Sekuritas, IPOT, FAC, dan MNC Sekuritas)
- d. Ruang Klinik Investasi

5. Saham Syariah BEI KP Bengkulu

BEI KP Bengkulu sebagai tempat pembukaan akun baik itu konvensional maupun syariah. Jika ingin memilih saham syariah saja, maka saat pembukaan akun memilih akun syariah. Secara otomatis saham yang keluar hanya saham syariah. Lain halnya jika membuka akun konvensional, saham yang ditawarkan yakni saham konvensional dan syariah.

Tabel. 4.1

Daftar Perusahaan Sekuritas Syariah

No.	Anggota Bursa	Nama SOTS
1.	PT Indo Premier Securities	IPOT Syariah
2.	PT Mirae Asset Sekuritas Indonesia	HOTS Syariah
3.	PT BNI Securities	e-Smart Syariah
4.	PT Trimegah Securities Tbk	ITrimegah Syariah
5.	PT Mandiri Sekuritas	MOST Syariah
6.	PT Panin Sekuritas Tbk	POST Syariah
7.	PT Phintraco Securities	Profits Syariah
8.	PT Sucorinvest	SPOT Syariah
9.	PT FAC Sekuritas Indonesia	FAST Syariah
10.	PT MNC Securities	MNC Trade Syariah
11.	PT Henan Putihhrai	HPX Syariah
12.	PT Philip Sekuritas	POEM Syariah
13.	PT RHB Sekuritas	RHB TradeSmart

14.	PT Samuel Sekuritas	STAR Syariah
15.	PT Maybank Kim Eng Sekuritas	KE Trade Syariah

Sumber : PT Bursa Efek Indonesia⁶⁶

B. Hasil Penelitian

1. Analisis Deskriptif pada Responden Penelitian

a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.2
Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Pria	35	36,1 %
Wanita	62	63,9 %
Total	97	100,0 %

Sumber : Data Primer yang diolah 2019

Dari 97 responden tabel tersebut dapat diketahui mayoritas lebih banyak berjenis kelamin responden yaitu wanita. Responden yang jenis kelamin pria dengan persentase 36,1 % dan wanita persentase sebesar 63,9 %.

b. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.3
Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
17 – 25	70 orang	72,2 %

⁶⁶ <https://www.idx.co.id/tentang-bei/transaksi-sesuai-syariah/> diakses pada hari Minggu, tanggal 29 Oktober, pukul 08.30 WIB

26 – 34	17 orang	17,6 %
35 - 43	5 orang	5,1 %
44 - 52	5 orang	5,1 %
Total	97 orang	100,0 %

Sumber : Data Primer yang diolah 2019

Pada tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas pengunjung di Investival dengan jumlah responden yang paling banyak yaitu responden berusia 17 -25 tahun. Responden berusia 17 - 25 tahun sebanyak 70 orang dengan persentase 72,2 %, usia 26 – 34 sebanyak 17 orang dengan persentase 17,6 %, usia 35 – 43 dan usia 44 – 52 sama-sama sebanyak 5 orang dengan persentase 5,1 %.

2. Efektivitas *Event*

Efektivitas *event* dapat diukur dengan 6 indikator, yang mana indikator-indikator tersebut dijabarkan dalam beberapa pernyataan, dimana semua pernyataan tersebut telah di isi oleh 97 responden dengan beberapa pilihan jawaban yang sudah disediakan. Berikut rincian hasil penelitian :

a. Sarana dan Prasarana

Sebuah *event* dapat dikatakan efektif jika sarana dan prasarana yang disediakan oleh organisasi tersebut telah lengkap dan dikatakan para pengunjung yang datang pada festival tersebut. Indikator sarana dan prasarana ini diukur dengan peralatan dan fasilitas yang lengkap,

kemudian yang kedua tersedianya informasi terkait *event* Indonesia *Investment Festival* (Investival).

Tabel. 4.4
Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat
Responden mengenai Ketersediaan Peralatan dan Fasilitas Pada
Saat Kegiatan Festival Berlangsung

No.	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	31	32,0 %
2.	Setuju	51	52,6 %
3.	Kurang Setuju	11	11,4 %
4.	Tidak Setuju	3	3,0 %
5.	Sangat Tidak Setuju	1	1,0 %
Jumlah		97	100,0 %

Sumber: Kuesioner no. 1 Variabel Efektivitas Event

Pada tabel 4.4 diatas, respoenden lebih banyak menjawab setuju yaitu *event* “Indonesia *Investment Festival* (Investival) 2017 dan 2018” telah menyediakan peralatan dan fasilitas yang lengkap saat pelaksanaan *event* berlangsung yaitu dengan presentase 52,6 %. Kemudian sebanyak 32 % responden menjawab sangat setuju, sedangkan responden yang menjawab kurang setuju 11,4 %, respoenden yang menjawab tidak setuju 3 %, dan respoen yang menjawab sangat tidak setuju sebesar 1 %. Dengan jawaban respoen sebanyak 52,6 % ini menandakan bahwa ketersediaan peralatan dan fasilitas telah lengkap dan sudah dipersiapkan dengan baik oleh

pihak *event* “Indonesia *Investment* Festival (Investival) 2017 dan 2018”.

Selain ketersediaan peralatan dan fasilitas, salah satu pengukuran dalam tolak ukur ketersediaan sarana dan prasarana adalah ketersediaan informasi terkait *event* tersebut melalui berbagai media, yang mana datanya sebagai berikut.

Tabel. 4.5
Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat
Responden mengenai Ketersediaan Informasi Terkait *event*
“Indonesia *Investment* Festival (Investival) 2017 dan 2018”
melalui Beberapa Media

No.	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	24	24,8 %
2.	Setuju	53	54,7 %
3.	Kurang Setuju	12	12,3 %
4.	Tidak Setuju	6	6,1 %
5.	Sangat Tidak Setuju	2	2,1 %
Jumlah		97	100,0 %

Sumber: Kuesioner no. 2 Variabel Efektivitas Event

Dapat dilihat pada tabel diatas terlihat responden menjawab setuju sebanyak 54,7 %, sangat setuju 24,8 %, kurang setuju 12,3 %, tidak setuju 6,1 %, dan sangat tidak setuju sebesar 2,1 %. Responden dominan menjawab setuju karena mereka banyak menemukan pemberitahuan pada media, baik itu media jadul seperti koran, iklan serta media online seperti *Instagram* dan *facebook*.

Salah satu bentuk prasarana yang diberikan berupa kuis berhadiah penambahan saldo sebesar Rp100.000,-. Sebuah *event* dapat dikatakan efektif jika prasarananya bagus.

Tabel. 4.6

Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Responden mengenai Prasarana berupa Kuis Berhadiah Penambahan Saldo Rp100.000,-

No.	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	23	23,7 %
2.	Setuju	52	53,6 %
3.	Kurang Setuju	16	16,5 %
4.	Tidak Setuju	4	4,1 %
5.	Sangat Tidak Setuju	2	2,1 %
Jumlah		97	100,0 %

Sumber: Kuesioner no. 3 Variabel Efektivitas Event

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa responden banyak yang menjawab setuju prasarana yang diberikan berupa kuis berhadiah penambahan saldo sebesar Rp100.000,- sudah bagus dengan persentase sebesar 53,6 %, kemudian yang menjawab sangat setuju 23,7 %, kurang setuju 16,5 %, tidak setuju 4,1 %, dan sangat tidak setuju 2,1 %.

b. Sumber Daya Manusia yang Baik

Sumber daya manusia disini maksudnya panitia dan personil yang bertugas dalam menjalankan berbagai macam kegiatan pada festival tersebut. Ini juga menjadi salah satu indikator untuk

mengukur suatu efektivitas sebuah *event*, karena jika tidak memiliki panitia dan personil yang baik, maka *event* tidak akan berhasil untuk dijalankan.

Tabel. 4.7

Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Responden mengenai Kinerja Panitia dan Personil pada *Event* “Indonesia *Investment Festival (Investival)* 2017 dan 2018”

No.	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	22	23,7 %
2.	Setuju	55	56,8 %
3.	Kurang Setuju	16	16,5 %
4.	Tidak Setuju	4	4,1 %
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0,0 %
Jumlah		97	100,0 %

Sumber: Kuesioner no. 4 Variabel Efektivitas Event

Dalam tabel 4.7 menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju yakni sebanyak 56,8 %, sisanya sangat setuju 23,7 %, kurang setuju 16,5 % dan tidak setuju 4,1 %. Hal ini menandakan bahwa banyaknya pengunjung yang setuju bahwa kinerja dari panitia dan personil yang melakukan penjagaan pada saat *event* berlangsung itu tergolong baik. Dan pihak panitia berhasil memberikan perlakuan yang baik kepada pengunjung *event* “Indonesia *Investment Festival (Investival)* 2017 dan 2018”.

Personil yang baik dapat juga dilihat dari penjaga *stand* galeri dalam memberikan informasi terkait pasar modal secara ramah dan cekatan untuk menjelaskan dan menjawab pertanyaan yang dilontarkan oleh pengunjung.

Tabel 4.8
Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Responden mengenai Kinerja Penjaga *Stand* Galeri Dalam Memberikan Informasi Terkait Pasar Modal

No.	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	20	20,7 %
2.	Setuju	48	59,5 %
3.	Kurang Setuju	25	25,7 %
4.	Tidak Setuju	3	3,1 %
5.	Sangat Tidak Setuju	1	1,0 %
Jumlah		97	100,0 %

Sumber: Kuesioner no. 5 Variabel Efektivitas Event

Tabel diatas menunjukkan responden dominan menjawab setuju bahwa personil penjaga *stand* galeri dalam memberikan informasi terkait pasar modal secara ramah dan cekatan dengan persentase 59,5 %, sisanya menjawab sangat setuju 20,7 %, kurang setuju 25,7 %, tidak setuju 3,1 %, dan sangat tidak setuju 1 %.

Dalam *event* tersebut diadakan pula *Talk Show*, penyampaian materi yang jelas dan menarik menjadi salah satu indikator penentu kinerja panitia dan personil yang baik dalam mewujudkan efektivitas sebuah *event*.

Tabel. 4.9
Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat
Responden mengenai Penyampaian Materi selama *Talk Show*

No.	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	25	25,7 %
2.	Setuju	47	48,5 %
3.	Kurang Setuju	18	18,6 %
4.	Tidak Setuju	6	6,2 %
5.	Sangat Tidak Setuju	1	1,0 %
Jumlah		97	100,0 %

Sumber: Kuesioner no. 6 Variabel Efektivitas Event

Dapat dilihat dari tabel 4.9 diatas banyak responden menjawab setuju dengan persentase 48,5 %, disusul dengan jawaban sangat tidak setuju sebesar 25,7 %, sisanya menjawab tidak setuju 6,2 % dan sangat tidak setuju 1 %. Ini menunjukkan bahwa responden dominan setuju bahwa penyampaian materi selama *Talk Show* sudah jelas dan menarik.

c. Model Kegiatan

Model kegiatan ialah konsep dan tema yang digunakan pada *event* yang diselenggarakan, yang mana ini juga merupakan indikator dari pengukuran seberapa efektif tidaknya suatu kegiatan, karena indikator ini mengukur seberapa baiknya konsep acara yang dibuat.

Tabel. 4.10

Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Responden tentang Pengetahuan Responden mengenai Konsep Event “Indonesia Investment Festival (Investival) 2017 dan 2018”

No.	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	24	24,7 %
2.	Setuju	44	45,3 %
3.	Kurang Setuju	26	26,9 %
4.	Tidak Setuju	2	2,1 %
5.	Sangat Tidak Setuju	1	1,0 %
Jumlah		97	100,0 %

Sumber: Kuesioner no. 7 Variabel Efektivitas Event

Pada tabel 4.10 terlihat bahwa sebesar 45,3 % responden menjawab setuju, sangat setuju 24,7 %, kurang setuju 26,9 %, tidak setuju 2,1 %, dan sangat tidak setuju 1 %. Ini menunjukkan bahwa pengunjung dominan telah mengetahui konsep *event* “Indonesia Investment Festival (Investival) 2017 dan 2018” dan hanya sebagian kecil dari 97 responden yang kurang tingkat pengetahuan tentang konsep *event* festival tersebut.

Selain pengetahuan responden mengenai konsep dari *event* tersebut, pengetahuan mengenai tema juga dapat menjadi suatu tolak ukur dari indikator model kegiatan. Yang mana datanya sebagai berikut.

Tabel. 4.11

Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Responden tentang Pengetahuan Responden mengenai Tema Event “Indonesia Investment Festival (Investival) 2017 dan 2018”

No.	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	20	20,7 %
2.	Setuju	50	51,5 %
3.	Kurang Setuju	23	23,7 %
4.	Tidak Setuju	3	3,1 %
5.	Sangat Tidak Setuju	1	1,0 %
Jumlah		97	100,0 %

Sumber: Kuesioner no. 8 Variabel Efektivitas Event

Sama halnya dengan butir kuesioner nomor 7, pada kuesioner nomor 8 menggambarkan bahwa mayoritas responden sebanyak 51,5 % setuju dan sangat setuju 20,7 %, sisanya menjawab kurang setuju 23,7 % lebih tinggi 3 % dibanding dengan yang menjawab sangat setuju, serta 3,1 % menjawab tidak setuju dan 1 % menjawab sangat tidak setuju. Walaupun responden yang menjawab kurang setuju lebih tinggi dibanding sangat setuju, tetapi masih banyaklah yang menjawab setuju bahwa respondent ahu tentang tema dari *event* festival tersebut yakni memberikan edukasi pasar modal melalui pameran, kemudian ada *games* dan *Talk Show*.

d. Menarik

Dalam membuat sebuah kegiatan atau *event* tentunya unsur yang paling penting adalah bagaimana para pengunjung tertarik dan bisa terhibur dengan berbagai macam suguhan kegiatan didalamnya. Maka salah satu indikator dari pengukuran efektivitas adalah menarik atau tidaknya sebuah *event* yang dibuat. Dalam hal ini ada beberapa tolak ukur dari indikator menarik yaitu terhiburnya pengunjung, adanya ciri khas dalam *event*, seberapa kreatif dan menariknya *event* tersebut, dan terakhir adalah tersedianya banyak informasi.

Tabel. 4.12

Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Responden tentang Terhibur atau tidaknya Responden Pada Event “Indonesia Investment Festival (Investival) 2017 dan 2018”

No.	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	22	22,6 %
2.	Setuju	59	61,0 %
3.	Kurang Setuju	12	12,3 %
4.	Tidak Setuju	3	3,1 %
5.	Sangat Tidak Setuju	1	1,0 %
Jumlah		97	100,0 %

Sumber: Kuesioner no. 9 Variabel Efektivitas Event

Berdasarkan tabel 4.12 menunjukkan bahwa sebagian besar responden menjawab setuju dengan pernyataan bahwa mereka

terhibur dengan adanya *event* “Indonesia *Investment Festival* (Investival) 2017 dan 2018”, yang mana persentase setuju sebesar 61 %, sangat setuju 22,6 %, kurang setuju 12,3 %, tidak setuju 3 % dan sangat tidak setuju 1 %.

Serangkaian dengan pendapat responden tentang terhibur atau tidaknya responden pada *event* “Indonesia *Investment Festival* (Investival) 2017 dan 2018”, tentunya pada setiap *event* mengharapkan bahwa *event* yang dibuat tersebut juga memiliki ciri khas tersendiri, baik dari segi konsep acara atau rangkaian *event* yang diselenggarakan. Berikut ini data mengenai adanya kepemilikan ciri khas pada *event* “Indonesia *Investment Festival* (Investival) 2017 dan 2018”.

Tabel. 4.13

Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Responden tentang Kepemilikan Ciri Khas pada *Event* “Indonesia *Investment Festival* (Investival) 2017 dan 2018”

No.	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	27	27,9 %
2.	Setuju	57	58,8 %
3.	Kurang Setuju	9	9,2 %
4.	Tidak Setuju	3	3,1 %
5.	Sangat Tidak Setuju	1	1,0 %
Jumlah		97	100,0 %

Sumber: Kuesioner no. 10 Variabel Efektivitas Event

Pada tabel diatas menyatakan bahwa 58,8 % responden setuju dan 27,9 % sangat setuju dengan pernyataan bahwa *event* “Indonesia *Investment* Festival (Investival) 2017 dan 2018” mempunyai ciri khas tersendiri dan berbeda dengan *event* lain. sedangkan responden menjawab kurang setuju sebesar 9,2 %, tidak setuju 3,1 %, dan sangat tidak setuju 1 %.

Selain dua tolak ukur diatas itu, tolak ukur yang ketiga untuk pengukuran pada indikator menarik adalah tentang suguhan acara dalam *event* “Indonesia *Investment* Festival (Investival) 2017 dan 2018” menarik dan kreatif, yang mana datanya sebagai berikut.

Tabel. 4.14
Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat
Responden tentang Suguhan Acara Event “Indonesia *Investment*
Festival (Investival) 2017 dan 2018”

No.	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	19	19,6 %
2.	Setuju	60	61,9 %
3.	Kurang Setuju	11	11,3 %
4.	Tidak Setuju	6	6,2 %
5.	Sangat Tidak Setuju	1	1,0 %
Jumlah		97	100,0 %

Sumber: Kuesioner no. 11 Variabel Efektivitas Event

Dalam tabel 4.14 terlihat dominan responden menyatakan setuju sebesar 61,9 % dan sangat setuju 19,6 %. Sedangkan sisanya 11.3 % menjawab kurang setuju, 6,2 % menjawab tidak setuju, dan 1 % menjawab sangat tidak setuju. Yang mana berarti paling banyak responden setuju bahwa suguhan dan rangkaian acara pada *event* “Indonesia *Investment* Festival (Investival) 2017 dan 2018” kreatif dan menarik. Dan tentunya dengan jawaban sebanyak itu menandakan bahwa indikator menarik sudah berhasil dicapai.

e. Sistematis

Pada setiap kegiatan yang akan diselenggarakan membutuhkan jadwal dan alur kegiatan agar ketika pada hari pelaksanaan kegiatan tersebut berjalan dengan baik. Seperti itu pula pada penyelenggaraan *event* “Indonesia *Investment* Festival (Investival) 2017 dan 2018” membutuhkan sistematis dan penjadwalan pada hari – hari sebelumnya. Dalam hal ini sistematis yang dimaksud adalah kesesuaian antara jadwal kegiatan yang sudah direncanakan dengan waktu pelaksanaannya, baik dari waktu pembukaan, acara di dalamnya, sampai penutup

Tabel. 4.15

Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Responden tentang Jadwal Pelaksanaan *Event* “Indonesia *Investment* Festival (Investival) 2017 dan 2018”

No.	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	17	17,5 %

2.	Setuju	37	38,1 %
3.	Kurang Setuju	30	31,1 %
4.	Tidak Setuju	8	8,2 %
5.	Sangat Tidak Setuju	5	5,1 %
Jumlah		97	100,0 %

Sumber: Kuesioner no. 12 Variabel Efektivitas Event

Berdasarkan tabel 4.15 menunjukkan bahwa responden setuju sebesar 38,1 %, yang mana responden setuju dengan pernyataan bahwa ia tahu *event* “Indonesia *Investment Festival* (Investival) 2017 dan 2018” dilaksanakan setiap bulan Oktober. Sementara itu menjawab sangat setuju sebesar 17,5 %, lebih kecil dibanding dengan yang menjawab kurang setuju sebesar 31,1 %, ini menunjukkan cukup banyak responden kurang tahu jalwal pelaksanaan *event*. Kemudian disusul tidak setuju sebesar 8,2 % dan hanya 5,1 % yang menjawab sangat tidak setuju. Artinya *event* “Indonesia *Investment Festival* (Investival) 2017 dan 2018” sudah berjalan sebagaimana dengan jadwal pelaksanaan yang telah ditentukan sebelumnya.

Ketepatan jadwal pelaksanaan atau jadwal acara *event* sesuai dengan yang diinfokan juga termasuk tolak ukur sistematisnya suatu event, berikut data yang didapat antara lain sebagai berikut.

Tabel. 4.16
Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat
Responden tentang Ketepatan Jadwal Pelaksanaan *Event*
“Indonesia *Investment Festival (Investival) 2017 dan 2018*”

No.	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	20	20,7 %
2.	Setuju	45	46,4 %
3.	Kurang Setuju	25	25,7 %
4.	Tidak Setuju	7	7,2 %
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0,0 %
Jumlah		97	100,0 %

Sumber: Kuesioner no. 13 Variabel Efektivitas Event

Tabel diatas menunjukkan bahwa responden lebih banyak memilih menjawab setuju sebesar 46,4 % yang menandakan jadwal yang diinfokan sesuai dengan hari pelaksanaannya. Sebagiannya menjawab sangat setuju sebesar 20,7 %, kurang setuju 25,7 %, dan tidak setuju 7,2 %.

Selain mengetahui sistematika dari jadwal pembukaan *event* “Indonesia *Investment Festival (Investival) 2017 dan 2018*”, salah satu yang dapat menjadi tolak ukur dari sistematis adalah tentang rangkaian acara di dalamnya dari hari pertama dan kedua.

Tabel. 4.17
Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat
Responden tentang Rangkaian Acara *Event* “Indonesia
***Investment Festival (Investival) 2017 dan 2018*”**

No.	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	20	20,6 %
2.	Setuju	42	43,3 %
3.	Kurang Setuju	26	26,8 %
4.	Tidak Setuju	7	7,2 %
5.	Sangat Tidak Setuju	2	2,1 %
Jumlah		97	100,0 %

Sumber: Kuesioner no. 14 Variabel Efektivitas Event

Sama halnya dengan butir kuesioner sebelumnya, pada butir kuesioner ini lebih banyak menjawab 26,8 %, sedangkan sangat setuju hanya 20,6 %. Namun jawaban paling dominan adalah setuju sebesar 43,3 %, sisanya menjawab tidak setuju sebesar 7,2 % dan sangat tidak setuju sebesar 2,1 %. Artinya responden paling banyak setuju bahwa rangkaian acara dari hari pertama dan kedua tertata dengan rapi.

f. Efektif

Efektif adalah suatu akibat atau pengaruh yang terjadi. Dalam hal ini adalah suatu pengukuran keberhasilan dari pelaksanaan *event* tersebut. Yang mana indikator “efektif” merupakan indikator kunci dari suatu pengukuran keefektivitasan suatu *event*. Tolak ukur dalam indikator ini adalah yang mana *event* ini mampu memberikan hasil dan manfaat kepada pihak eksternal, dan mampu mencapai tujuan yang sudah ditentukan sebelumnya.

Tabel. 4.18
Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat
Responden tentang *Event* “Indonesia *Investment Festival*
(Investival) 2017 dan 2018” Bermutu dan Bermanfaat

No.	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	28	28,9 %
2.	Setuju	56	57,8 %
3.	Kurang Setuju	7	7,2 %
4.	Tidak Setuju	1	1,0 %
5.	Sangat Tidak Setuju	5	5,1 %
Jumlah		97	100,0 %

Sumber: Kuesioner no. 15 Variabel Efektivitas Event

Berdasarkan tabel 4.18 menunjukkan bahwa responden paling banyak menjawab setuju yakni sebesar 57,8 % dan sangat setuju sebesar 28,9 %. Sedangkan sisanya hanya 7,2 % kurang setuju, tidak setuju 1 %, dan sangat tidak setuju 5,1 %. Hal ini menandakan responden dominan menyatakan bahwa *event* “Indonesia *Investment Festival* (Investival) 2017 dan 2018” merupakan *event* yang bermutu dan bermanfaat bagi mereka.

Selain merupakan *event* bermutu dan bermanfaat bagi orang banyak, keefektifan sesuatu dapat diukur dari berhasil tidaknya mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan sebelum membuat suatu *event*. Hal ini juga diukur pada *event* “Indonesia *Investment Festival* (Investival) 2017 dan 2018”, yang mana datanya sebagai berikut.

Tabel. 4.19
Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat
Responden tentang *Event “Indonesia Investment Festival*
(Investival) 2017 dan 2018” Berhasil menjadi Sarana Literasi di
Bidang Pasar Modal

No.	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	24	24,7 %
2.	Setuju	54	55,6 %
3.	Kurang Setuju	14	14,5 %
4.	Tidak Setuju	2	2,1 %
5.	Sangat Tidak Setuju	3	3,1 %
Jumlah		97	100,0 %

Sumber: Kuesioner no. 16 Variabel Efektivitas Event

Pada tabel 4.19 dapat dilihat bahwa jawaban responden paling banyak setuju sebesar 55,6 %, yang kemudian disusul dengan 24,7 % jawaban sangat setuju. Artinya sebagian besar responden sangat setuju dan setuju bahwa *event “Indonesia Investment Festival (Investival) 2017 dan 2018”* telah berhasil menjadi sarana literasi di bidang pasar modal. Hanya saja masih ada yang menjawab kurang setuju sebesar 14,5 %, tidak setuju 2,1 %, dan sangat tidak setuju 3,1 %.

Selain menjadi sarana literasi, *event “Indonesia Investment Festival (Investival) 2017 dan 2018”* juga sebagai sarana edukasi di bidang pasar modal berupa adanya sarana lain dalam berinvestasi

yakni saham, obligasi, dan reksadana. Datanya antara lain sebagai berikut.

Tabel. 4.20
Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Responden tentang *Event* “Indonesia *Investment Festival (Investival) 2017 dan 2018*” Berhasil menjadi Sarana Edukasi di Bidang Pasar Modal

No.	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	30	31,0 %
2.	Setuju	50	51,5 %
3.	Kurang Setuju	13	13,3 %
4.	Tidak Setuju	2	2,1 %
5.	Sangat Tidak Setuju	2	2,1 %
Jumlah		97	100,0 %

Sumber: Kuesioner no. 17 Variabel Efektivitas Event

Pada tabel 4.20 menunjukkan bahwa pernyataan *event* “Indonesia *Investment Festival (Investival) 2017 dan 2018*” berhasil sebagai sarana edukasi penyampaian materi adanya sarana lain dalam berinvestasi kebanyakan responden menjawab setuju sebesar 51,5 % dan sangat setuju sebesar 31 %, sedangkan sisanya menjawab kurang setuju 13,3 %, tidak setuju dan sangat tidak setuju sebesar 2,1 %.

Dari 17 pernyataan mengenai efektivitas *event* “Indonesia *Investment Festival (Investival) 2017 dan 2018*” dapat ditentukan interval

berdasarkan persebaran skor yang didapat dalam temuan penelitian.

Penentuan interval dalam variabel ini ialah sebagai berikut.

$$i = \frac{R}{k} = \frac{(17 \times 5) - (17 \times 1)}{5} = \frac{85 - 17}{5} = \frac{68}{5} = 13,6 \text{ dibulatkan menjadi } 14$$

Keterangan:

i : Lebar Interval

R : Jarak Pengukuran

k : Jumlah Interval

Dari perhitungan diatas, maka diperoleh lima kategori skor yang berkisar pada klasifikasi berikut:

- a. Sangat Baik = 73 - 86
- b. Baik = 59 - 72
- c. Cukup Baik = 45 - 58
- d. Tidak Baik = 31 - 44
- e. Sangat Tidak Baik = 17 - 30

Data mengenai akumulasi variabel (X1) diambil dari jawaban responden atas pernyataan tentang efektivitas *event* “Indonesia *Investment* Festival (Investival) 2017 dan 2018”, disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 4.21

**Presentase Responden Berdasarkan Efektivitas *Event* “Indonesia
*Investment Festival (Investival) 2017 Dan 2018”***

Kategori	Interval	Frekuensi	Presentase
Sangat Baik	73 - 86	15	15,4 %
Baik	59 - 72	70	72,1 %
Cukup Baik	45 - 58	10	10,4 %
Tidak Baik	31 - 44	2	2,1 %
Sangat Tidak Baik	17 - 30	0	0,0 %
Jumlah		97	100,0 %

Berdasarkan perhitungan pada tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa efektivitas *event* “Indonesia *Investment Festival (Investival) 2017 dan 2018”* yang diwakili 97 responden pada kategori baik dengan 72,1 % kemudian kategori sangat baik sebesar 15,4 %, cukup baik hanya 10,4 % dan sisanya kategori tidak baik 2,1 %. Hal ini mengungkapkan bahwa efektivitas *event* dikatakan pada kategori sangat baik dan baik, karena presentase yang paling banyak terdapat pada kategori baik sebesar 72,1 %.

3. Minat Berinvestasi

Minat diartikan sebagai kehendak, keinginan atau kesukaan. Pengertian ini memberikan makna bahwa minat sebagai suatu keinginan terhadap sebuah objek dan tentunya setelah timbul minat, maka seseorang

akan melakukan aktivitas. Tindakan atau aktivitas yang dilakukan seseorang pada dasarnya untuk memenuhi keinginan terhadap objek dalam hal ini *event* “Indonesia *Investment* Festival (Investival) berupa mencari tau manfaat investasi, modal investasi minimal, motivasi, *return*, dan nilai spiritual.

a. Manfaat Investasi

Manfaat investasi merupakan salah satu indikator untuk mengukur variabel minat berinvestasi. Hal ini dikarenakan salah satu bentuk awalnya muncul minat dalam diri seseorang dalam menggunakan barang atau jasa yaitu dengan mencari tahu manfaat yang didapatkan dari berinvestasi.

Tabel. 4.22
Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat
Responden tentang Keuntungan Berinvestasi di Pasar Modal
Syariah

No.	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	22	22,6 %
2.	Setuju	51	52,6 %
3.	Kurang Setuju	21	21,7 %
4.	Tidak Setuju	1	1,0 %
5.	Sangat Tidak Setuju	2	2,1 %
Jumlah		97	100,0 %

Sumber: Kuesioner no. 1 Variabel Minat Berinvestasi

Berdasarkan tabel 4.22 responden paling banyak menjawab sangat setuju sebesar 22,6 % dan setuju dengan presentase sebesar 52,6 %, yang mana hal ini menandakan dominan responden menyetujui pernyataan bahwa sebagian dari mereka mendapatkan informasi bahwa berinvestasi di pasar modal syariah memberikan keuntungan yang menarik. Sedangkan sisanya responden menjawab kurang setuju dengan presentase 21,7 %, tidak setuju 1 %, dan sangat tidak setuju 2,1 % untuk jawaban sangat setuju.

Selain itu, keyakinan akan mendapatkan manfaat di masa yang akan datang juga menjadi tolak ukur seseorang akan minat berinvestasi setelah melihat atau berkunjung ke *event* “Indonesia Investment Festival (Investival), datanya sebagai berikut.

Tabel. 4.23
Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Responden tentang Keuntungan Berinvestasi di Pasar Modal Syariah

No.	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	22	22,6 %
2.	Setuju	52	53,6 %
3.	Kurang Setuju	19	19,5 %
4.	Tidak Setuju	3	3,1 %
5.	Sangat Tidak Setuju	1	1,1 %
Jumlah		97	100,0 %

Sumber: Kuesioner no. 2 Variabel Minat Berinvestasi

Pada tabel diatas menyatakan bahwa 53,6 % responden setuju dan 22,6 % sangat setuju dengan pernyataan bahwa dengan berinvestasi saham syariah akan memberikan manfaat di masa yang akan datang, sedangkan responden menjawab kurang setuju sebesar 19,5 %, tidak setuju 3,1 %, dan sangat tidak setuju 1,1 %.

Pemahaman akan penjelasan dari materi yang diberikan juga menjadi salah satu tolak ukur seseorang minat berinvestasi yakni dengan berinvestasi saham syariah, berarti saya memiliki perusahaan dimana saya berinvestasi. Datanya antara lain sebagai berikut.

Tabel. 4.24
Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat
Responden tentang Beinvestasi Sama dengan Memiliki
Perusahaan di Tempat Berinvestasi

No.	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	34	35,1 %
2.	Setuju	45	46,4 %
3.	Kurang Setuju	13	13,4 %
4.	Tidak Setuju	5	5,1 %
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0,0 %
Jumlah		97	100,0 %

Sumber: Kuesioner no. 3 Variabel Minat Berinvestasi

Pada tabel 4.24 menunjukkan bahwa responden banyak menjawab sangat setuju sebesar 35,1 % dan setuju sebesar 46,4 %,

artinya responden banyak yang memahami bahwa dengan berinvestasi saham syariah berarti responden memiliki perusahaan dimana ia berinvestasi.

b. Modal Investasi Minimal

Modal investasi minimal adalah modal yang dibutuhkan untuk dapat berinvestasi. Ilmu pengetahuan mengenai pasar modal syariah juga sebagai modal seperti produk-produk investasi, berikut datanya.

Tabel. 4.25
Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat
Responden tentang Produk-Produk Investasi Di Pasar Modal
Syariah

No.	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	27	27,9 %
2.	Setuju	45	46,4 %
3.	Kurang Setuju	18	18,6 %
4.	Tidak Setuju	6	6,1 %
5.	Sangat Tidak Setuju	3	3,1 %
Jumlah		97	100,0 %

Sumber: Kuesioner no. 4 Variabel Minat Berinvestasi

Tabel 4.25 diatas menunjukkan banyak responden menjawab sangat setuju sebesar 27.9 % dan setuju sebesar 46,4 % bahwa responden mendapatkan informasi dari *event* Investival tentang produk-produk investasi di pasar modal syariah. Sisanya menjawab kurang setuju sebesar 18,6 %, tidak setuju sebesar 6,1 %, dan sangat

tidak setuju sebesar 3,1 %. Artinya hanya sedikit yang tidak mendapatkan informasi tersebut.

Selain pengetahuan tentang produk-produk investasi di pasar modal syariah, *event* Investival juga memberikan informasi bahwa pasar modal sebagai salah satu instrumen investasi, untuk memulai investasi saham syariah cukup terjangkau. Datanya sebagai berikut.

Tabel. 4.26
Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Responden tentang Pasar Modal Sebagai Salah Satu Instrumen Investasi

No.	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	22	22,6 %
2.	Setuju	55	56,8 %
3.	Kurang Setuju	13	13,4 %
4.	Tidak Setuju	4	4,1 %
5.	Sangat Tidak Setuju	3	3,1 %
Jumlah		97	100,0 %

Sumber: Kuesioner no. 5 Variabel Minat Berinvestasi

Berdasarkan tabel diatas, responden dominan menjawab setuju sebesar 56,8 % dan sangat setuju sebesar 22,6 %. Ini menunjukkan banyak responden yang mengetahui dari *event* Investival bahwa pasar modal sebagai salah satu instrumen investasi, untuk memulai investasi saham syariah cukup terjangkau. Hanya sedikit dari responden yang kurang atau tidak mendapatkan informasi tersebut

dari *event* Investival dengan presentase kurang setuju 13,4 %, tidak setuju 4,1 %, dan sangat tidak setuju 3,1 %.

Modal investasi minimal tidak hanya sebatas pengetahuan, modal uang juga. Besar kecilnya modal menjadi tolak ukur seseorang minat berinvestasi atau tidak. Saat ini perusahaan sekuritas banyak yang menerapkan modal investasi minimal sebesar Rp100.000,- untuk memulai investasi, berikut datanya.

Tabel. 4.27
Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat
Responden tentang Modal Investasi Minimal Sebesar
Rp100.000,- Memudahkan untuk Memulai Investasi.

No.	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	30	31,0 %
2.	Setuju	51	52,6 %
3.	Kurang Setuju	8	8,2 %
4.	Tidak Setuju	7	7,2 %
5.	Sangat Tidak Setuju	1	1,0 %
Jumlah		97	100,0 %

Sumber: Kuesioner no. 6 Variabel Minat Berinvestasi

Tabel 4.27 diatas menunjukkan responden lebih banyak menjawab sangat setuju dan setuju dibandingkan pernyataan lainnya, dengan presentase sangat setuju 31 % dan setuju 52,6 %. Artinya responden setuju bahwa dengan diterapkannya modal investasi minimal sebesar Rp100.000,- itu benar memudahkan untuk memulai

investasi. Sisanya menjawab kurang setuju sebesar 8,2 %, tidak setuju 7,2 %, dan sangat tidak setuju 1 %.

c. Motivasi

Motivasi disini merupakan suatu proses dalam memberikan dorongan yang dapat mempengaruhi pribadi tersebut dimana motivasi tersebut berpengaruh terhadap tugas dan psikologi seseorang, dalam hal ini memberikan motivasi ke responden untuk minat berinvestasi melalui *event* Investival. Dari *event* Investival ini responden mendapat motivasi bahwa dengan berinvestasi berarti ia membantu perusahaan untuk berkembang.

Tabel. 4.28

Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Responden tentang Motivasi Membantu Perusahaan Untuk Berkembang

No.	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	36	37,1 %
2.	Setuju	43	44,3 %
3.	Kurang Setuju	12	12,4 %
4.	Tidak Setuju	2	2,1 %
5.	Sangat Tidak Setuju	4	4,1 %
Jumlah		97	100,0 %

Sumber: Kuesioner no. 7 Variabel Minat Berinvestasi

Berdasarkan tabel 4.28 diatas presentase sangat setuju dan setuju memiliki tingkat presentase yang tidak beda jauh yakni sangat setuju 37,1 % dan setuju 44,3 %, ini menunjukkan banyak dari responden yang memahami bahwa dengan berinvestasi berarti ia membantu perusahaan untuk berkembang. Hanya sedikit yang kurang atau tidak memahami hal tersebut dari *event* Investival yakni responden yang menjawab kurang setuju 12,4 %, tidak setuju 2,1 %, dan sangat tidak setuju 4,1 %.

Motivasi lain sebagai alat ukur minat berinvestasi, juga datang dari orang terdekat seperti rekan, kerabat dan orang yang ia kenal. Jika mereka melakukan investasi, maka minat berinvestasi juga terpengaruh untuk ikut berinvestasi juga, datanya sebagai berikut.

Tabel. 4.29
Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Responden tentang Beinvestasi karena Orang Terdekat

No.	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	21	21,7 %
2.	Setuju	34	35,1 %
3.	Kurang Setuju	23	23,6 %
4.	Tidak Setuju	7	7,2 %
5.	Sangat Tidak Setuju	12	12,4 %
Jumlah		97	100,0 %

Sumber: Kuesioner no. 8 Variabel Minat Berinvestasi

Tabel diatas menunjukkan bahwa banyak responden yang menjawab setuju sebesar 35,1 % dan sangat setuju sebesar 21,7 %. Responden yang menjawab kurang setuju ternyata cukup banyak, lebih 1,9 % dari presentase sangat setuju yakni 23,6 %, sedangkan tidak setuju sebesar 7,2 % dan sangat tidak setuju sebesar 12,4 %. Dari hasil presentase tersebut dapat disimpulkan bahwa ada lebih setengah yang setuju bahwa orang terdekat menjadi alat ukur minat berinvestasi, sisanya menjawab tidak dari 97 responden.

Selain itu, motivasi lainnya yakni tertarik berinvestasi karena berbagai informasi yang dapatkan mengenai pasar modal syariah dari *event* Investival, datanya sebagai berikut.

Tabel. 4.30
Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Responden tentang Tertarik Beinvestasi Karena Berbagai Informasi Yang Di Dapatkan dari *Event* Investival

No.	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	14	14,4 %
2.	Setuju	50	51,6 %
3.	Kurang Setuju	26	27,0 %
4.	Tidak Setuju	4	4,1 %
5.	Sangat Tidak Setuju	2	2,1 %
Jumlah		96	100,0 %

Sumber: Kuesioner no. 9 Variabel Minat Berinvestasi

Berdasarkan tabel 4.30 diatas, responden dominan menjawab setuju dengan presentase sebesar 52 % dan sangat setuju sebesar 14,6 %. Ini menunjukkan bahwa responden memang benar tertarik berinvestasi karena berbagai informasi yang didapatkan mengenai pasar modal syariah dari *event* Investival. Responden yang menjawab kurang setuju sebesar 27 % lebih besar dari jawaban sangat setuju. Sisanya menjawab tidak setuju sebesar 4,1 % dan sangat tidak setuju sebesar 2,1 % serta ada satu responden yang tidak menjawab.

d. *Return*

Imbalan hasil yang diharapkan (*return*) adalah keuntungan yang diharapkan oleh seorang investor di kemudian hari terhadap sejumlah dana yang telah diinvestasikannya. Minat beinvestasi juga dapat diukur dari besaran *return*, jika saham syariah yang dibeli tidak termasuk dalam kategori saham yang memiliki *return* yang tinggi.

Tabel. 4.31

Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Responden tentang *Return* Saham Syariah yang Tidak Tinggi

No.	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	13	13,4 %
2.	Setuju	40	41,4 %
3.	Kurang Setuju	35	36,1 %
4.	Tidak Setuju	6	6,1 %

5.	Sangat Tidak Setuju	3	3,0 %
Jumlah		97	100,0 %

Sumber: Kuesioner no. 10 Variabel Minat Berinvestasi

Tabel 4.31 diatas menunjukkan responden yang menjawab setuju dengan presentase sebesar 41,4 % artinya responden tidak masalah jika saham syariah yang dibeli tidak termasuk dalam kategori saham yang memiliki *return* yang tinggi. Hanya sedikit yang menjawab sangat setuju yakni 13,4 %, sedangkan yang menjawab kurang setuju cukup tinggi yakni 36,1 %. Sisanya menjawab tidak setuju sebesar 6,1 % dan sangat tidak setuju 3%.

Banyak hal yang menjadi instrumen pembangunan ekonomi, salah satunya adalah investasi syariah. *Event* Investival ini juga memberikan pengetahuan mengenai investasi syariah sebagai instrumen terpenting dalam pembangunan ekonomi, berikut datanya.

Tabel. 4.32
Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat
Responden tentang Investasi Syariah Sebagai Instrumen
Pembangunan Ekonomi

No.	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	17	17,5 %
2.	Setuju	60	61,9 %
3.	Kurang Setuju	15	15,4 %
4.	Tidak Setuju	4	4,2 %
5.	Sangat Tidak Setuju	1	1,0 %

Jumlah	97	100,0 %
---------------	-----------	----------------

Sumber: Kuesioner no. 11 Variabel Minat Berinvestasi

Berdasarkan tabel diatas, responden dominan menjawab setuju dengan presentase sebesar 61,9 % ini menunjukkan bahwa responden setuju dengan investasi syariah merupakan instrumen terpenting dalam pembangunan ekonomi. Kemudian disusul dengan responden yang menjawab sangat setuju sebesar 17,5 % dan menjawab kurang setuju sebesar 15,4 %. Perbedaan presentase sangat setuju dan kurang setuju tidak beda jauh ini menunjukkan ada seperempat responden yang sangat setuju dan kurang setuju dengan pernyataan tersebut. Sisanya menjawab tidak setuju sebesar 4,2 % dan sangat tidak setuju sebesar 1 %.

Selain itu, *event* Investival ini memberi pengetahuan bahwa *return* investasi syariah memberikan keuntungan yang besar sesuai dengan risiko yang ada, datanya sebagai berikut.

Tabel. 4.33
Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Responden tentang Investasi Syariah Memberikan Keuntungan yang Besar

No.	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	18	18,5 %
2.	Setuju	52	53,6 %
3.	Kurang Setuju	22	22,6 %

4.	Tidak Setuju	4	4,2 %
5.	Sangat Tidak Setuju	1	1,0 %
Jumlah		97	100,0 %

Sumber: Kuesioner no. 12 Variabel Minat Berinvestasi

Pada tabel 4.33 di atas menunjukkan bahwa responden dominan menjawab setuju tentang investasi saham syariah memberikan keuntungan yang besar sesuai dengan risiko yang ada dengan presentase sebesar 53,6 % dan sangat setuju sebesar 18,5 % lebih kecil dibandingkan dengan jawaban kurang setuju sebesar 22,6 %. Sisanya menjawab tidak setuju sebesar 4,2 % dan sangat tidak setuju sebesar 1 %.

e. Spiritual

Return apabila dilihat dari pandangan Islam mencari *return* atau keuntungan sangat dianjurkan kepada umatnya karena dapat meningkatkan kesejahteraan hidupnya di dunia maupun diakhirat kelak, berupa memberikan keberkahan. Datanya sebagai berikut.

Tabel. 4.34

Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Responden tentang Investasi Syariah Memberikan Keberkahan

No.	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	23	23,6 %
2.	Setuju	60	61,9 %
3.	Kurang Setuju	9	9,3 %
4.	Tidak Setuju	3	3,1 %

5.	Sangat Tidak Setuju	2	2,1 %
Jumlah		97	100,0 %

Sumber: Kuesioner no. 13 Variabel Minat Berinvestasi

Pada tabel diatas menunjukkan banyak responden yang menjawab sangat setuju 23,6 % dan setuju 61,9 % dengan pernyataan berinvestasi di pasar modal syariah dapat memberikan keberkahan. Hanya sedikit yang menjawab kurang setuju sebesar 9,3 %, tidak setuju sebesar 3,1 %, dan sangat tidak setuju sebesar 2,1 %.

Selain berinvestasi di pasar modal syariah dapat memberikan keberkahan, juga memberikan bagian dari pengalaman muamalah. Datanya sebagai berikut.

Tabel. 4.35
Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Responden tentang Memberikan Bagian dari Pengalaman Muamalah

No.	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	28	28,8 %
2.	Setuju	54	55,7 %
3.	Kurang Setuju	11	11,3 %
4.	Tidak Setuju	3	3,1 %
5.	Sangat Tidak Setuju	1	1,1 %
Jumlah		97	100,0 %

Sumber: Kuesioner no. 14 Variabel Minat Berinvestasi

Berdasarkan tabel diatas responden banyak responden yang menjawab sangat setuju 28,8 % dan setuju 55, 7 % dengan pernyataan berinvestasi di pasar modal syariah memberikan bagian dari pengalaman muamalah. Hanya sedikit yang menjawab kurang setuju sebesar 11,3 % tidak setuju sebesar 3,1 %, dan sangat tidak setuju sebesar 1,1 %.

Selain meberikan keberkahan dan pengalaman muamalah, investasi di pasar modal syariah merupakan investasi yang menarik dan lebih aman, serta meningkatkan kepuasan rohani. Datanya sebagai berikut.

Tabel. 4.36

Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Pendapat Responden tentang Investasi di Pasar Modal Syariah Menarik dan Lebih Aman, serta Meningkatkan Kepuasan Rohani.

No.	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	25	25,8 %
2.	Setuju	58	59,7 %
3.	Kurang Setuju	9	9,3 %
4.	Tidak Setuju	3	3,1 %
5.	Sangat Tidak Setuju	2	2,1 %
Jumlah		97	100,0 %

Sumber: Kuesioner no. 15 Variabel Minat Berinvestasi

Tabel 4.36 diatas menunjukkan bahwa responden dominan menjawab setuju dengan presentase sebesar 59,7 % ini menunjukkan

bahwa responden setuju dengan investasi di pasar modal syariah merupakan investasi yang menarik dan lebih aman, serta meningkatkan kepuasan rohani. Kemudian disusul dengan responden yang menjawab sangat setuju sebesar 25,8 % dan menjawab kurang setuju sebesar 9,3 %. Sisanya menjawab tidak setuju sebesar 3,1 % dan sangat tidak setuju sebesar 2,1 %.

Dari 15 pernyataan mengenai minat berinvestasi, dapat ditentukan interval berdasarkan persebaran skor yang didapat dalam temuan penelitian. Penentuan interval dalam variabel ini ialah sebagai berikut.

$$i = \frac{R}{k} = \frac{(15 \times 5) - (15 \times 1)}{5} = \frac{75 - 15}{5} = \frac{60}{5} = 12$$

Keterangan:

i : Lebar Interval

R : Jarak Pengukuran

k : Jumlah Interval

Dari perhitungan diatas, maka diperoleh lima kategori skor yang berkisar pada klasifikasi berikut:

- a. Sangat Tinggi = 63 - 74
- b. Tinggi = 51 - 62
- c. Cukup = 39 - 50
- d. Rendah = 27 - 38
- e. Sangat Rendah = 15 - 26

Data mengenai akumulasi variabel (Y) diambil dari jawaban responden atas pernyataan tentang minat berinvestasi, disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 4.37

Presentase Responden Berdasarkan Minat Berinvestasi

Kategori	Interval	Frekuensi	Presentase
Sangat Tinggi	63 – 74	24	24,8 %
Tinggi	51 – 62	63	64,9 %
Cukup	39 – 50	6	6,1 %
Rendah	27 – 38	3	3,1 %
Sangat Rendah	15 – 26	1	1,1 %
Jumlah		97	100,0 %

Berdasarkan perhitungan pada tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa minat berinvestasi yang diwakili oleh 97 responden berada pada kategori sangat tinggi dengan presentase 24,8 %, kemudian kategori tinggi sebesar 64,9 %, cukup hanya 6,1 %, sisanya kategori rendah 3,1 % dan sangat rendah 1,1 %. Hal ini mengungkapkan bahwa minat berinvestasi ada pada kategori tinggi dan juga tergolong sangat tinggi, karena presentase yang paling banyak terdapat pada kategori tinggi sebesar 64,9 %.

3. Pengujian Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel.

Hasil uji validitas dapat ada tabel dibawah ini:

Tabel. 4.38

Uji Validitas Variabel Efektivitas *Event* (X)

No	<i>Item</i>	Syarat R Tabel > 0,202	<i>Corrected item total correlation</i>	Keterangan
1.	Sarana Prasarana	r > 0,202	0,639	Valid
2.	Sarana Prasarana	r > 0,202	0,641	Valid
3.	Sarana Prasarana	r > 0,202	0,548	Valid
4.	SDM	r > 0,202	0,718	Valid
5.	SDM	r > 0,202	0,692	Valid
6.	SDM	r > 0,202	0,722	Valid
7.	Model Kegiatan	r > 0,202	0,592	Valid
8.	Model Kegiatan	r > 0,202	0,682	Valid
9.	Menarik	r > 0,202	0,601	Valid
10.	Menarik	r > 0,202	0,624	Valid
11.	Menarik	r > 0,202	0,603	Valid
12.	Sistematis	r > 0,202	0,497	Valid
13.	Sistematis	r > 0,202	0,000	Tidak Valid
14.	Sistematis	r > 0,202	0,568	Valid
15.	Efektif	r > 0,202	0,594	Valid

16.	Efektif	$r > 0,202$	0,000	Tidak Valid
17.	Efektif	$r > 0,202$	0,578	Valid

Sumber : Data Primer diolah 2019

Tabel. 4.39

Uji Validitas Variabel Minat Berinvestasi (Y)

No	Item	Syarat R Tabel $> 0,202$	<i>Corrected item total correlation</i>	Keterangan
1.	Manfaat Investasi	$r > 0,202$	0,668	Valid
2.	Manfaat Investasi	$r > 0,202$	0,747	Valid
3.	Manfaat Investasi	$r > 0,202$	0,694	Valid
4.	Modal Investasi Minimal	$r > 0,202$	0,735	Valid
5.	Modal Investasi Minimal	$r > 0,202$	0,622	Valid
6.	Modal Investasi Minimal	$r > 0,202$	0,667	Valid
7.	Motivasi	$r > 0,202$	0,557	Valid
8.	Motivasi	$r > 0,202$	0,455	Valid
9.	Motivasi	$r > 0,202$	0,675	Valid
10.	<i>Return</i>	$r > 0,202$	0,583	Valid
11.	<i>Return</i>	$r > 0,202$	0,728	Valid
12.	<i>Return</i>	$r > 0,202$	0,678	Valid

13.	Spiritual	$r > 0,202$	0,653	Valid
14.	Spiritual	$r > 0,202$	0,638	Valid
15.	Spiritual	$r > 0,202$	0,628	Valid

Sumber : Data Primer diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.38 dan tabel 4.39 dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan untuk mengukur kedua variabel efektivitas *event* dan minat berinvestasi menghasilkan nilai *Corrected Item Total Correlation* berada diatas 0,202. Hanya ada dua item yang tidak valid di variabel efektivitas *event*, sisa seluruh pertanyaan dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan keandalan alat ukur, seberapa jauh alat ukur yang dapat menghasilkan hasil yang kurang lebih sama ketika diterapkan pada sampel yang sama.⁶⁷ Reliabilitas dapat dilihat menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha*, jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$ maka pernyataan dapat dikatakan *reliable*. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel. 4.40

Uji Reliabilitas Efektivitas *Event* (X)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.906	17

Tabel. 4.41

⁶⁷ Sufren, *Mahir Menggunakan SPSS Secara Otodidak...*, h. 55

Uji Reliabilitas

Minat Berinvestasi

(Y)

Cronbach's Alpha	N of Items
.922	15

Berdasarkan tabel 4.40 dan tabel 4.41 dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan untuk mengukur kedua variabel efektivitas *event* dan minat berinvestasi menghasilkan nilai *Cronbach's Alpha* berada diatas $> 0,60$. Maka dapat disimpulkan seluruh pertanyaan ditanyakan *Reliable*.

4. Uji Asumsi Dasar

a. Uji Normalitas Data

Tabel 4.42

Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
S	N	97
	Normal Parameters ^a	
u	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.13250356
m	Most Extreme Differences	Absolute
		Positive
		Negative
b	Kolmogorov-Smirnov Z	1.066
	Asymp. Sig. (2-tailed)	.206
e	a. Test distribution is Normal.	
r		

Data Primer diolah 2019

Uji normalitas data untuk mengetahui data tiap variabel yang diperoleh tersebut normal atau tidak. Teknik yang digunakan untuk pengujian normalitas dan tiap variabel dalam penelitian ini adalah *Kolmogorov-Seminorv*. Dalam hal ini peneliti menggunakan $\alpha = 5\%$ atau 0.05. Dengan kaidah yang digunakan untuk menentukan normal tidaknya suatu data. Yang mana artinya jika nilai signifikansi $< \alpha$ maka data dinyatakan tidak normal. Sedangkan jika signifikansi $> \alpha$ maka data tersebut dapat dinyatakan normal. Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui nilai signifikansi 0,206 $>$ 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

a. Uji Linearitas

Metode linieritas digunakan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang kinear secara signifikan atau tidak. Jika nilai signifikansi (Sig), lebih kecil dari 0,05 maka tidak terdapat hubungan yang linear antara kedua variabel, dan sebaliknya jika nilai signifikansi (Sig), lebih besar dari 0,05 maka terdapat hubungan yang linear antara kedua variabel. Untuk melihat hasil linearitas data dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.43

Uji Linearitas Efektivitas *Event* (X)

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
minat berinvestasi *	Between Groups (Combined)	6850.637	28	244.666	16.012	.000

efektivitas event	Linearity	5360.781	1	5360.781	350.839	.000
	Deviation from Linearity	1489.856	27	55.180	3.611	.000
	Within Groups	1039.033	68	15.280		
Total	7889.670	96				

r : Data Sekunder 2019

Berdasarkan hasil uji linearitas dengan menggunakan *Test of Linierity* pada tabel 4.43 diatas menunjukkan nilai signifikan sebesar 0,000 artinya nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 atau $0,000 < 0,05$ maka efektivitas *event* dan minat berinvestasi tidak terdapat hubungan yang linear antara kedua variabel.

b. Uji Autokorelasi

Uji ini bertujuan untuk menguji suatu keadaan yang mana faktor pengganggu (*error term*) pada periode tertentu berkorelasi dengan faktor pengganggu di periode lain. Pendekatan yang digunakan adalah dengan uji Durbin-Watson. Dengan kriteria deteksi autokorelasi positif, jika $dw < dL$ maka terdapat autokorelasi positif. Begitu pula sebaliknya jika nilai $dw > dU$ maka tidak adanya autokorelasi yang positif. Dan pengujian yang tidak meyakinkan dengan kriteria $dL < dw < dU$. Metode regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi. Untuk melihat hasil linearitas data dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.44

U

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.824 ^a	.679	.676	5.15945	1.818

a. Predictors: (Constant), efektivitas event

b. Dependent Variable: minat berinvestasi

u

tokorelasi

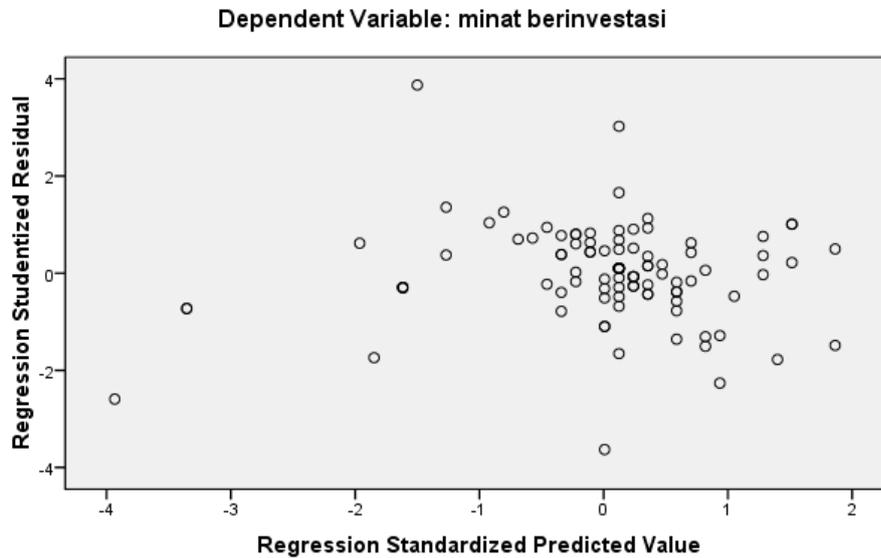
umber : Data Sekunder 2019

Berdasarkan tabel 4.44 diatas nilai dw sebesar 1,818 nilai dL dan nilai dU dari tabel Durbin Watson Statistik 5 % yakni dL sebesar 1,645 dan dU sebesar 1,687. Dapat diketahui bahwa nilai dw > dL dan dw > dU. Artinya tidak terdapat korelasi antara variabel pengganggu dalam model regresi dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi kesamaan varian dari faktor pengganggu pada data pengamatan yang satu ke data pengamatan yang lain untuk mendekati ada tidaknya heterokedastisitas dengan melihaat pola titik-titik pada *scalterplots* regresi. Jika titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi masalah heterokedastitas. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar di bawah ini.

Scatter **Gambar. 4.1**



Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar. 4.1 diatas, dapat diketahui bahwa titi-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. artinya tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi dalam penelitian ini.

5. Pengujian Hipotesis

a. Model Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). analisis ini untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan, data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio.

Tabel 4.45

Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.449	4.060		.357	.722
	efektivitas event	.866	.061	.824	14.191	.000

a. Dependent Variable: minat berinvestasi

: *Data Primer Diolah 2019*

Berdasarkan tabel diatas koefisien regresi yang dipeoleh dari analisis regresi pada tabel maka dapat disusun persamaan regresi linerar sederhana sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1x +ei$$

$$Y = 1,449 + 0,866$$

1. Nilai konstanta (β_0) sebesar 1,449 berarti jika tidak ada peningkatan dari Efektivitas *Event* maka Minat Berinvestasi 1,449.
2. Koefesien regresi Efektivitas *Event* (X) sebesar 0,866 artinya setiap peningkatan Efektivitas *Event* sebesar 0,866 maka akan menyebabkan kenaikan pada Minat Berinvestasi (Y) sebesar 0,866 (karena tanda positif).

b. Uji Parsial (Uji t)

Uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh Efektivitas *Event* terhadap Minat Masyarakat Berinvestasi di Pasar Modal Syariah. jika hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai signifikan (sig) < α (0,05) maka H_a diterima dan H_o ditolak. Sedangkan jika nilai signifikan (sig) > α (0,05) maka H_a ditolak dan H_o diterima. Berikut disajikan hasil dari penelitian untuk uji t.

Tabel 4.46

Hasil Uji Parsial (Uji t)

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1.449	4.060		.357	.722
	efektivitas event	.866	.061	.824	14.191	.000

a. Dependent Variable: minat berinvestasi

: *Data Primer Diolah 2019*

Berdasarkan hasil regresi yang terlihat pada tabel 4.46 dapat diketahui nilai signifikansi (0,000) < α (0,05), maka dapat disimpulkan bahwa H_a yang menyatakan Efektivitas *Event* berpengaruh signifikan terhadap Minat Berinvestasi diterima.

c. Koefisien Determinasi

Tabel 4.47

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.824 ^a	.679	.676	5.15945

a. Predictors: (Constant), efektivitas event

umber : Data Primer Diolah 2019

Dari tabel 4.47 diatas dapat diketahui R Square adalah sebesar 0,679 hal itu bearti interprestasi koefisien determinasi kuat. Jadi besarnya pengaruh Efektivitas *Event* terhadap Minat Berinvestasi 67,9 % sedangkan sisanya 32,1 % dipengaruhi oleh faktor lain.

C. Pembahasan

Hasil analisis yang telah dilakukan dengan analisis linear sederhana dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara efektivitas *event* Indonesia *Investment Festival* (Investival) BEI KP Bengkulu dalam meningkatkan minat masyarakat berinvestasi di pasar modal syariah.

Hasil tersebut juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan Siti Nurcahyani Abdussamad yang berjudul “ **Efektivitas *Event* Festival Pesona Saronde 2017 dan Terpaan Media Promosi Instagram terhadap Minat Berkunjung di Wisata Pulau Saronde Provinsi Gorontalo**”. Penelitian ini menyimpulkan bahwa apabila efektivitas *event* meningkat, maka minat berkunjung di pulau saronde provinsi Gorontalo juga akan meningkat. Demikian juga sebaliknya, jika efektivitas *event* menurun, maka minat berkunjung juga akan menurun.

Kemudian hasil ini juga sesuai dengan Penelitian yang dilakukan oleh Luke Lunhua Mao dari *University of New Mexico* dan James J. Zhang dari *University of Georgia* tahun 2013 yang berjudul ***Impact of Consumer Involvement, Emotions, and Attitude Toward Beijing Olympic Games on Branding Effectiveness of Event Sponsors***. Penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara sikap individu dengan merek sponsor acara, serta ditemukan bukti keterlibatan emosi dengan merek sponsor. Semakin terkenal merek sponsor tersebut semakin berpengaruh dengan sikap, emosi, dan konsumen pada suatu acara (*event*). Demikian juga dengan penelitian ini, suatu *event* berhasil mempengaruhi minat seseorang untuk berinvestasi.

Hasil yang didapatkan juga membuktikan bahwa salah satu cara komunikasi pemasaran dengan membuat suatu event yang berjalan efektif adalah penting. Karena menurut Rudy, efektivitas merupakan sesuatu yang dibuktikan dengan hasil yang dapat menimbulkan pengaruh pada suatu proses komunikasi. Dalam hal ini jika tingkah laku yang dilihat pada komunikasi telah sesuai dengan apa yang diinginkan, maka sang komunikator berhasil. Dan bersifat sebaliknya, jika efeknya tidak sesuai, dapat berarti komunikator belum berhasil memperoleh hasil yang diharapkan.⁶⁸

Dan bentuk dari efektivitas *event* yang diteliti pada penelitian ini menunjukkan keberhasilan yang mempengaruhi minat berinvestasi. Hal ini ditunjukkan dengan koefisien antara efektivitas *event* (X) dan minat

⁶⁸ T May Rudy, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat Internasional*, (Bandung: Refika Aditama, 2005), h. 74

berinvestasi (Y) bernilai 0,866 atau 86,6 %. Nilai yang cukup tinggi, ini membuktikan bahwa suatu minat yang timbul dari dalam diri seseorang untuk berinvestasi di pasar modal syariah dapat timbul dengan pemberian/penyelenggaraan suatu *event* dengan tingkat keefektivitasan yang tinggi. Nilai signifikansi $(0,000) < \alpha (0,05)$, maka dapat disimpulkan bahwa Efektivitas *Event* berpengaruh signifikan terhadap Minat Berinvestasi diterima.

Selain itu, hasil tersebut juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan Widiasta Adhi yang berjudul “Efektivitas Iklan Televisi “Yuk Nabung Saham” versi Putar Koin pada Masyarakat di Surabaya”. Penelitian ini menunjukkan program kerja Bursa Efek Indonesia (BEI) berjalan dengan efektif, terbukti dengan nilai objektivitas melebihi dari yang ditetapkan oleh perusahaan yakni 50%. Demikian juga dengan penelitian ini, *event* Investival dikatakan efektif atas keberhasilan *event* yang mempengaruhi minat berinvestasi.

Event Indonesia *Investment* Festival (Investival) yang diselenggarakan oleh Bursa Efek Indonesia (BEI) KP Bengkulu dapat dikatakan efektif dikarenakan dalam *event* tersebut banyak memberikan informasi terkait pasar modal/ pasar modal syariah yang juga menjadi tempat berlangsungnya *event* tersebut. Dengan beberapa persyaratan dan konsep yang dibuat untuk *event* tersebut para pengunjung kebanyakan memberikan pendapatnya bahwa *event* ini telah sukses menjadi sarana Literasi dan Edukasi pasar modal/ pasar

modal syariah untuk lebih meningkatkan minat masyarakat berinvestasi di pasar modal syariah.

elain faktor-faktor ketersediaan sarana dan prasarana, SDM yang baik, dan juga model kegiatan yang sistematis dan menarik *event* Indonesia *Investment Festival* (Investival) yang diadakan oleh BEI KP Bengkulu, hal yang menjadi faktor pendukung dikatakannya *event* tersebut efektif adalah dikarenakan banyak responden yang menyatakan bahwa *event* tersebut sangat bermutu dan bermanfaat dan 72,1 % efektivitas *event* dikategorikan baik dari 97 responden.

Tidak berbeda jauh dengan efektivitas *event*, minat berinvestasi dikategorikan tinggi dengan presentase 64,9 % dari 97 responden. Ini menunjukkan bahwa besar minat berinvestasi di pasar modal syariah yakni tinggi. Hasil ini sedikit berbeda dengan penelitian Laili Karima dari Universitas Islam Indonesia tahun 2018 yang berjudul **Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa untuk Melakukan Investasi di Pasar Modal Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia)**. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa indikator minat berinvestasi di studi kasus mahasiswa fakultas ekonomi tersebut, hanya manfaat investasi dan nilai spiritual yang berpengaruh positif. Sedangkan dalam penelitian ini, semua indikator minat berinvestasi berpengaruh positif.

Hal ini membuktikan bahwa tujuan dari komunikasi pemasaran, yang mana mengubah individu melalui tiga tahap dapat dikatakan berhasil.

Komunikasi pemasaran yang dilakukan dalam hal ini yaitu *event and experiences* membuat pengunjung mengalami tahap pengetahuan, yaitu dari yang sebelumnya belum mengetahui adanya wisata pulau Saronde kemudian setelah datang pada *event* Indonesia *Investment* Festival (Investival) berubah menjadi mendapatkan banyak pengetahuan yang lebih. Setelah itu tahapan kedua yakni perubahan sikap, atau pengunjung menjadi terpengaruh oleh informasi dan memutuskan untuk memilih untuk berinvestasi. Kemudian tahapan terakhir yaitu tahapan perubahan perilaku yang ditunjukkan agar pengunjung menjadi investor aktif.⁶⁹

Dengan adanya *event* Investival, minat berinvestasi bagi masyarakat menjadi meningkat. Hasil data koefisien antara variabel X dan Y adalah 67,9 %, yang mana nilai tersebut positif dan artinya berpengaruh signifikan dan pengaruhnya kuat.

⁶⁹Kennedy Jhon E & R Dermawan Soemanagara, *Marketing Commucation*, (Jakarta: PT. Bhuana Ilmu Popule, 2006), h. 63

BAB V

PUNUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari pengolahan dan analisis data dengan menggunakan regresi linear sederhana dengan alat bantu *software* SPSS maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Efektivitas *event* Indonesia *Investment* Festival (Investival) BEI KP Bengkulu dalam meningkatkan minat masyarakat berinvestasi mempunyai pengukuran efektif dengan nilai akumulasi data dari 97 responden sebesar 72,1 % dan nilai koefisien antara efektivitas *event* (X) dan minat berinvestasi (Y) bernilai 0,866 atau 86,6 %. Nilai yang tinggi, ini membuktikan bahwa suatu minat yang timbul dari dalam diri seseorang untuk berinvestasi di pasar modal syariah dapat timbul dengan pemberian/penyelenggaraan suatu *event* dengan tingkat keefektivitasan yang tinggi. Serta nilai signifikansi $(0,000) < \alpha (0,05)$, maka dapat disimpulkan bahwa Efektivitas *Event* berpengaruh signifikan terhadap Minat Berinvestasi.
2. Besarnya minat masyarakat untuk berinvestasi di pasar modal syariah nilai akumulasi data dikategorikan tinggi dengan presentase 64,9 % dari 97 responden dan nilai koefisien determinasi sebesar 0,679 atau 67,9 % sisanya sebesar 32,1 %. Ini menunjukkan minat berinvestasi setelah adanya *event* Indonesia *Investment* Festival (Investival) berpengaruh signifikan dan pengaruhnya kuat.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti maka dapat peneliti sarankan kepada pihak terkait diantaranya:

1. Bagi Bursa Efek Indonesia (BEI) KP Bengkulu agar berupaya dan meningkatkan *event* Investival selanjutnya lebih menarik lagi agar minat berinvestasi dapat ke semua elemen masyarakat di Bengkulu.
2. Pembahasan mengenai Efektivitas *Event* Indonesia *Investment* Festival (Investival) BEI KP Bengkulu dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Berinvestasi di Pasar Modal Syariah dalam skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Penyusun mengharapkan skripsi ini dapat digunakan sebagai kajian-kajian untuk peneliti berikutnya dan dapat melengkapi kekurangan yang berkaitan dengan lembaga non bank atau lembaga keuangan syariah.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Al Arif, M. Nur Rianto. *Pengantar Ekonomi Syariah Teori Dan Praktik*. Bandung: CV Pustaka Setia. 2015
- Ali, Muhammad. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Modern*. Jakarta: Pustaka Amani. 1990
- Aziz dkk, Musdalifah. *Manajemen Investasi Fundamental, Teknikal, Perilaku Investor dan Return Saham*. Yogyakarta: Deepublish. 2015
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Bandung: PT Syamil Cipta Media. 2005
- Diah Kusuma, Chusnu Syarifa. *Modul Manajemen Event*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta. 2016
- Fahmi, Irham. *Rahasia Saham dan Obligasi (Strategi Meraih Keuntungan Tak Terbatas Dalam Bermain Saham dan Obligasi)*. Jakarta Selatan : Alfabeta. 2013
- Ferdinand. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis Dan Desertasi*. Semarang: BP Undip. 2016
- Huda, Nurul dan Mustafa Edwin Nasution. *Investasi Pada Pasar Modal Syariah*. Jakarta: Prenada Media Group. 2008
- Kennedy, Jhon E & R Dermawan Soemanagara. *Marketing Commucation*. Jakarta: PT. Bhuana Ilmu Popule. 2006
- Pusat Pengkajian Hukum Islam dan Masyarakat Madani. Edisi Revisi *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah*. Jakarta: Kencana. 2009

- Kasmir. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana. 2004
- Tim Lintas Media. *Kamus Lengkap Idiom Inggris – Indonesia*. Jombang: Lintas Media.t.t.
- Nursanti, T Desy. *Strategi Terintegrasi Dalam Perencanaan SDM*. Yogyakarta: Amara Books. 2002
- Priyatno, Dwi. *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS*. Yogyakarta: CV Andi Offset. 2012
- Priyatno, Dwi. *Panduan Praktik Olah Data Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: CV Andi Offset. 2017
- Rudy, T May. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat Internasional*. Bandung: Refika Aditama. 2005
- Samsul, Mohamad. *Pasar Modal dan Manajemen Portifolio*. Surabaya: PT Gelora Aksara Pratama. 2015
- Sekaran, Uma. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis, Edisi Keempat*. Jakarta: Salemba Empat. 2009
- Sufren. *Mahir Menggunakan SPSS Secara Otodidak*. Jakarta: PT Elek Media Komputindo. 2013
- Sugiyono. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta. 2014
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2011
- Siregar, Syofian. *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana. 2017

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D.* (Bandung. Alfabeta. 2018

Usman, Husaini dan Purnomo Setiady Akbar. *Metediologi Penelitian Sosial.* Jakarta: PT Bumi Aksara. 2003

Widianto, Mika Agus. *Statistika Terapan Dan Aplikasi SPSS.* Jakarta : PT Alex Media Koputindo. 2013

Yusuf, Muri. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan.* Jakarta: Kencana, 2014

Yustati, Herlina dan Asnaini. *Lembaga Keuangan Syariah Teori dan Praktiknya Di Indonesia.* Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2017

Skripsi dan Jurnal

Abdussamad, Siti Nurcahyani. “*Efektivitas Event Festival Pesona Saronde 2017 dan Terpaan media Promosi Instragram terhadap Minat Berkunjung di Wisata Pulau Saronde Provinsi Gorontalo.*” Yogyakarta : Skripsi Sarjana, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya. 2018

Adhi, Widiasta. “Efektivitas Iklan Televisis “Yuk Nabung Saham” versi Putar Koin pada Masyarakat di Surabaya,” *Jurnal E-Komunikasi*, VI (tahun 2018)

Gumay, Septa Darma. “*Efetivitas Penggunaan Media Cyber Pedoman Bengkulu dalam Mempromosikan Produk Elektronik Tinjauan Ekonomi Islam.*” Bengkulu: Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. 2019

Hidayah, Astika Nuruk dan Ika Ariani Kartini, “Peranan Bank Syariah Dalam Pendidikan dan Edukasi Masyarakat Tentang Kemanfaatan Produk Dzon

Jasa Perbankan Syariah.” *Jurnal Kosmik Hukum* Vol.16 No. 1 Januari 2016

Karima, Laili. “*Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Untuk Melakukan Investasi di Pasar Modal Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia)*”, Yogyakarta: Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi. 2018

L. Mao, Luke dan James J. Zhang. “Impact of Consumer Involvement, Emotions, and Attitude Toward Beijing Olympic Games on Branding Effectiveness of Event Sponsors,” *Sport, Business and Management An International Journal*, Vol. III No. III (Juli 2013)

Perdiwi, Mayda dan Sandi Eka Suprajang. “Efektivitas *Event Sampling* Susu Entrasol terhadap Peningkatan Pembeli Susu (Studi Kasus Pada PT. Kalbe Nutritionals)”, *Jurnal Riset Mahasiswa Ekonomi (RITMIK)*, Vo.3 No.1 (2016)

Putri, Narda Nadia dkk. “Efektivitas Atmosphere dan Event Marketing terhadap Keputusan Pembelian yang Dimediasi oleh Minat Beli pada Konsumen Tembi Rumah Budaya Yogyakarta”, *Journal of Management*, vol. 02 No. 02 (Maret 2016)

Susilowati, Yuliana. “*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Akutansi Syariah untuk Berinvestasi di Pasar Modal Syariah.*” Surakarta: Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. 2017

Internet

<https://www.idx.co.id/tentang-bei/sejarah-dan-milestone/> diakses pada hari

Minggu, tanggal 29 Oktober, pukul 08.23 WIB

<https://www.idx.co.id/tentang-bei/transaksi-sesuai-syariah/> diakses