

**ANALISIS PEMASARAN PRODUK SAHAM SYARIAH
PADA BURSA EFEK INDONESIA DI KOTA MAKASSAR**



SKRIPSI

Diajukan Untuk memenuhi Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Syari'ah (SH) Pada Program Studi
Hukum Ekonomi Syari'ah Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Makassar

Oleh

**FITRIANA
10525020314**

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
1439 H/2018 M**



**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Kantor : Jl. Sultan Alauddin, Gedung Iqra, Lt. 4 II/17/Fax/Tel. (0411) 851914 Makassar 90223

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi saudara Fitriana, NIM. 105 25 0203 14 yang berjudul “**Analisis Pemasaran Produk Saham Syariah Pada Bursa Efek Indonesia Di Kota Makassar**” telah diujikan pada hari Kamis 4 Dzulhijjah 1439 H / 16 Agustus 2018 M, dihadapan tim penguji dan dinyatakan telah dapat diterima dan disahkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 04 Dzulhijjah 1439 H
16 Agustus 2018 M

Dewan Penguji,

Ketua : Dr. Agussalim Harrang, S.E., M.M.

Sekretaris : Hasanuddin, S.E.Sy., M.E

Anggota : Sitti Marhumi, S.E., M.M

Siti Walidah Mustamin, S.Pd., M,Si

Pembimbing I : Dr. Agussalim Harrang, SE,MM

Pembimbing II : Drs. Haery Mogat,MM

Disahkan Oleh :
Dekan FAI Unismuh Makassar

Drs. H. Mawardi Pewangi, M.Pd.I
NBM :554 612



**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Kantor : Jl. Sultan Alauddin, Gedung Iqra, Lt. 4 II/17/Fax/Tel. (0411) 851914 Makassar 90223

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA MUNAQASYAH

Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar telah mengadakan sidang Munaqasyah pada :

Hari / Tanggal : Kamis, 16 Agustus 2018

Tempat : Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar Jl. Sultan Alauddin No. 259 Makassar Gedung Iqra Lantai 4 Fakultas Agama Islam.

MEMUTUSKAN

Bahwa Saudara

Nama : **FITRIANA**

NIM : **105 25 0203 14**

Judul Skripsi : **ANALISIS PEMASARAN PRODUK SAHAM SYARIAH PADA BURSA EFEK INDONESIA DI KOTA MAKASSAR**

Dinyatakan : **LULUS**

Ketua

Drs. H. Mawardi Pewarti, M.Pd.I
NMN: 554 612

Sekretaris

Dra. Mustahidang Usman, M. Si
NIDN:0917106101

Dewan Penguji:

1. Dr. Agussalim Harrang, S.E., M.M.
2. Hasanuddin, S.E.Sy., M.E
3. Sitti Marhumi, S.E., M.M
4. Siti Walidah Mustamin, S.Pd., M,Si

Disahkan Oleh :

Dekan FAI Unismuh Makassar

Drs. H. Mawardi Pewarti, M.Pd.I
NBM :554612



FAKULTAS AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Jl. Sultan Alauddin II/ 17 Fax Telp. (0411) - 851 914

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Fitriana
Nim : 105 25 020314
Fakultas/Jurusan : Agama Islam/ Hukum Ekonomi Syariah
Alamat/Telp/Hp : Jl.Faisal XV No.49 / 082393527502
Judul Skripsi : **"Analisis Pemasaran Produk Saham Syariah Pada Bursa Efek Indonesia Makassar"**.

Setelah dengan seksama memeriksa dan meneliti, maka skripsi ini dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diajukan didepan tim penguji ujian skripsi pada Prodi Pendidikan Agama Islam Fakultas Hukum Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 07 Dzulqaidah 1439 H
20 Juli 2018 M

Disetujui,

Pembimbing I

Dr. Agussalim Harrang, SE, MM.
NIDN: 0911115701

Pembimbing II

Drs. Haery Mogat, MM.
NIDN: 09011116901



**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Kantor : Jl. Sultan Alauddin, Gedung Iqra, Lt. 4 II/17/Fax/Tel. (0411) 851914 Makassar 90223

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Fitriana
NIM : 10525020314
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah
Fakultas : Agama Islam
Kelas : A

Dengan ini menyatakan hal sebagai berikut :

1. Mulai dari penyusunan proposal sampai selesai penyusunan skripsi ini, saya menyusun sendiri skripsi saya (tidak dibuatkan oleh siapapun)
2. Saya tidak melakukan penjiplakan (Plagiat) dalam penyusunan skripsi.
3. Apabila saya melanggar perjanjian pada butir 1, 2, dan 3 saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.

Demikian perjanjian ini saya buat dengan penuh kesadaran.

Makassar, 04 Dzulhijjah 1439 H
16 Agustus 2018 M

Yang Membuat Pernyataan,



Fitriana
NIM. 10525020314

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“ Janganlah berfikir Bagaimana Anda Bisa Merubah Orang Lain Sebab Anda Tidak Akan Pernah Bisa Merubahnya, Tapi Berfikirlah Bagaimana Anda Bisa Merubah Diri Sendiri Untuk Mengarahkan Orang Lain ke Arah Yang Lebih Baik ”

“ Bertanggung Jawab dan Berfikir Positif Pada Diri Anda Kemudian Bertanggung Jawab dan Berfikir Positif Pada Orang Lain ”

“ Berproseslah Maka Anda Akan Mendapatkan Hasil, Karena Hasil yang Luar Biasa Akan di dapatkan Melalui Proses yang Luar Biasa ”

Skripsi ini kupersembahkan untuk :

- ***Ayah dan Ibu tercinta sebagai tanda terima kasihku atas setiap doa dan dukungannya.***
- ***Keluarga, Saudara/i ku dan Teman-teman tercinta***
- ***Almamater Kampus yang kuanggakan***

ABSTRAK

FITRIANA.10525020314.2018. Analisis Pemasaran Produk Saham Syariah Pada Bursa Efek Indonesia Makassar. Dibimbing oleh Agussalim Harrang dan Haery Mogat.

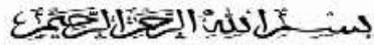
Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pemasaran produk saham syariah pada Bursa Efek Indonesia Makassar.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bertujuan mengetahui bagaimana pemasaran produk saham syariah di Galeri Investasi Saham Syariah Bursa Efek Indonesia Makassar. Penelitian ini dilaksanakan di kota Makassar yang berlangsung mulai dari Mei sampai Juli 2018. Teknik pengumpulan data dilakukan secara observasi, wawancara dan data dokumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa memasarkan saham syariah bisa dilakukan dengan sosialisasi dengan masyarakat, memilih saham itu ada dua macam yaitu fundamental dan teknikal, pada dasarnya saham syariah itu memiliki pengertian yang sama dengan saham konvensional yakni dimana surat berharga yang menunjukkan bagian kepemilikan atas suatu perusahaan, perbedaannya adalah saham syariah berbasis pada prinsip syariah, maka setiap hal yang berkaitan dengan saham itu, tidak boleh bertentangan dengan prinsip syariah.

Kata Kunci : Produk, Saham Syariah,

KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirabbilalamin, puji dan syukur senantiasa teriring dalam setiap hela nafas atas kehadiran Allah Swt, serta salam dan shalawat tercurah kepada kekasih Allah, Nabiullah Muhammad Saw, para sahabat dan keluarganya serta ummat yang senantiasa istiqomah dijalan-Nya.

Tiada jalan tanpa perjuangan, tiada puncak tanpa tanjakan. Tiada kesuksesan tanpa perjuangan, dengan kesungguhan dan keyakinan untuk terus melangkah, akhirnya sampai dititik akhir penyelesaian skripsi ini. Namun, semua tak lepas dari uluran tangan berbagai pihak lewat dukungan, arahan, bimbingan, serta bantuan moril dan materil.

Segala usaha dan upaya dilakukan oleh penulis dalam rangka menyelesaikan skripsi ini dengan semaksimal mungkin. Namun, penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan sehingga masih jauh dari kesempurnaan. Akan tetapi, penulis tidak pernah menyerah dan yakin ada Allah Swt yang selalu memberikan pertolongan bagi hamba-Nya yang bersungguh-sungguh. Dan tak lupa saya ucapkan banyak terimah kasih banyak kepada Kedua orang tua tercinta, tiada henti-hentinya mendoakan, memberi dorongan moril maupun materi selama menempuh Pendidikan. Semua itu tak lepas dari kasih sayang,

jerih payah, cucuran keringat, dan doa-doa yang tiada putus-putusnya buat penulis.

Maka melalui kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. H. Abd. Rahman Rahim, SE, MM, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Bapak Dr. H. Mawardi Pewangi, M.Pd.I, selaku Dekan Fakultas Agama Islam.
3. Bapak Dr. Ir. H. Muchlis Mappangaja, MP, selaku ketua Prodi Hukum Ekonomi Syariah.
4. Bapak Dr. H. Agussalim Harrang, S.E., MM dan bapak Drs. Haery Mogat, MM, selaku pembimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak/Ibu dosen beserta para Staf Administrasi Universitas Muhammadiyah Makassar, khususnya Fakultas Agama Islam yang telah banyak meluangkan ilmunya kepada kami.
6. Seluruh teman-teman di Fakultas Agama Islam khususnya di Jurusan Hukum Ekonomi Syariah angkatan 2014 A yang selalu setia Bersama-sama dan member dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu yang telah banyak membantu dan memebrikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis senantiasa mengharapkan kritikan dan saran dari berbagai pihak yang sifatnya membangun. Karena penulis yakin bahwa suatu persoalan tidak akan berarti sama sekali tanpa adanya kritikan. Mudah-mudahan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca, terutama bagi diri saya pribadi.

Akhirnya, kepada Allah Swt penulis memohon agar semua pihak yang telah memberikan bantuan dalam penyelesaian skripsi ini senantiasa dalam lindungan-Nya. Amin.

Makassar, 07 Dzulqaidah 1439 H
20 Juli 2018 M

Penulis

FITRIANA

DAFTAR IS

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
BERITA ACARA MUNAQASYAH.....	v
LEMBAR KEASLIAN SKRIPSI	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN TEORITIS	
A. Kajian Teori	8
1. Pengertian Pemasaran.....	8
2. Bauran Pemasaran	10
3. Pengertian Pasar Modal.....	15
4. Pelaku Pasar Modal Syariah	18
5. Produk-Produk Pasar Modal Syariah	18
6. Manfaat Keberadaan Pasar Modal.....	24
7. Pasar Modal Syariah Internasional	25

8. Integrasi Pasar Modal Syariah Internasional	25
9. Bursa Efek	27
B. Kerangka Pikir	30
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	31
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	32
C. Fokus dan Deskripsi Penelitian	32
D. Sumber Data	33
E. Instrumen Penelitian	33
F. Teknik Pengumpulan Data	34
G. Metode Analisis	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	38
1. Sejarah Bursa Efek Indonesia Makassar	38
2. Visi dan Misi	41
3. Struktur Organisasi	42
B. Hasil Penelitian dan Pembahasan	52
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	63
B. Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam perekonomian modern dan era globalisasi saat ini pasar modal di suatu negara sering kali di jadikan sebagai tolak ukur kemajuan perekonomian suatu negara. Pasar modal merupakan sarana investasi yang efektif untuk mempercepat pembangunan suatu negara. Hal ini dimungkinkan karena pasar modal merupakan wahana yang dapat menggalang pengerahan dana jangka panjang dari masyarakat untuk disalurkan ke subsektor-subsektor yang produktif.

Di pasar modal syariah tidak ada fasilitas perdagangan margin karena investor hanya boleh bertransaksi sebesar dana yang dimilikinya. Dana investor pun hanya diinvestasikan di saham yang perusahaan atau emitennya memenuhi ketentuan syariah atau halal. Tidak dapat perbedaan fisik antara saham syariah dengan saham non syariah. Tetapi, saham sebagai bukti kepemilikan perusahaan dapat dibedakan menurut kegiatan usaha dan tujuan pembelinya.

Saham menjadi halal jika sahamnya dikeluarkan oleh perusahaan yang kegiatan usahanya bergerak dibidang usaha halal dan niat membeli sahamnya untuk tujuan investasi, bukan untuk spekulasi. Karena, niat membeli saham untuk berinvestasi, maka niat berinvestasinya tidak untuk tujuan mencari keuntungan dalam jangka pendek dan tidak berorientasi

untuk mendapatkan capital gain atau keuntungan dari selisih harga saham.

Keberadaan pasar modal syariah ini menarik bagi investor yang mengutamakan kehalalan investasi. Keraguan masyarakat pasar modal pun telah terjawab. Pemerintah melalui Bursa Efek Indonesia telah memastikan instrumen pasar modal syariah yang halal dan tidak bertentangan dengan ajaran islam. Bahkan, pada Mei lalu keluar fatwa DSN-MUI nomor 80 tahun 2011 tentang penerapan syariah di pasar modal dan Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI).

Pasar modal syariah sangat potensial untuk tumbuh dan berkembang di Indonesia. disamping kebal krisis, pasar modal syariah juga memberikan imbalan bagi hasil yang menjanjikan dan lebih menguntungkan ketimbang produk investasi konvensional lainnya.pasarnya masih sangat terbuka untuk tumbuh dan berkembang. Karena kebanyakan masyarakat di indonesia adalah religius tentu akan menjadi pasar yang sangat terbuka bagi instrumen investasi syariah termasuk pasar modal syariah.salah satu instrumen pasar modal syariah yang prospektif adalah sukuk. Sukuk merupakan surat berharga negara yang diterbitkan sebagai bukti atas bagian pernyataan terhadap asset Surat Berharga Syariah Negara, baik dalam mata uang rupiah maupun valuta asing. Hingga Mei 2010 tercatat ada 15 perusahaan yang mengeluarkan Sukuk di Indonesia dengan 22 emisi. Nilai transaksinya sudah mencapai Rp 5,3 triliun. Imbal bagi hasil yang ditawarkan Sukuk

pun lumayan tinggi. Nilainya berkisar antara 11,8-12 persen per tahun atau melebihi bunga deposito perbankan yang berkisar antara 6-8 persen. Dalam Islam investasi merupakan kegiatan muamalah yang sangat dianjurkan, karena dengan berinvestasi harta yang dimiliki menjadi produktif dan juga mendatangkan manfaat bagi orang lain.

Dalam pasar modal, sangat erat hubungannya jika dikaitkan dengan adanya bursa efek. Bursa efek adalah organisasi formal, telah disahkan dan diatur oleh sekuritas and *Exchange Commisison*. Bursa efek terdiri dari sejumlah anggota yang menggunakan fasilitas bursa untuk melakukan transaksi atas sejumlah saham tertentu. Saham yang diperdagangkan pada bursa efek disebut saham terdaftar. Untuk memperoleh hak transaksi pada lantai bursa, perusahaan atau perorangan harus membeli kursi pada bursa, yaitu mereka menjadi anggota dapat bertransaksi mewakili dirinya sendiri atau atas nama klien. Jika ia bertindak mewakili klien maka disebut sebagai pialang.

Banyak pilihan orang untuk menanamkan modalnya dalam bentuk investasi. Salah satu bentuk adalah menanamkan hartanya di pasar modal. Pasar modal pada dasarnya merupakan pasar untuk berbagai instrumen keuangan atau surat-surat berharga jangka panjang yang bisa diperjualbelikan, baik dalam bentuk utang maupun modal sendiri.

Selain itu saham diperluakan mekanisme transaksi dalam membentuk pasar modal syariah antara lain, semua saham harus diperjualbelikan pada bursa efek, bursa perlu mempersiapkan pasca

perdagangan dimana saham dapat diperjualbelikan melalui pialang. Semua perusahaan yang mempunyai saham yang dapat diperjualbelikan di Bursa efek diminta menyampaikan informasi tentang perhitungan (*account*) keuntungan dan kerugian serta neraca keuntungan kepada komite manajemen bursa efek, dengan jarak tidak lebih dari 3 bulan. Komite manajemen menerapkan harga saham tertinggi(HST) tiap-tiap perusahaan dengan interval tidak lebih dari 3 bulan sekali, saham tidak boleh diperjualbelikan dengan harga lebih tinggi dari HST tetapi boleh dibawahnya. Komite manajemen harus memastikan bahwa semua perusahaan yang terlibat dalam efek itu mengikuti standar akuntansi syariah. Perdagangan saham hanya berlangsung dalam satu minggu periode perdagangan setelah menentukan HST dan hanya dapat melibatkan saham baru dalam periode perdagangan dan dengan harga HST.

Berkembang pesatnya kegiatan ekonomi keuangan yang menggunakan prinsip syariah telah banyak pihak untuk mengetahui lebih dalam ekonomi keuangan syariah, bukan saja dari sisi manajemen bisnis dan ekonominya, namun terlebih lagi dari sisi landasan fikih, analisis fikih, dan penerapan fikih dalam kegiatan ekonomi keuangan tersebut. Salah satu kegiatan tersebut yakni menanamkan modalnya dalam bentuk investasi. Salah satu bentuk investasi adalah menanamkan hartanya di pasar modal syariah.

Instrumen pasar modal merupakan semua surat berharga diperdagangkan di bursa. Instrumen pasar modal pada umumnya bersifat jangka panjang, sehingga yang dipasarkan dalam pasar modal yaitu saham, obligasi, dan sertifikat.

Saham merupakan komoditi investasi yang menarik dan menjanjikan keuntungan di masa yang akan datang. Namun berinvestasi dalam saham mengandung unsur resiko, karena sangat peka terhadap perubahan-perubahan yang terjadi baik perubahan di bidang politik, ekonomi, moneter, undang-undang, kebijakan fiskal, maupun perubahan-perubahan yang terjadi dalam industri emiten itu sendiri.

Harga saham mencerminkan indikator adanya keberhasilan dalam mengelola perusahaan. Jika harga saham suatu perusahaan selalu mengalami kenaikan, maka investor atau calon investor menilai bahwa perusahaan berhasil mengelola usahanya. Kepercayaan investor atau calon investor sangat bermanfaat bagi emiten, karena semakin banyak orang yang percaya terhadap emiten maka keinginan untuk berinvestasi pada emiten semakin kuat. Semakin banyak permintaan terhadap saham suatu emiten maka dapat menaikkan harga saham tersebut. Jika harga saham yang sangat tinggi dapat dipertahankan maka kepercayaan investor/calon investor terhadap emiten juga semakin tinggi dan hal ini menaikkan nilai emiten. Sebaliknya jika harga saham mengalami penurunan terus-menerus berarti pula akan menurunkan nilai emiten dimata investor/calon investor. Salah satu dalam menganalisis harga

saham adalah dengan menganalisis ratio. Analisis ratio merupakan alat yang membantu kita untuk menganalisis laporan keuangan perusahaan sehingga kita dapat mengetahui kekuatan dan kelemahan suatu perusahaan.

Di dalam Undang-Undang Pasar Modal No.8 Tahun 1995, pengertian BEI atau pasar modal dijelaskan lebih spesifik sebagai kegiatan yang bersangkutan dengan penawaran umum dan perdagangan efek, perusahaan publik yang berkaitan dengan efek yang diterbitkannya, serta lembaga dan profesi yang berkaitan dengan efek. Bursa Efek Indonesia merupakan pasar untuk berbagai instrumen keuangan jangka panjang yang diperjualbelikan.

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas, penulis menetapkan judul penelitian ini “**Analisis Pemasaran Produk Saham Syariah Pada Bursa Efek Indonesia Makassar**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka Rumusan Masalah ini adalah “Bagaimana pemasaran produk saham syariah pada Bursa Efek Indonesia Makassar ?”

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka Tujuan Penelitian ini adalah sebagai berikut:

Untuk mengetahui Bagaimana pemasaran produk saham syariah pada Bursa Efek Indonesia Makassar .

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini kita dapat menambah pengetahuan dan pengalaman dalam menulis penelitian agar kita dapat mengembangkan ilmu yang kita peroleh selama mengikuti perkuliahan di Fakultas Agama Islam, Jurusan Hukum Ekonomi Syariah, selain itu penulis dapat membandingkan antara teori dan praktek yang terjadi di lapangan, Penelitian merupakan syarat yang wajib bagi penulis dalam menyelesaikan studi, maka penulis mengadakan penelitian ini dan hasilnya diharapkan mampu memberikan informasi bagi pihak yang terkait dapat menentukan kebijakan yang tepat.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi perusahaan, peneliti ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan.
- b. Bagi penulis, sebagai sarana penerapan ilmu pengetahuan dan tambahan wawasan mengenai pemasaran produk pasar modal.
- c. Bagi pembaca, diharapkan mampu memberikan referensi bagi pembaca dan berguna untuk penelitian serupa dimasa yang akan datang.

BAB II

TINJAUAN TEORITIS

A. Kajian Teori

1. Pengertian Pemasaran

Kebanyakan orang beranggapan bahwa pemasaran hanyalah menjual dan menginklankan. Sesungguhnya penjualan dan iklan hanyalah puncak dari pemasaran. Saat ini pemasaran harus dipahami tidak dalam pemahaman kuno sebagai membuat penjualan, tetapi dalam pemahaman modern yaitu memuaskan kebutuhan pelanggan. Bila pemasar memahami kebutuhan pelanggan, mengembangkan produk dan jasa yang menyediakan nilai yang unggul bagi pelanggan, menetapkan harga, mendistribusikan, dan mempromosikan produk dan jasa itu secara efektif, maka produk dan jasa itu akan mudah untuk dijual.

Tujuan pemasaran adalah membuat penjualan tidak diperlukan lagi. Penjualan dan iklan hanyalah bagian dari bauran pemasaran yang lebih besar seperangkat sarana pemasaran yang bekerjasama untuk memuaskan pelanggan dan menciptakan hubungan dengan pelanggan. Disebagian besar masyarakat, pemasaran sering diartikan sebagai proses penjualan barang dan jasa, tetapi apabila dilihat lebih mendalam pengertian pemasaran mempunyai aspek yang lebih luas daripada pengertian tersebut. Didefinisikan secara luas, pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana pribadi atau organisasi memperoleh apa

yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran nilai dengan yang lain. Dalam konteks tersebut bisnis yang lebih sempit, pemasaran mencakup menciptakan hubungan pertukaran muatan nilai dengan pelanggan yang menguntungkan. Berikut ini adalah pendapat ahli tentang pengertian pemasaran yaitu :

Pemasaran (*marketing*) menurut Kotler dan Armstrong yaitu sebagai proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dengan tujuan untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya¹.

Pemasaran, menurut Daryanto adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain.²

Pemasaran, menurut Tjiptono adalah fungsi yang memiliki kontak yang paling besar dengan lingkungan eksternal, padahal perusahaan hanya memiliki kendali yang terbatas terhadap lingkungan eksternal. Oleh karena itu, pemasaran memainkan peranan penting dalam pengembangan strategi.³

Manajemen pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan pemikiran, penetapan harga, promosi, serta penyaluran

¹ Kotler dan Armstrong, Prinsip-prinsip Pemasaran, (Jakarta :Erlangga,2008,h. 6.

²Daryanto,Sari Kuliah Manajemen Pemasaran,(Bandung:PT Sarana Tutorial Nuraini Sejahtera,2011), h. 1.

³Tjiptono,Pemasaran Strategi,(Yogyakarta:Andi,2008), h.5.

gagasan, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memenuhi sarana-sarana individu dan organisasi.

Defenisi pemasaran yang dikemukakan oleh para ahli tersebut dapat diketahui bahwa pemasaran merupakan suatu sistem dari kegiatan bisnis yang saling berhubungan dan ditujukan untuk merencanakan, mendistribusikan dan mempromosikan barang dan jasa yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.

2. Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkannya di pasar sasaran (Kotler dan Armstrong). Bauran pemasaran terdiri dari semua hal yang dapat dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan produknya. Bauran pemasaran merupakan inti dari suatu system pemasaran. Analisis terhadap bauran pemasaran sangat penting untuk dapat menyesuaikan keinginan pasar dengan produk yang akan dijual. Berbagai keinginan ini dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok variabel yang disebut 4P yaitu :⁴

1. Produk (*Product*)

Produk merupakan alat bauran pemasaran yang paling mendasar yang terdiri dari keanekaragaman produk, kualitas, desain, bentuk, merek, kemasan, pelayanan, jaminan dan pengembalian atau juga merupakan

⁴Kotler dan Armstrong, Prinsip-prinsip Pemasaran, (Jakarta: Erlangga, 2008), h. 62.

kebutuhan dan keinginan pembeli. Produk merupakan elemen penting sebuah program pemasaran. Strategi pemasaran dapat mempengaruhi strategi pemasaran lainnya. Pembelian sebuah produk bukan hanya sekedar untuk memiliki produk tersebut tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Produk menurut Kotler dan Armstrong ialah “kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pasar sasaran.” Sedangkan menurut Tjiptono produk ialah “segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan”.⁵

Produk harus dipandang sebagai pemecah masalah jika mereka dibeli karena manfaat yang dihasilkannya, bukan karena produk semata. Produk meliputi lebih dari sekedar barang berwujud. Dalam definisi secara luas, produk meliputi objek secara fisik, jasa, orang, tempat, organisasi, dan ide.

Secara konseptual, produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar. Selain itu, produk dapat pula didefinisikan sebagai

⁵Tjiptono, Pemasaran Strategi, (Yogyakarta: Andi, 2008), h.95.

persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksinya.

Menurut Tjiptono, dalam merencanakan penawaran atau produk, pemasar perlu memahami lima (5) tingkat produk diantaranya :⁶

- a) Produk utama/inti (*core benefit*), yaitu manfaat yang sebenarnya dibutuhkan dan akan dikonsumsi oleh pelanggan dari setiap produk.
- b) Produk generik, yaitu produk dasar yang mampu memenuhi fungsi produk yang paling dasar (rancangan produk minimal agar dapat berfungsi).
- c) Produk harapan (*expected product*), yaitu produk formal yang ditawarkan dengan berbagai atribut dan kondisinya secara normal (layak) diharapkan dan disepakati untuk dibeli.
- d) Produk pelengkap (*augmented product*), yaitu berbagai atribut produk yang dilengkapi atau ditambah berbagai manfaat dan layanan, sehingga dapat memberikan tambahan kepuasan dan bisa dibedakan dengan produk pesaing.
- e) Produk potensial, yaitu segala macam tambahan dan perubahan yang mungkin dikembangkan untuk suatu produk di masa mendatang.

⁶Tjiptono, Pemasaran Strategi, (Yogyakarta: Andi, 2008), h. 96.

Menurut Daryanto klasifikasi produk terdiri atas :⁷

- a. Produk konsumen, adalah produk yang dibeli oleh konsumen akhir untuk konsumsi pribadi.
- b. Produk belanjaan (*shopping product*), produk kelompok ini biasanya dibeli konsumen setelah mereka membandingkan, baik harga, kualitas maupun spesifikasi lainnya dari pedagang lainnya.
- c. Produk khusus (*specialty products*), adalah kelompok produk yang memiliki karakteristik istimewa atau unik sehingga pelanggan mau memayarnya dengan harga tinggi dan rela mengorbankan waktu dan tenaga untuk memperolehnya.
- d. Produk yang tidak dicari (*unsought products*), adalah produk yang keberadaanya dan juga kemamfaatannya tidak banyak diketahui oleh konsumen.

2. Harga (*price*)

Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Dari sudut pandang pemasaran, harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa.

Menurut Kotler dan Armstrong, harga adalah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk. Jumlah uang yang

⁷Daryanto, Sari Kuliah Manajemen Pemasaran, (Jakarta: PT Sarana Tutorial Nuraini Sejahtera, 2008), h.50

dibayarkan pelanggan untuk produk tertentu atau juga dapat dikatakan merupakan biaya pembeli, harga harus sebanding dengan penawaran nilai kepada pelanggan. Tujuan perusahaan melalui penetapan harga memiliki enam tujuan yaitu :⁸

- a) Bertahan hidup.
- b) Maksimalisasi laba jangka pendek.
- c) Memaksimalkan pendapatan jangka pendek.
- d) Pertumbuhan penjualan maksimum.
- e) Menyaring pasar secara maksimum.
- f) Unggul dalam suatu produk.

3.Promosi (*promotion*)

Promosi adalah komunikasi yang meliputi kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan dan mempromosikan produknya kepada pasar sasaran.

Menurut Kotler dan Armstrong, promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.⁹

⁸Kotler,Armstrong,Prinsip-prinsip Pemasaran,(Jakarta:Erlangga.2008),h. 63.

⁹Ibid, h. 219

4. Tempat/Distribusi (*place*)

Distribusi merupakan kegiatan penyimpanan produk dari produsen sampai ke konsumen pada waktu yang tepat. Menurut Philip Kotler, distribusi adalah berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk membuat produknya mudah diperoleh dan tersedia untuk konsumen sasaran.

Ada tiga aspek pokok yang berkaitan dengan keputusan-keputusan tentang tempat/distribusi, yaitu:

- a) Sistem transportasi perusahaan
- b) Sistem penyimpanan
- c) Pemilihan saluran distribusi.

3. Pengertian Pasar Modal

a. Pasar Modal

Pasar modal pada hakikatnya adalah pasar yang tidak berbeda jauh dengan pasar tradisional yang selama ini kita kenal, dimana ada pedagang, pembeli, dan juga tawar-menawar harga. Pasar modal dapat juga diartikan sebagai sebuah wahana yang mempertemukan pihak yang membutuhkan dana (emiten) dengan pihak yang menyediakan dana (investor) sesuai dengan aturan yang ditetapkan oleh lembaga dan profesi yang berkaitan dengan sekuritas.

Menurut Martalena dan Malinda menyatakan pasar modal terdiri dari kata pasar dan modal. Jadi, pasar modal dapat didefinisikan sebagai

tempat bertemunya permintaan dan penawaran terhadap modal, baik dalam bentuk ekuitas maupun hutang jangka panjang.

Menurut Tandelilin pasar modal adalah pasar untuk di perjualbelikan sekuritas yang umumnya memiliki periode lebih dari satu tahun, misalnya saham dan obligasi.

b. Pasar Modal Syariah

Pasar modal syariah merupakan kegiatan yang bersangkutan dengan penawaran umum dan perdagangan efek, perusahaan publik yang berkaitan dengan efek yang diterbitkannya, serta lembaga dan profesi yang berkaitan dengan efek yang dijalankan berdasarkan prinsip syariah.

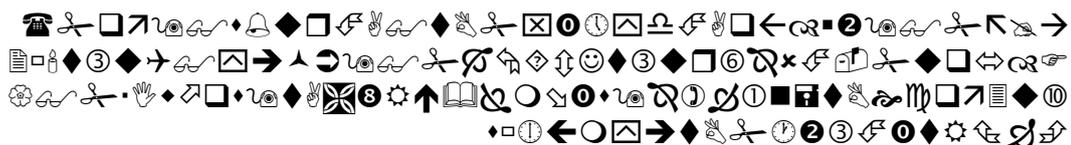
Berdasarkan definisi tersebut, terminologi pasar modal syariah dapat diartikan sebagai kegiatan dalam pasar modal sebagaimana yang diatur dalam UUPM yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Oleh karena itu, pasar modal syariah bukanlah suatu sistem yang terpisah dari sistem pasar modal secara keseluruhan. Secara umum kegiatan pasar modal syariah tidak memiliki perbedaan dengan pasar modal konvensional, namun terdapat beberapa karakteristik khusus pasar modal syariah yaitu bahwa produk dan mekanisme transaksi tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah.

Pasar modal sesuai dengan Undang-Undang No.8 Tahun 1995 tentang pasar modal (UUPM) adalah kegiatan yang bersangkutan dengan penawaran umum dan perdagangan efek, perusahaan publik yang

berkaitan dengan efek yang diterbitkannya, serta lembaga dan profesi yang berkaitan dengan efek.

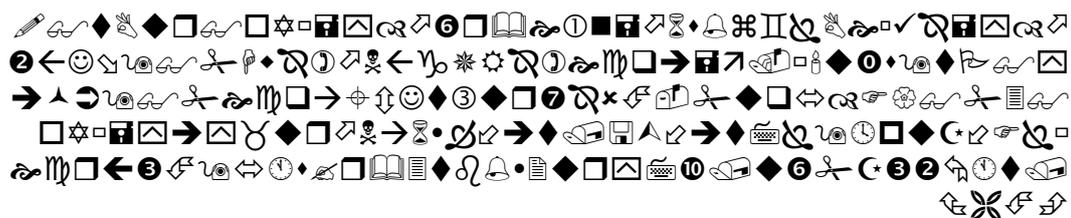
Berdasarkan Bursa Efek Indonesia pasar modal syariah (*capital market*) merupakan pasar sebagai instrumen keuangan jangka panjang yang bisa diperjualbelikan, baik surat utang(obligasi), ekuiti(saham), reksadana, instrumen derivatif maupun instrumen lainnya. Pasar modal juga merupakan sarana pendanaan bagi perusahaan maupun institusi lain (misalnya pemerintah), dan sebagai kegiatan berinvestasi.

Dapat disimpulkan bahwa pasar modal syariah merupakan wadah atau tempat bertemunya perusahaan atau emiten sebagai pihak yang memiliki kelebihan dana yang memperjualbelikan sekuritas dalam jangka waktu lebih dari 1 tahun. Adapun dalil-dalil pasar modal syariah yaitu :



Terjemahnya:

Dan mereka berkata: "Mengapa Rasul itu memakan makanan dan berjalan di pasar-pasar? mengapa tidak diturunkan kepadanya seorang Malaikat agar Malaikat itu memberikan peringatan bersama- sama dengan dia?"¹⁰



Terjemahnya:

Dan Kami tidak mengutus Rasul-rasul sebelummu, melainkan mereka sungguh memakan makanan dan berjalan di pasar-pasar. dan Kami

¹⁰Qs.Al-Furqan ayat:7

jadikan sebahagian kamu cobaan bagi sebahagian yang lain. maukah kamu bersabar?; dan adalah Tuhanmu Maha melihat.¹¹

4. Pelaku Pasar Modal Syariah

Beberapa pemain yang meramaikan aktivitas di lantai bursa yaitu :

- a) Investor, yaitu instansi atau individu yang melakukan jual beli instrumen pasar modal yang tujuan pemilikan efeknya untuk jangka panjang.
- b) Spekulator, yaitu instansi atau individu yang melakukan jual beli instrumen investasi pasar modal untuk tujuan jangka pendek.
- c) Acquisitor, yaitu instansi yang mempunyai tujuan dalam pembelian saham untuk ikut mengendalikan perusahaan yang mengeluarkan saham. Biasanya acquisitor ini akan masuk pasar modal bila terjadi penjualan saham secara besar-besaran melalui tender offer, sehingga bisa membeli dalam porsi yang besar dan ikut dalam manajemen perusahaan.

5. Produk-produk Pasar Modal syariah

Produk pasar modal syariah adalah semua surat-surat berharga yang umum diperjualbelikan melalui pasar modal. Adapun instrumen yang umum diperjualbelikan di lantai Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu :

a. Saham Syariah

Saham syariah adalah surat berharga yang menunjukkan kepemilikan perusahaan sehingga pemegang saham memiliki hak klaim

¹¹Qs. Al-Furqan ayat:20

atas dividen atau distribusi lain yang dilakukan perusahaan kepada pemegang saham lainnya.

Dalam transaksi jual beli di bursa efek, saham merupakan instrumen yang paling dominan diperdagangkan. Saham tersebut dapat diterbitkan atas nama atau atas unjuk. Untuk menarik minat investor yang potensial suatu perusahaan selain mengeluarkan saham biasa juga mengeluarkan saham preferen yang mempunyai hak-hak prioritas lebih dari saham biasa. Saham dapat dibedakan menjadi 2 (dua), macam yaitu :

1. Saham Biasa (*common stock*), yaitu saham yang labanya diterima setelah laba bagian saham preferen dibayarkan. Saham biasa tidak memiliki jaminan hasil karena deviden yang diberikan perusahaan nilainya tidak tetap sesuai dengan laba yang diperoleh perusahaan.
2. Saham Preferen (*preferred stock*), yaitu saham yang mempunyai sifat gabungan antara obligasi dan saham biasa. Seperti pada obligasi, pemegang saham preferen juga memberikan hasil (*dividen*) yang tetap dan jumlahnya tidak akan bertambah walaupun perusahaan mengalami keuntungan.

Berdasarkan analogi tersebut, maka secara konsep saham merupakan efek yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Namun demikian, tidak semua saham yang diterbitkan oleh emiten dan perusahaan publik dapat disebut sebagai saham syariah. Suatu saham

dapat dikategorikan sebagai saham syariah jika saham tersebut diterbitkan oleh:

- a. Emiten dan perusahaan publik yang secara jelas menyatakan dalam anggaran dasarnya bahwa kegiatan usaha emiten dan perusahaan publik tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah.
- b. Emiten dan perusahaan publik yang tidak menyatakan dalam anggaran dasarnya bahwa kegiatan usaha emiten dan perusahaan publik tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah.

Adapun karakteristik yang diperlukan dalam membentuk pasar modal syariah adalah sebagai berikut :

1. Semua saham harus diperjualbelikan pada bursa efek.
2. Bursa perlu mempersiapkan pasca perdagangan dimana saham dapat diperjualbelikan melalui pialang.
3. Semua perusahaan yang mempunyai saham yang diperjualbelikan di bursa efek diminta menyampaikan informasi tentang perhitungan (*account*) keuntungan dan kerugian serta neraca keuntungan kepada komite manajemen bursa efek, dengan jarak tidak lebih dari 3 bulan.
4. Komite manajemen menerapkan harga saham tertinggi (HST) tiap-tiap perusahaan dengan interval tidak lebih dari 3 bulan sekali.

5. Saham tidak boleh diperjualbelikan dengan harga lebih tinggi dari HST.
6. Saham dapat dijual dengan harga dibawah HST.
7. Komite manajemen harus memastikan bahwa semua perusahaan yang terlibat dalam bursa efek itu mengikuti standar akuntansi syariah.
8. Perdagangan saham mestinya haanya berlangsung salam satu minggu periode perdagangan setelah menentukan HST.
9. Perusahaan hanya dapat menerbitkan saham baru dalam periode perdagangan , dan dengan harga HST.

b.Obligasi Syariah

Menurut Tandelilin Obligasi merupakan sekuritas yang diterbitkan oleh suatu perusahaan yang menjanjikan kepada pemegang pembayaran sejumlah uang tetap pada suatu tanggal jatuh tempo di masa mendatang disertai dengan pembayaran bunga secara periodik. Berdasarkan sistem pembayaran bunga obligasi diklasifikasikan sebagai berikut di antaranya:

- 1) *Coupon Bonds* : obligasi dengan kupon yang dapat diuangkan secara periodik (3 bulan, 6 bulan, atau 1 tahun) sesuai dengan ketentuan penerbitnya.
- 2) *Zero Coupon Bonds* : obligasi yang kuponnya tidak dibayarkan secara berkala tetapi bunganya dibayarkan sekaligus saat

pembelian (*discounted*). Pada saat jatuh tempo dibayarkan sebesar nilai nominal.

3) *Fixed Coupon Bonds* : obligasi dengan tingkat kupon bunga yang telah ditetapkan sebelum masa penawaran di pasar perdana dan akan dibayarkan secara periodik.

4) *Floating Coupon Bonds* : obligasi dengan tingkat kupon bunga yang ditentukan sebelum jangka waktu tertentu, berdasarkan suatu acuan (*benchmark*) tertentu seperti *average time deposit (ATD)* yaitu rata-rata tertimbang tingkat suku bunga deposit dari bank pemerintah dan swasta.¹²

c. Reksadana Syariah

Menurut Tandelilin reksadana adalah suatu jenis instrumen yang juga tersedia di pasar modal Indonesia di samping saham, obligasi, dan sebagainya. Reksadana mudah-mudahan diartikan sebagai wadah yang berisi sekumpulan sekuritas yang dikelola oleh perusahaan investasi dan dibeli oleh investor. Berdasarkan bentuk hukumnya Tandelilin membedakan reksadana menjadi dua jenis yaitu :

1. Reksadana berbentuk perseroan

Dengan bentuk perseroan, perusahaan yang menerbitkan reksadana menghimpun dana investor dengan cara menjual saham reksadana yang selanjutnya diinvestasikan pada berbagai jenis sekuritas di

¹²Eduardus Tandelilin, *Portofolio dan Investasi*, (Yogyakarta: Kanisius. 2010),h. 245.

pasar modal maupun di pasar uang. Di Indonesia, reksa dana berbentuk perseroan dikelompokkan lagi menjadi dua yaitu :

a) Reksadana terbuka

Reksadana terbuka (*open-end investment company*), investor tidak hanya dapat membeli saham reksadana tetapi juga dapat menjualnya kembali kepada perusahaan penerbitnya.

b) Reksadana tertutup

Reksadana tertutup (*closed-end investment company*), investor tidak dapat menjual kembali saham reksadananya kepada perusahaan penerbitnya, namun investor dapat memperdagangkan di bursa efek.

c) Reksadana berbentuk Kontrak Investasi Kolektif (KIK)

Reksadana berbentuk Kontrak Investasi Kolektif (KIK) merupakan kontrak antara manajer investasi dan bank kustodian yang mewakili investor.¹³

Jenis-jenis reksadana berdasarkan jenis investasinya menurut

Tandelilin :

- 1) Reksadana pasar uang, merupakan reksadana yang menginvestasikan dananya khusus pada berbagai jenis sekuritas di pasar uang.
- 2) Reksadana pendapatan tetap, merupakan reksadana yang menginvestasikan dananya khusus pada portofolio obligasi.

¹³Eduardus Tandelilin, Portofolio dan Investasi, (Yogyakarta: Kanisius, 2010), h.49 .

- 3) Reksadana saham, merupakan reksadana yang menginvestasikan dananya khusus pada portofolio saham-saham perusahaan.
- 4) Reksadana campuran, merupakan reksadana yang menginvestasikan dananya pada berbagai jenis sekuitaris yang berbeda baik di pasar modal maupun pasar uang.
- 5) Reksadana terpoteksi, merupakan reksadana yang memberikan proteksi atas nilai investasi awal investor melalui mekanisme pengelolaan portofolio.

6. Manfaat Keberadaan Pasar Modal Syariah

Beberapa manfaat pasar modal menurut Muzammil diantaranya :

- a. Sebagai indikator untuk mendeskripsikan perkembangan perekonomian suatu negara.
- b. Menciptakan *Good Corporate Governance* dalam menjalankan praktek bisnis melalui keterbukaan atau transparansi informasi yang diberikan perusahaan *go public* kepada investor melalui penerbitan laporan keuangan.
- c. Pasar modal memungkinkan perusahaan untuk mendapatkan sumber dana yang akan digunakan untuk pengembangan usaha perusahaan.
- d. Masyarakat dapat menjadi pemegang saham perusahaan dengan melakukan transaksi di pasar modal.
- e. Menjadi alternatif pilihan investasi dari berbagai jenis yang ada.
- f. Membantu dunia usaha dalam mendapatkan modal.

7. Pasar Modal Syariah Internasional

Pasar modal internasional merupakan tempat dimana residen dari berbagai negara melakukan transaksi perdagangan aset keuangan. Pasar modal sendiri pada dasarnya sangat dipengaruhi oleh berkembangnya perusahaan multinasional yang merupakan salah satu pelaku utama *international borrowing and lending*.

Perkembangan pasar keuangan yang lain, misalnya pasar uang dan pasar valuta asing juga mempercepat proses terintergrasinya pasar modal internasional yang *market-driven*.

Dalam era globalisasi, setiap negara harus tunduk pada peraturan organisasi ekonomi regional dan organisasi ekonomi dunia serta tidak bebas lagi atau terlarang menentukan aturan main yang bertentangan atau yang tidak sesuai dengan aturan internasional yang disepakati. Cara setiap negara untuk menekan biaya ekonomi yang tinggi yaitu menggiring perusahaan swasta masuk ke pasar modal agar struktur modal perusahaan menjadi lebih baik, efisien, dan terkendali.

8. Integrasi Pasar Modal Syariah Internasional

Secara umum ada dua pengertian integrasi pasar modal dunia, yaitu pertama adalah pengertian menurut teori *Capital Asset Pricing Model*, yaitu bahwa pasar modal dipertimbangkan sudah terintegrasi apabila surat berharga dengan karakteristik risiko yang sama memiliki harga yang sama, walaupun diperdagangkan di pasar modal yang berbeda. Dengan kata lain, bila ada dua atau lebih pasar modal yang

terintegrasi maka surat berharga yang identik seharusnya memiliki harga yang sama di keseluruhan pasar modal yang terintegrasi tersebut. Keberadaan pasar modal yang terintegrasi mengakibatkan semua saham di seluruh pasar modal memiliki faktor-faktor risiko yang sama dan premi risiko untuk setiap faktor akan sama di setiap pasar modal.

Pengertian kedua berkaitan dengan literatur pustaka terkini mengenai integrasi pasar modal yang menggunakan model *The Generalized Auto Regressive Conditional Heteroscedasticity Model* "GARCH", *Granger Causality and Vector Auto Regressive* "VAR". Integrasi pasar modal terjadi apabila mereka memiliki hubungan equilibrium yang berkelanjutan. Dengan kata lain adanya pergerakan bersama antara pasar modal, mengindikasikan adanya integrasi bersama antara pasar modal, yang mengakibatkan bahwa salah satu dari pasar modal yang terintegrasi tersebut dapat digunakan untuk memprediksi *return* dari pasar modal yang lain, karena koreksi nilai *error* dan *valid* dari setiap pasar modal yang ada.

Tujuan dari integrasi pasar modal sebenarnya adalah untuk menghubungkan pasar modal secara elektronik sehingga para anggota bursa dapat mengeksekusi perintah para investor untuk membeli saham dengan harga yang terbaik. Keadaan ini secara substansial akan meningkatkan kedalaman dan likuiditas dari pasar modal yang bersangkutan serta dapat mendorong pasar modal tersebut untuk berkompetensi lebih efektif.

Beberapa manfaat yang diperoleh dari integrasi pasar modal:

- a. Harga yang lebih murah untuk semua produk-produk keuangan di pasar modal. Hal ini terjadi karena adanya kompetisi yang lebih ketat dan adanya skala ekonomis.
- b. Munculnya produk-produk keuangan yang lebih inovatif.
- c. Bagi perusahaan dapat menjadi sarana pembiayaan yang lebih murah karena biaya transaksi yang rendah.
- d. Pasar modal menjadi lebih efisien, lebih likuid, dan tingkat perdagangan yang lebih tinggi.
- e. Investor akan mendapat *return* yang lebih tinggi karena biaya transaksi yang rendah.
- f. Investor akan memiliki pilihan yang lebih banyak dalam berinvestasi yang akhirnya dapat mengurangi tingkat risikonya.

9. Bursa Efek

Bursa efek atau bursa saham adalah sebuah pasar yang berhubungan dengan pembelian dan penjualan efek perusahaan yang sudah terdaftar di bursa efek. Bursa efek tersebut, bersama-sama dengan pasar uang merupakan sumber utama permodalan eksternal bagi perusahaan dan pemerintah. Biasanya terdapat suatu lokasi pusat, setidaknya untuk catatan, namun perdagangan kini semakin sedikit dikaitkan dengan tempat seperti itu, karena bursa saham modern kini adalah jaringan elektronik, yang memberikan keuntungan dari segi kecepatan dan biaya transaksi. Karena pihak-pihak yang bertansaksi tidak

perlu saling tahu lawan transaksinya, perdagangan dalam bursa hanya dapat dilakukan oleh seorang anggota, sang pialang saham. Pemerintahan dan penawaran dalam pasar-pasar saham didukung faktor-faktor seperti halnya dalam setiap pasar modal bebas, mempengaruhi harga saham.

Sebuah bursa efek atau bursa saham sering kali menjadi komponen terpenting dari sebuah pasar saham. Tidak ada keharusan untuk menerbitkan saham melalui bursa saham itu sendiri dan saham juga tidak mesti diperdagangkan di bursa efek tersebut, hal semacam ini dinamakan *off exchange*.

Menurut Totok Budisantoso dan Sigit Triandaru, pengertian bursa efek (*stock exchange*) adalah suatu sistem yang terorganisasi yang mempertemukan penjual dan pembeli efek yang dilakukan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Sedangkan menurut pasal 1 Undang-Undang Pasar Modal Nomor 8 Tahun 1995 pasal 1 ayat 4, Bursa efek adalah pihak yang menyelenggarakan dan menyediakan sistem atau sarana untuk mempertemukan penawaran jual dan beli efek pihak-pihak lain dengan tujuan memperdagangkan efek di antara mereka. Menurut Samsul pihak yang dimaksud disini yaitu 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 jenis pasar pertama tidak termasuk dalam pengertian bursa efek karena tidak memperdagangkan efek, tetapi melakukan penawaran umum efek.¹⁴

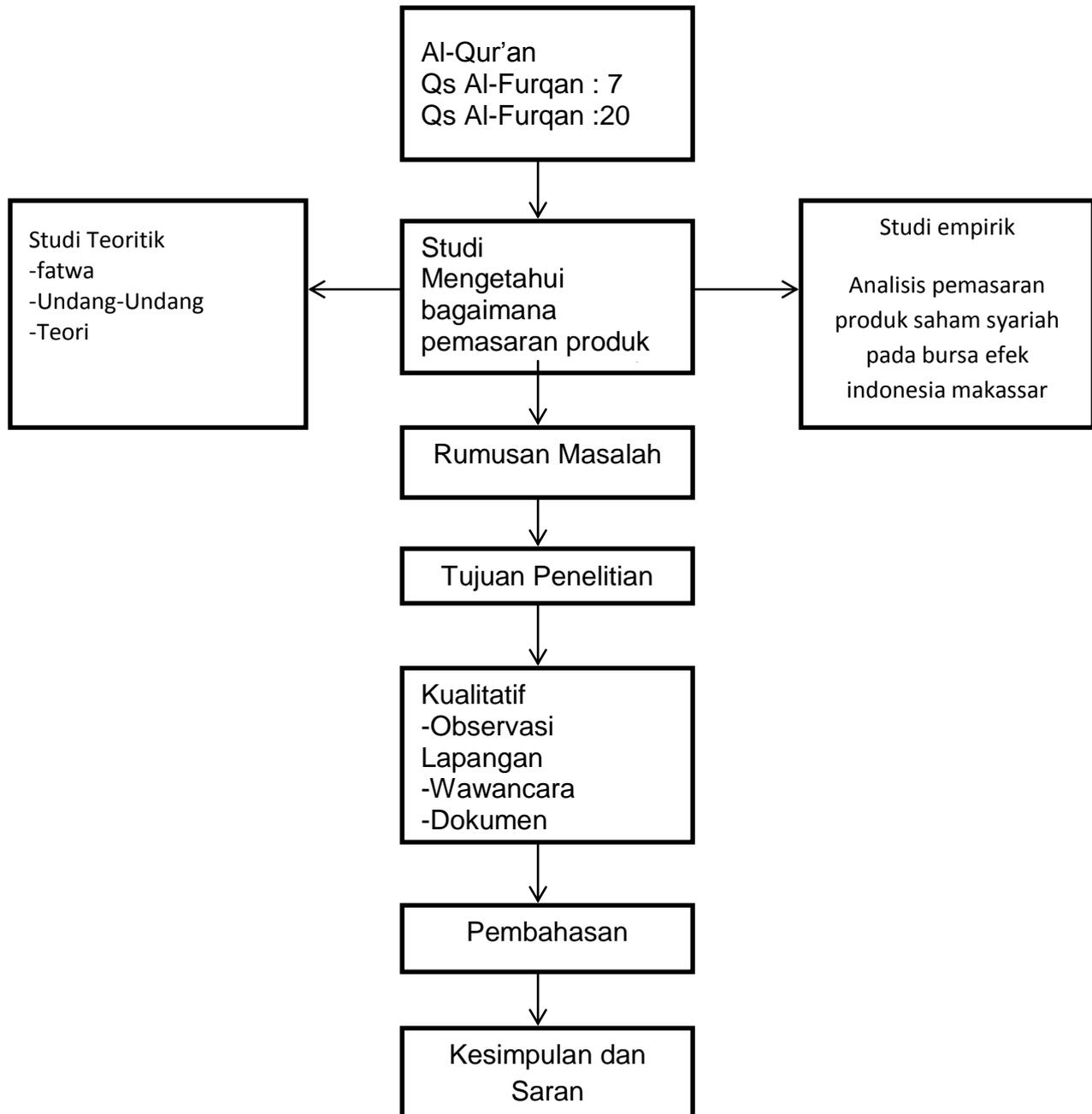
Fungsi bursa efek menurut Kamaruddin Ahmad :

- a) Menciptakan pasar secara terus-menerus bagi efek yang ditawarkan kepada masyarakat.
- b) Menciptakan harga yang wajar bagi efek yang bersangkutan melalui mekanisme penawaran dan permintaan.
- c) Untuk membantu dalam pembelanjaan dunia usaha.¹⁵

¹⁴Mohamad Samsul, Pasar Modal dan Manajemen Portofolio,(Jakarta: Erlangga,2006),h.95.

¹⁵Kamaruddin Ahmad, Dasar-dasar Manajemen Investasi dan Portofolio,(Jakarta:Rineka Cipta, 2006), h.16.

B. Kerangka Pikir



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif yaitu kombinasi wawancara mendalam (*indepth interview*), observasi, dan dokumentasi. Sesuai dengan bentuk pendekatan kualitatif dan sumber data yang digunakan, maka teknik pengumpulan data yang digunakan adalah analisis hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hal ini sejalan dengan pandangan Arikunto untuk mengumpulkan data dalam kegiatan peneliti diperlukan cara atau teknik pengumpulan data tertentu, sehingga proses penelitian dapat berjalan lancar. Berkaitan dengan proses pengumpulan data tersebut, maka pengumpulan data dalam penelitian bermaksud memperoleh bahan-bahan yang relevan, akurat, dan realibel, untuk menjawab masalah pokok yang diteliti.¹⁶

Penelitian kualitatif dengan pendekatan studi mengandalkan peneliti sebagai instrument utama dalam melakukan observasi dan wawancara mendalam tentang "*Analisis pemasaran produk saham syariah pada bursa efek indonesia makassar*". Pendekatan ini digunakan untuk mencapai tujuan melalui penjelasan dan analisis deskriptif fenomena yang dihadapi oleh pemasaran produk saham syariah pada Bursa Efek Indonesia Makassar. Hal ini bertujuan untuk menjelaskan secara sistematis dan terperinci terkait saham syariah terhadap Bursa Efek Indonesia Makassar. Untuk mendapatkan pemahaman yang substantif

¹⁶Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*,(Jakarta: Rineka Cipta. . 2006),h. 89.

terhadap permasalahan yang diteliti, pendekatan studi cenderung menggunakan analisis induktif, dimana proses penelitian dan pemberian makna terhadap data dan informasi yang diperoleh dengan ciri utama adalah bentuk narasi yang bersifat kreatif, mendalam, serta naturalistik.

Menurut Moleong, bahwa metode kualitatif ialah proses penelitian yang menghasilkan data deskriptif. Ucapan, tulisan atau perilaku yang dapat diamati untuk memperoleh informasi serta menemukan fakta-fakta empiris.¹⁷

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penulis akan melakukan penelitian di Galeri Investasi Saham Syariah Bursa Efek Indonesia Universitas Muhammadiyah Makassar. Pada waktu dua bulan yaitu Mei sampai Juli 2018.

C. Fokus dan Deskripsi Penelitian

Deskripsi penelitian adalah salah satu jenis penelitian yang tujuannya untuk menyajikan gambaran lengkap mengenai setting sosial atau dimaksudkan untuk eksplorasi dan klarifikasi mengenai suatu fenomena atau kenyataan sosial, dengan cara mendeskripsikan sejumlah variabel yang berkenaan dengan sejumlah masalah dan unit yang diteliti antara fenomena yang di uji. Dalam penelitian ini, peneliti telah memiliki definisi jelas tentang subjek penelitian dan akan menggunakan *who* dalam menggali informasi yang dibutuhkan.

¹⁷Lexy J. Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.2002.h.117.

Tujuan dari penelitian kualitatif adalah menghasilkan gambaran akurat tentang sebuah kelompok, menggambarkan mekanisme sebuah proses atau hubungan, memberikan gambaran lengkap baik bentuk verbal atau numerikal, menyajikan informasi dasar akan suatu hubungan, menciptakan seperangkat kategori dan mengklasifikasikan subjek penelitian, menjelaskan seperangkat tahapan atau proses, serta untuk menyimpan informasi bersifat kontradiktif mengenai subjek penelitian.

D. Sumber Data

Adapun sumber data dalam penelitian ini yaitu:

1. Data primer yaitu data diperoleh secara langsung melalui wawancara pada responden serta data lainnyayang menunjang pokok pembahasan ini. Dalam penelitian ini sumber data primer adalah :
 - a. Staf Bursa Efek yang bertanggung jawab di Pemasaran Produk Saham Syariah.
 - b. Konsumen Saham atau Pembeli Saham .
2. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dengan cara mengumpulkan informasi dan dokumen-dokumen, serta literatur,CD,Arsip yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah semua alat yang digunakan untuk mengumpulkan, memeriksa, menyelidiki suatu masalah, mengolah, menganalisa dan menyajikan data-data secara sistematis serta objektif dengan tujuan memecahkan suatu persoalan atau menguji suatu

hipotesis. Instrumen penelitian digunakan untuk mengukur nilai variabel yang akan diteliti.

Dalam penelitian kualitatif, yang menjadi instrument atau alat penelitian adalah peneliti itu sendiri sehingga peneliti harus di "validasi". Validasi terhadap peneliti meliputi, pemahaman metode penelitian kualitatif, penguasaan wawasan terhadap bidang yang diteliti, kesiapan peneliti untuk memasuki objek baik secara akademik maupun logikanya. Penelitian kualitatif sebagai human instrument berfungsi menetapkan focus penelitian, memilih informasi sebagai sumber data, menilai kualitas data, analisis data, menafsirkan data dan membuat kesimpulan atas temuannya.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah:

1. Observasi Lapangan

Observasi lapangan yaitu merupakan pengamatan secara langsung menggunakan indra penglihatan dimana peneliti tidak ikut ambil bagian secara langsung dalam situasi yang ditelitinya. Observasi dilakukan untuk mengumpulkan informasi berkenaan dengan analisis pemasaran produk pasar modal pada bursa efek indonesia makassar.

Observasi lapangan adalah: "Mengamati (*watching*) dan mendengar (*listening*) perilaku seseorang selama beberapa waktu tanpa melakukan manipulasi atau pengendalian serta mencatat penemuan yang menghasilkan atau memenuhi syarat untuk digunakan ke dalam tingkat penafsiran analisis".

2. Wawancara

Wawancara adalah suatu kegiatan komunikasi verbal dengan tujuan mendapatkan informasi di samping mendapatkan gambaran yang menyeluruh, juga akan mendapatkan informasi yang penting.

Wawancara merupakan salah cara untuk mengumpulkan data dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan secara lisan kepada subyek penelitian, instrumen ini digunakan untuk mendapatkan informasi mengenai fakta, keyakinan, perasaan, niat dan sebagainya.

Wawancara memiliki sifat yang luwes, pertanyaan yang diberikan dapat disesuaikan dengan subjek sehingga segala sesuatu yang ingin diungkapkan dapat digali dengan baik. Wawancara terbagi atas dua jenis yaitu wawancara berstruktur dan wawancara tak berstruktur. Dalam wawancara berstruktur, pertanyaan dan alternatif jawaban yang diberikan kepada subjek telah ditetapkan terlebih dahulu oleh peneliti.

Wawancara tak berstruktur bersifat informal. Pertanyaan tentang pandangan, sikap, keyakinan subjek, atau keterangan lainnya dapat diajukan secara bebas kepada subyek.

3. Dokumen

Dokumen adalah cara pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data, dokumen-dokumen tertulis ataupun hasil gambar. Dokumen ini digunakan dalam upaya melengkapi data-data yang telah diperoleh berupa gambaran penelitian dan dokumen-dokumen penelitian.

Dokumen yang digunakan penelitian adalah arsip data penelitian beberapa keterangan lisan dari beberapa narasumber yang direkam oleh

peneliti. Kalau perlu perekaman ini tidak harus diberitahukan terlebih dulu agar tercipta keaslian dari penelitian yang dibuat. Alat yang digunakan dalam teknik dokumentasi ini antara lain, kamera digital yang digunakan untuk mengambil gambar atau hasil foto dan video jika dibutuhkan oleh peneliti.

Hasil dokumen ini digunakan untuk mengumpulkan data sekunder yang melengkapi atau mendukung hasil wawancara dan pengamatan di lapangan. Data hasil dokumen juga dapat digunakan sebagai data yang kita gunakan untuk mengingat kembali seluk-beluk, gambaran lokasi jika kita lupa ketika sampai di rumah.

G. Metode Analisis

Analisis data adalah proses menyusun data agar data tersebut ditafsirkan. Menyusun data berarti menggolongkannya ke dalam pola, tema atau kategori. Tafsiran atau interpretasi artinya memberikan makna kepada analisis deskriptif, menjelaskan pola atau kategori, hubungan antara berbagai konsep. Berikut adalah langkah-langkah model analisis data Miles dan Huberman menyatakan sebagai berikut:

1. *Reduksi data*, data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya sangat banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Seperti telah dikemukakan, makin lama peneliti ke lapangan, maka jumlah data makin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis dan melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting. Dicari tema dan polanya dan membuang yang

tidak perlu. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

2. *Display* data, setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data, penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.
3. Penarikan kesimpulan atau *verification*, kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten pada saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.¹⁸

¹⁸Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan; Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.. 2014.338.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Bursa Efek Indonesia Makassar (BEI)

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 sebagai mana 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. Secara singkat, tonggak perkembangan pasar modal Indonesia dapat dilihat sebagai berikut:

- a. Desember 1912 : Bursa Efek pertama di Indonesia dibentuk di Batavia oleh Pemerintah Hindia Belanda.

- b. 1914 – 1918 : Bursa Efek di Batavia ditutup selama Perang Dunia I.
- c. 1925 – 1942 : Bursa Efek di Jakarta dibuka kembali bersama dengan Bursa Efek di Semarang dan Surabaya.
- d. Awal tahun 1939 : Karena isu politik (Perang Dunia II) Bursa Efek di Semarang dan Surabaya ditutup.
- e. 1942 – 1952 : Bursa Efek di Jakarta ditutup kembali selama Perang Dunia II.
- f. 1956 : Program nasionalisasi perusahaan Belanda. Bursa Efek semakin tidak aktif.
- g. 1956 – 1977 : Perdagangan di Bursa Efek vakum.
- h. 10 Agustus 1977 : Bursa Efek diresmikan kembali oleh Presiden Soeharto. BEJ dijalankan dibawah BAPEPAM (Badan Pelaksana Pasar Modal). Tanggal 10 Agustus diperingati sebagai HUT Pasar Modal. Pengaktifan kembali pasar modal ini juga ditandai dengan go public PT Semen Cibinong sebagai emiten pertama.
19 Tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara.
- i. 1977 – 1987 : Perdagangan di Bursa Efek sangat lesu. Jumlah emiten hingga 1987 baru mencapai 24. Masyarakat lebih memilih instrumen perbankan dibandingkan instrumen Pasar Modal.
- j. 1987 : Ditandai dengan hadirnya Paket Desember 1987 (PAKDES 87) yang memberikan kemudahan bagi perusahaan untuk

melakukan Penawaran Umum dan investor asing menanamkan modal di Indonesia.

- k. 1988 – 1990 : Paket deregulasi dibidang Perbankan dan Pasar Modal diluncurkan. Pintu BEJ terbuka untuk asing. Aktivitas bursa terlihat meningkat.
- l. 2 Juni 1988 : Bursa Paralel Indonesia (BPI) mulai beroperasi dan dikelola oleh Persatuan Perdagangan Uang dan Efek (PPUE), sedangkan organisasinya terdiri dari broker dan dealer.
- m. Desember 1988 : Pemerintah mengeluarkan Paket Desember 88 (PAKDES 88) yang memberikan kemudahan perusahaan untuk go public dan beberapa kebijakan lain yang positif bagi pertumbuhan pasar modal.
- n. 16 Juni 1989 : Bursa Efek Surabaya (BES) mulai beroperasi dan dikelola oleh Perseroan Terbatas milik swasta yaitu PT Bursa Efek Surabaya.
- o. 13 Juli 1992 : Swastanisasi BEJ. BAPEPAM berubah menjadi Badan Pengawas Pasar Modal. Tanggal ini diperingati sebagai HUT BEJ.
- p. 22 Mei 1995 : Sistem Otomasi perdagangan di BEJ dilaksanakan dengan sistem computer JATS (Jakarta Automated Trading Systems).

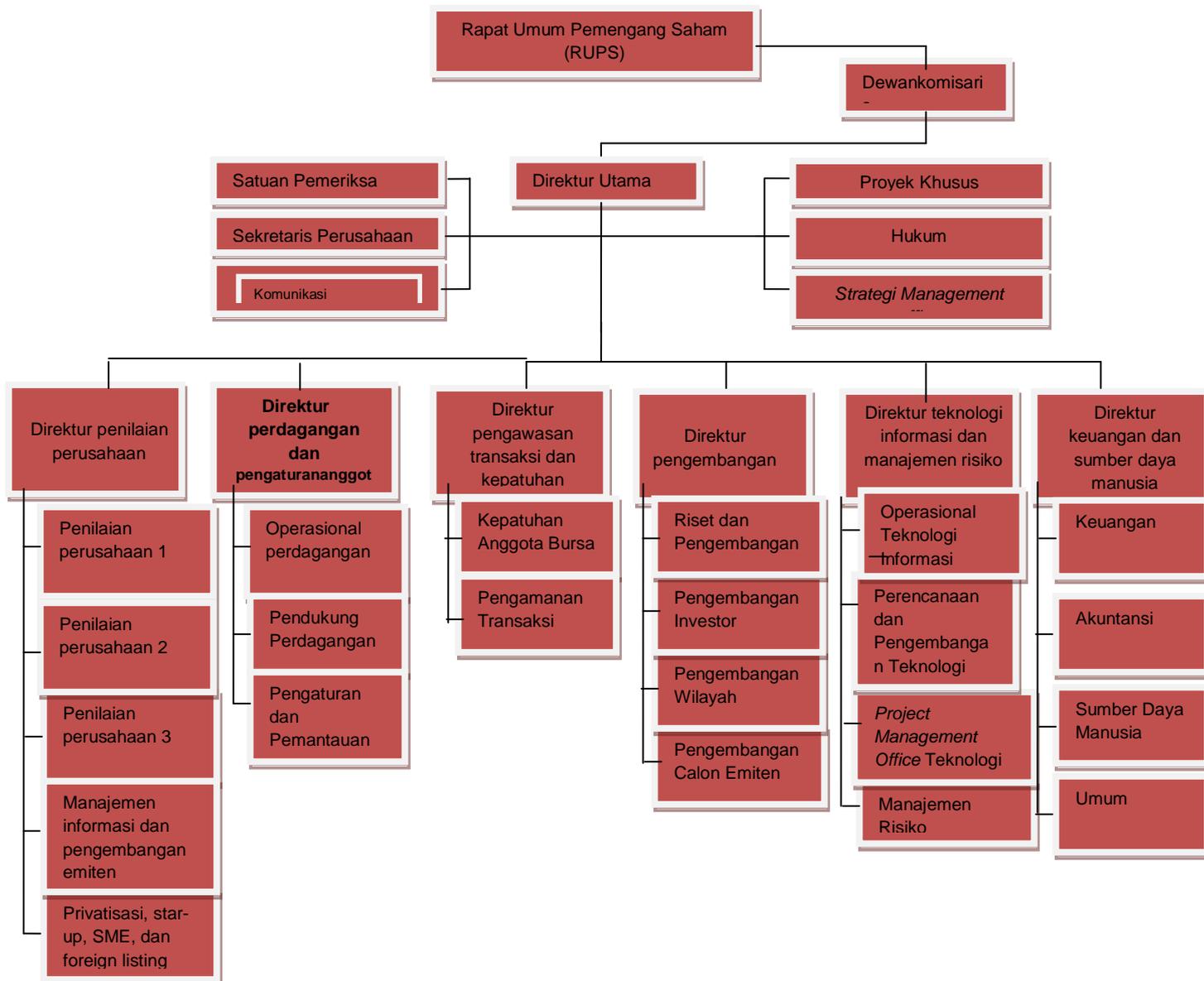
- q. 10 November 1995 : Pemerintah mengeluarkan Undang –Undang No. 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal. Undang-Undang ini mulai diberlakukan mulai Januari 1996.
- r. 1995 : Bursa Paralel Indonesia merger dengan Bursa Efek Surabaya.
- s. 2000 : Sistem Perdagangan Tanpa Warkat (scripless trading) mulai diaplikasikan di pasar modal Indonesia.
- t. 2002 : BEJ mulai mengaplikasikan sistem perdagangan jarak jauh (remote trading).
- u. 2007 : Penggabungan Bursa Efek Surabaya (BES) ke Bursa Efek Jakarta (BEJ) dan berubah nama menjadi Bursa Efek Indonesia (BEI).
- v. 02 Maret 2009 : Peluncuran Perdana Sistem Perdagangan Baru PT Bursa Efek Indonesia.

2. Visi dan Misi

- Visi : Menjadi bursa yang kompetatif dengan kredibilitas dengan dunia.
- Misi : Membangun bursa efek yang mudah diakses dan memfasilitasi mobilisasi dana jangka panjang untuk seluruh lini industri dan semua skala bisnis perusahaan, Tidak hanya di Jakarta tapi seluruh Indonesia, tidak hanya bagi institusi, tapi juga bagi individu yang memenuhi kualifikasi mendapatkan pemerataan

melalui pemilikan, serta meningkatkan bursa efek indonesia, seluruh *stakeholder* perusahaan.¹⁹

3. Struktur Organisasi Bursa Efek



¹⁹Sumber Data : Diambil dari staf galeri bursa efek

Berdasarkan struktur organisasi maka diperlukan suatu sistem pembagian tugas/kerja yaitu sebagai berikut :²⁰

1. Rapat Umum Pemegang Saham

Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan (RUSPT) dan Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa (RUPSLB) merupakan organ yang memiliki kewenangan khusus yang tidak diberikan kepada Dekom atau Direk²¹ siterkait penetapan keputusan-keputusan penting yang berhubungan dengan kebijakan bursa. RUSPT dilaksanakan sekali dalam setahun, sedangkan RUPSLB dapat dilaksanakan sewaktu-waktu bila diperlukan.

2. Peran Dewan Komisaris

Sesuai hasil keputusan RUPST tanggal 5 juni 2008 dan RUPSLB 27 agustus 2008, BEI memiliki 5 (lima) anggota Dewan Komisaris (Dekom) dengan masa bakti 2008-2011. Berdasarkan ketentuan Anggaran Dasar, Dekom bertanggung jawab atas pengawasan dan pengarahan Direksi dalam mengelola Bursa sehari-hari. Dekom bertugas mengarahkan pengelolaan tersebut sesuai dengan visi dan misi Bursa yang telah digariskan, serta kebijakan dan panduan tata kelola perusahaan yang berlaku, dalam rangka mengupayakan pertumbuhan nilai jangka panjang yang berkesinambungan bagi segenap pemangku kepentingan.

²⁰Sumber Data : Diambil dari staf galeri bursa efek

3. Direktur Utama

Bertanggung jawab untuk mengkoordinasikan para Direktur serta kegiatan-kegiatan Satuan Pemeriksa Internal, Sekretaris Perusahaan (termasuk hubungan masyarakat), dan Devisi Hukum.

a. Devisi Hukum

1. Bertanggung jawab untuk memastikan produk hukum yang akan dikeluarkan oleh perseroan sesuai dengan kaidah-kaidah hukum yang berlaku dan kepentingan perseroan terlindung dalam hubungan kerjasama atau kontraktual antara perseroan dengan pihak lain dan telah sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.
2. Memastikan pemberian pendapat hukum sebagai legal advisor atas permasalahan hukum berkenaan dengan produk hukum yang telah diberlakukan oleh perseroan, kajian hukum dan penyelesaian dalam sengketa hukum sesuai dengan peraturan

b. Pemeriksa Internal

Bertanggung jawab sebagai *quality assurance* perundang-undang yang berlaku.

- 1) Satuan terhadap pelaksanaan pencapaian sasaran perusahaan dengan mempertimbangkan aspek efektifitas dan efisiensi melalui pemeriksa berkala

maupun insidental terhadap kegiatan internal organisasi, serta melakukan pelaporan dan pemberian rekomendasi perbaikan yang diperlukan atas hasil pemeriksaan kepada Direksi, Dewan Komisaris dan Ketua Bapepam.

- 2) Bertanggung jawab atas pemantauan kegiatan tindak lanjut dari rekomendasi yang dibangun berdasarkan hasil pemeriksaan internal yang dilakukan.

c. Sekretaris Perusahaan

Bertanggung jawab atas tersedianya rencana kerja perusahaan dan terciptanya kerjasama serta komunikasi yang harmonis dan efektif antara direksi dengan stakeholder lainnya dalam rangka mencapai tujuan serta meningkatkan citra perusahaan.

4. Direktur Penilaian Perusahaan

Bertanggung jawab atas kegiatan operasional yang berkaitan dengan :

- 1) Penilaian pendahuluan perusahaan.
- 2) Pencatatan perusahaan.
- 3) Penilaian keterbukaan perusahaan.
- 4) Penelaahan aksi korporasi perusahaan.
- 5) Pembinaan emiten (termasuk edukasi perusahaan).

Direktur Penilaian Perusahaan terdiri dari berbagai macam divisi diantaranya:

a) Divisi Penilaian Perusahaan-Sektor Riil

Bertanggung jawab untuk mengkoordinasikan dan melaksanakan :

- 1) Evaluasi pendahuluan calon emiten sampai dengan pencatatan saham di Bursa.
- 2) Evaluasi atas rencana pencatatan saham tambahan sampai dengan pencatatan saham di Bursa.
- 3) Pemantauan kepatuhan perusahaan tercatat terhadap peraturan yang berlaku.
- 4) Penyebaran informasi perusahaan tercatat kepada publik.
- 5) Pembinaan perusahaan tercatat (termasuk pemberian sanksi).
- 6) Proses delisting (baik yang bersifat *voluntary* maupun *force delisting*).
- 7) Pelaksanaan *suspensi* dan *unsuspensi*.
- 8) Pengelolaan dan pemutakhiran database emiten termasuk *corporate action*.
- 9) Pembuatan dan penyempurnaan prosedur dan peraturan pencatatan sesuai dengan perkembangan pasar modal

untuk meningkatkan kualitas dan integritas perusahaan sektor riil yang mencatatkan saham.

b. Divisi Penilaian Perusahaan-Sektor Jasa

Bertanggung jawab untuk mengkoordinasikan dan melaksanakan :

- 1) Evaluasi pendahuluan calon emiten sampai dengan pencatatan saham di Bursa termasuk ETF.
- 2) Evaluasi atas pencatatan saham tambahan sampai dengan pencatatan saham di bursa.
- 3) Pemantauan kepatuhan perusahaan tercatat terhadap peraturan yang berlaku.
- 4) Penyebaran informasi perusahaan tercatat kepada publik.
- 5) Pembinaan perusahaan tercatat (termasuk pemberian saham)
- 6) Proses delisting (baik yang bersifat *voluntary* maupun *forcedelicting*).
- 7) Pengelolaan dan pemutakhiran database emiten termasuk *corporate action*.
- 8) Pembuatan dan penyempurnaan prosedur dan peraturan pencatatan sesuai dengan perkembangan pasar modal untuk meningkatkan kualitas dan

integritas perusahaan sektor riil yang mencatatkan saham.

c.Divisi Penilaian Perusahaan-Surat Berharga

Bertanggung jawab untuk mengkoordinasikan dan melaksanakan :

- 1) Proses Evaluasi pendahuluan calon emiten penerbit surat utang sampai dengan pencatatan di bursa, baik efek surat utang, sukuk maupun EBA.
- 2) Pemantauan kepatuhan perusahaan tercatat terhadap peraturan yang berlaku.
- 3) Penyebaran informasi terkait kepada publik.
- 4) Pembinaan perusahaan tercatat (termasuk pemberian sanksi).
- 5) Pelaksanaan *suspensi* dan *unsuspensi*.
- 6) Proses penghapusan pencatatan (baik karena jatuh tempo, pelunasan awal, konversi maupun *force delisting*).
- 7) Pengelolaan dan pemutakhiran database emiten, efek yang dicatatkan serta *corporate action* yang dilakukan.
- 8) Penyempurnaan prosedur dan peraturan pencatatan sesuai dengan perkembangan pasar modal untuk meningkatkan kualitas dan integrasi perusahaan sektor riil dan jasa yang mencatatkan surat utang.

3. Direktur Perdagangan dan Pengaturan Anggota Bursa

Bertanggung jawab atas kegiatan operasional perdagangan saham, perdagangan informasi pasar (*data feed*), perdagangan surat utang dan derivatif serta pelaporan transaksi surat utang. Dan juga bertanggung jawab atas pengelolaan aktivitas-aktivitas yang terkait dengan anggota bursa dan partisipan sebagai berikut :

- 1) Pengkajian terhadap persyaratan keanggotaan.
- 2) Kewajiban pelaporan.
- 3) Pelatihan dan pendidikan.
- 4) Pengawasan (khusus terhadap bursa efek).

Direktur Penilaian Perusahaan terdiri dari berbagai macam divisi diantaranya:

a. Divisi perdagangan saham

- 1) Bertanggung jawab untuk menyelenggarakan perdagangan saham setiap hari bursa dengan melakukan koordinasi kegiatan pengembangan dan operasional perdagangan saham sehingga terlaksana perdagangan saham yang wajar, teratur, dan efisien.
- 2) Bertanggung jawab atas kegiatan pengembangan dan operasional penyebaran data dan informasi, sehingga penyebaran data perdagangan dapat

mendukung informasi yang dibutuhkan oleh investor untuk pengambilan keputusan investasi dan meningkatkan pendapatan penjualan perdagangan informasi pasar.

b. Divisi perdagangan surat utang

1) Bertanggung jawab atas terselenggaranya kegiatan operasional perdagangan surat utang dan derivatif, penyempurnaan, pengembangan sistem dan sasaran pasar perdagangan surat utang dan derivatif sehingga tercipta pasar surat utang.

2) Bertanggung jawab untuk memastikan terselenggaranya kegiatan pelaporan surat utang, penyempurnaan, pengembangan sistem dan sarana pelaporan surat utang sehingga tercipta sistem pelaporan surat utang yang teratur dan efisien

c. Divisi keanggotaan

Bertanggung jawab untuk melakukan evaluasi calon anggotabursa dan partisipasi, pemantauan, pembinaan, pengembangan, penegakan disiplin anggota bursa serta membantu anggota bursa dan partisipasi untuk membentuk,

memiliki dan menjaga kredibilitas serta integrasi di pasar modal.

5. Direktur pengawasan transaksi dan kepatuhan

Bertanggung jawab untuk memastikan dan mengkoordinasikan kegiatan pengawasan dan analisis terhadap aktifitas perdagangan efek di bursa untuk mewujudkan perdagangan efek yang teratur dan wajar, sehingga dapat menjaga integritas dan kredibilitas bursa efek dan pasar modal.

a. Defisi pengawasan transaksi

Bertanggung jawab untuk memastikan dan mengkoordinasikan kegiatan pengawasan dan analisis terhadap aktifitas perdagangan efek di bursa untuk mewujudkan perdagangan efek yang teratur dan wajar, sehingga dapat menjaga integritas dan kredibilitas bursa efek dan pasar modal.

b. Divisi kepatuhan anggota bursa

Bertanggung jawab untuk memastikan kepatuhan anggota bursa terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku dibidang pasar modal termasuk pengendalian internal melalui kegiatan pemeriksaan berkala dan pemeriksaan sewaktu0waktu guna

meminimalisasi risiko yang mungkin timbul terhadap nasabah, anggota bursa, dan industri pasar modal.

B. Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Pemasaran produk saham syariah Bursa Efek Indonesia Makassar, merupakan salah satu produk yang terdiri dari saham, reksadana, dan obligasi. Dimana saham syariah merupakan surat berharga yang bersifat kepemilikan, artinya si pemilik saham merupakan pemilik perusahaan. Disamping itu reksadana dapat diartikan sebagai suatu wadah yang dipergunakan untuk menghimpun dana dari masyarakat permodal untuk selanjutnya diinvestasikan dalam portofolio efek oleh manajer investasi, dan terakhir itu obligasi atau sukuk yang merupakan suatu istilah dari surat berharga bagi penepatan hutang dari si pemilik atau pihak yang mengeluarkan obligasi atas suatu proyek dan memberikan kepada pemegang saham hak bunga yang telah disepakati nilai nominal obligasi tersebut pada saat habisnya masa hutang.

Hasil wawancara dari pihak staf bursa efek dan konsumen bursa efek, data wawancara pada bagian ini bertujuan untuk mengetahui tentang pemasaran produk saham syariah yang sudah ditentukan oleh pihak galeri bursa efek.

1. Bagaimana cara memasarkan produk saham syariah pada bursa efek?

Adapun cara memasarkan produk saham syariah yaitu bisa dengan melakukan sosialisasi dengan masyarakat terhadap masyarakat

yang belum mengenal saham syariah itu sendiri. Di mana saham merupakan salah satu instrumen pasar keuangan yang paling populer. Menerbitkan saham merupakan salah satu pilihan perusahaan ketika memutuskan untuk pendanaan perusahaan. Pada sisi yang lain, saham merupakan instrumen investasi yang banyak di pilih para investor karena saham mampu memberikan tingkat keuntungan yang sangat menarik.

Sebagaimana yang telah dikemukakan oleh saudari Eny Versary Awaliah (Bidang Humas) bahwa:

“kalau kami di sini di galeri ,kami mengajak untuk menabung di saham syariah itu sendiri melalui kayak kegiatan galeri dan bursa efek seperti diadakan seminar ,sosialisasi ke daerah, kekampus-kampus lain,ke kantor, dan juga diadakan workshoop tentang saham syariah. Selain itu kita juga boomingkan lewat media sosial.selain itu pada setiap galeri, termasuk galeri investasi unismuh dibentuk KSPM (kelompok studi pasar modal) yang terdiri dari mahasiswa-mahasiswa supaya bisa juga pasarkan dan mengajak mereka untuk berinvestasi di saham syariah.”

Dari hasil wawancara di atas dapat dijelaskan bahwa dalam memasarkan suatu produk yang ada di bursa efek salah satunya yaitu saham syariah dengan mengadakan seminar dan sosialisasi agar banyak yang mengetahui dan berminat untuk berinvestasi di saham syariah unismuh yang berlokasi unismuh makassar.

2. Bagaimana peluang saham syariah pada BEI di Makassar?

Selama ini tingkat literasi dan pengetahuan masyarakat indonesia tentang pasar modal maupun saham tergolong masih rendah. Invstor lokal lebih senang menanamkan modalnya dalam waktu jangka pendek dengan

keuntungan kecil. Padahal jika lebih bersabar, berinvestasi jangka panjang dengan membeli saham di Bursa Efek Indonesia akan mendapatkan keuntungan yang lebih menjanjikan.

Sebagaimana yang telah diungkapkan Irmayanti (Bidang Humas) menyatakan bahwa :

“Menurut saya perkembangan saham syariah sekarang itu sangat bagus, karena kenapa dari 600 lebih saham ia sudah mencatatkan saham syariah sudah 300 lebih. Dan kenapa saham syariah berpotensi karena saham syariah sudah di seleksi, artinya dia utangnya tidak boleh lebih dari 45 % dan laba non pronya dia nda boleh lebih dari 10 % maka dari itu kalau sebenarnya kita lebih menguntungkan jika tidak semua sih, tetapi menurut saya itu sudah jadi filter terlebih dahulu karena kan orang beli saham harus ada analisisnya yaitu fundamental dan teknikal, kalau misalnya fundamental itu tentang bagaimana kita melihat peluang saham seperti penjualnya bagaimana, kebutuhanya bagaimana. Kalau teknikal kita menggunakan grafik dan garisnya itu kita bisa perkirakan harga saham kedepannya.”

Dari wawancara di atas menunjukkan bahwa, peluang saham syariah saat ini sudah berkembang di mana dari 600 lebih saham ,sudah mencatatkan lebih dari 300 lebih saham syariah yang dibeli oleh pembeli saham .

3. Bagaimana bursa efek memperkenalkan saham syariah ke masyarakat?

Untuk menjawab berbagai pertanyaan di kalangan masyarakat mengenai kesesuaian syariah atas bertransaksi perdagangan eefek di Bursa Efek Indonesia, DSN-MUI telah mengeluarkan Fatwa No. 80/DSN-MUI/III/2011. Dalam fatwa tersebut dijelaskan bahwa transaksi serta mekanisme perdagangan efek yang syariah adalah

transaksi jual beli atas Efek Bersifat Ekuitas sesuai Prinsip Syariah yang diperdagangkan menggunakan akad jual beli di pasar Reguler Bursa Efek Indonesia. fatwa tersebut secara juga menyebutkan larangan atas transaksi *margin trading* yang menandung unsur riba, serta transaksi *short-selling* yang merupakan transaksi kosong karena menjual saham yang belum di miliki.

Sebagaimana yang dikemukakan Siti Aisyah(Pembeli Saham) menyatakan bahwa :

“Sebenarnya program-program bursa efek itu tidak banyak macamnya, yang pertama itu lewat kalangan mahasiswa seperti kita dan di makassar ini sudah beberapa universitas yang bekerja sama untuk membuka galeri setiap universitas, kenapa dia di mulai di universitas karena sebenarnya bisa di jadikan sebagai perantara karena kenapa kitakan masih usia-usia masih belajar, sementara belajar kita bisa mempersiapkan untuk kerja, untuk masa depan artinya di mahasiswa kita bisa tahu dalam bursa efek bisa lebih luas memperkenalkan pasar modal, karena kenapa kita seorang mahasiswa kan sering update ke media sosial dengan begitu pengetahuan tentang pasar modal lebih luas kalau di masyarakat dia bisanya mempunyai edukasi-edukasi tersendiri ke masyarakat, kemarin dengan melalui kerja sama tentang saham syariah dan bergabung di salah satu galeri investasi saham syariah bursa efek.”

Dari hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa dengan memperkenalkan saham syariah tersebut melalui kalangan mahasiswa yang ada di Universitas Muhammadiyah Makassar dan beberapa universitas yang bekerja sama untuk membuka galeri saham syariah di setiap universitas.

4.Keunggulan apa saja yang sudah di dapat dari saham syariah ?

Adapun keunggulan yang di dapatkan saat berinvestasi di saham syariah yaitu dengan memberikan potensi *return* yang tinggi dan berkesinambungan dan sangat likuid, bila pemilik saham ingin menjual kembali, pembeli sudah tersedia. Hal ini dikarenakan saham memiliki bursa tersendiri yakni Bursa Efek Indonesia yang mempertemukan pihak penjual dan pihak pembeli, sehingga tidak memerlukan rekrutmen karyawan baru, tidak memerlukan perawatan, tidak perlu membayar pajak selama memilikinya dan nilai saham dapat dipantau dengan mudah di media-media cetak atau visual.

Sebagaimana yang dikemukakan atau dikatakan oleh Fitrah Rahmatika Muslih (Pembeli Saham) bahwa:

“ Yang pertama itu saya memperoleh pengetahuan bagaimana cara berinvestasi dalam saham dan bagaimana cara mengelolanya. Yang kedua saya memperoleh banyak kenalan yang sama-sama berinvestasi pada saham syariah, dan yang ketiga saham syariah itu menghindarkan saya dari riba.”

Hasil wawancara dengan seorang pembeli saham di atas menunjukkan bahwa ketika ingin memperoleh suatu pengetahuan, maka terlebih dahulu seorang pembeli harus mengetahui dan memahami bagaimana cara untuk berinvestasi pada saham syariah agar mudah dalam mengelolah saham yang beli.

5. Mengapa anda tertarik membeli saham syariah, dan dari mana anda mengenal saham syariah ?

Alasan-alasan yang menjadikan instrumen saham sebagai pilihan untuk menempatkan dana atau berinvestasi yaitu :

1. Modal investasi relatif kecil, jika ingin melakukan investasi tentu yang jadi pertanyaan adalah berapa jumlah dana yang dimiliki, namun jangan surut semangat dan mengurungkan niat untuk berinvestasi hanya karena masalah dana yang dimiliki.
2. Transaksi saham juga cukup mudah, transaksi saham sangat praktis tidak seperti yang dibayangkan relatif sangat mudah dan praktis dalam proses transaksinya. Bila di bandingkan dengan instrumen-instrumen investasi lainnya, dengan investasi saham, maka tidak perlu membawa selebar sertifikat atau lainnya dalam proses jual-beli.
3. Investasi saham bisa dilakukan kapan saja, investasi saham bisa dilakukan dengan mudah secara online, selain tidak butuh modal besar dan transaksinya yang mudah, investasi saham bisa di bilang sangat fleksibel, yakni bisa di lakukan kapan saja dan di mana saja.

Sebagaimana yang dikemukakan oleh Reni (Pembeli Saham)

“Dimana saham syariah itu risikonya lebih sedikit dari saham reguler, dan dimana saham syariah memasarkan produkx yang tidak mengandung alkohol lebih dari 10 % dari perusahaan dan utangnya tidak lebih dari 45%. Terus ka darimana anda mengenal saham syariah? Saya mengenal saham syariah dari mata kuliah akuntansi syariah setelah itu saya lebih banyak lagi membaca buku tentang saham

syariah dan bergabung di salah satu galeri investasi saham syariah bursa efek.”

Dari hasil wawancara dengan seorang pembeli saham di atas menunjukkan bahwa ketika memasarkan suatu saham syariah itu resikonya lebih sedikit dari saham reguler, maka dari situlah seorang pembeli saham tertarik membeli saham karena rasio utangnya tidak boleh lebih dari 45%,40%,30%. Dan pendapatan halalnya tidak boleh lebih dari 10%, jadi bisa dikatakan rasionya bagus.

6. Bagaimana cara memilih saham yang tepat ?

Dalam memilih saham yang baik atau tepat bisa dilakukan dengan analisis fundamental, yaitu memiliki kapitalisasi pasar >Rp500 miliar, dan memiliki model bisnis yang emiten jelas dan baik dan perusahaan konsisten dalam meningkatkan laba atau saham dari kuartal ke kuartal. Selain analisis fundamental ada juga analisis teknikal dimana seorang pembeli saham memilih saham dengan arah *chart* dominan >45%, dan tidak membeli saham yang 80 % *sideways*.

Sebagaimana hasil wawancara dengan Indah sri wahyuni(pembeli saham)

:

“Seperti yang saya bilang secara menganalisa saham itu ada dua yaitu fundamental dan teknikal.”

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa memilih saham itu ada dua macam yang pertama itu fundamental, bagaimana melihat peluang saham ini seperti penjualannya bagaimana dan kebutuhannya bagaimana, dan yang kedua teknikal, yaitu menggunakan grafik dan garis

agar seorang pembeli saham bisa memperkirakan harga saham kedepannya.

7. Apa saja indikator penting dalam saham syariah ?

Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) yang diluncurkan pada tanggal 12 Mei 2011 adalah indeks komposit saham syariah yang tercatat di BEI. ISSI merupakan indikator dari kinerja Pasar Saham Syariah Indonesia . konstituen ISSI adalah seluruh saham syariah yang tercatat di BEI dan masuk ke dalam Daftar Efek Syariah (DES) yang diterbitkan oleh OJK, artinya BEI tidak melakukan seleksi saham syariah yang masuk ke dalam ISSI. Konstituen ISSI diseleksi ulang sebanyak dua kali dalam setahun, setiap bulan Mei dan November, mengikuti jadwal *review* DES. Oleh sebab itu, setiap periode seleksi selalu ada saham yang keluar atau masuk menjadi konstituen ISSI. Metode perhitungan ISSI mengikuti metode perhitungan indeks saham BEI lainnya.

Sebagaimana hasil wawancara dengan Ashabul Khahfi (Ketua KSPM) menyatakan bahwa :

“Faktor yang mempengaruhi saham syariah, contohnya orang biasanyakan sudah melihat syariah, banyak yang sudah berhijrah dari konvensional ke syariah dan dalam segi presentasinya banyaklah. bahkan banyak yang bertanya ke saya dalam memasarkan non reguler. Dalam keunggulannya itu yang kita jual ,pertama dalam sistem transaksinyaitu tidak menggunakan market kredit atau yang berbasis bunga, jadi misalkan kalo kita punya saham syariah, kita tidak boleh meminjam utang sekuritas. Intinya dalam transaksi syariah itu kita menggunakan cash basic atau uang kita kasih segitulah yang kita transaksikan.”

Hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa menurut ketua KSPM faktor yang mempengaruhi saham syariah itu ada dua yaitu, yang pertama faktor yang bersifat fundamental, merupakan faktor yang memberikan informasi tentang kinerja perusahaan dan faktor-faktor lain yang mempengaruhinya. Faktor-faktor ini meliputi Kemampuan manajemen mengelola kegiatan operasional perusahaan, Prospek bisnis perusahaan dimasa mendatang, Prospek pemasaran dari bisnis yang dilakukan, Pengembangan teknologi yang digunakan dalam kegiatan operasional perusahaan. Kedua faktor yang bersifat teknis, faktor teknis menyajikan informasi yang menggambarkan pasaran suatu efek, baik secara individu maupun secara kelompok.

8. Apa perbedaan antara saham syariah dengan saham konvensional?

Perbedaan antara saham syariah dan saham konvensional yaitu:

a. Syariah

1. Investasi terbatas pada sektor tertentu (sesuai dengan syariah) dan tidak atas dasar utang.
2. Didasarkan pada prinsip syariah (penerapan *loss-profit sharing*).
3. Melarang berbagai bentuk bunga , spekulasi dan judi
4. Adanya syariah guideline yang mengatur berbagai aspek seperti alokasi aset, praktek investasi, perdagangan dan distribusi perdagangan.

5. Terdapat mekanisme *screening* perusahaan yang harus mengikuti prinsip syariah

b. konvensional

1. Investasi bebas pada seluruh sektor.
2. Didasarkan pada prinsip bunga.
3. Membolehkan spekulasi dan judi yang pada gilirannya akan mendorong fluktuasi pasar yang tidak terkendali.
4. Guideline investasi secara umum pada produk hukum pasar modal.

Sebagaimana yang dikemukakan oleh Intan Purnama Sari

(staf galeri saham) , menyatakan bahwa :

“Saham syariah pada dasarnya memiliki pengertian yang sama dengan saham konvensional yakni surat berharga yang menunjukkan bagian kepemilikan atas suatu perusahaan. Perbedaannya adalah saham syariah berbasis pada prinsip syariah, maka setiap hal yang berkaitan dengan saham itu tidak boleh bertentangan dengan prinsip syariah.”

Hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa perbedaan saham syariah dengan saham konvensional yaitu jika sebuah saham di transaksikan tidak berdasarkan sistem syariah, seperti dengan sistem margin (utang) maka dengan sendirinya saham tersebut termasuk dalam kategori saham konvensional. Contoh saham syariah yang paling kongkrit adalah seperti saham dari bank syariah, PNBS & BRIS. Pastinya karena kedua saham ini menjalankan bisnisnya dengan sistem perbankan syariah atau muamalah, sedangkan contoh saham konvensional yang saya ketahui adalah seperti

saham dari perusahaan yang menjual b1r, yakni PT.Multi Bintang Indonesia (MLBI).

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Saham syariah pada dasarnya memiliki pengertian yang sama dengan saham konvensional yakni surat berharga yang menunjukkan bagian kepemilikan atas suatu perusahaan. Perbedaannya adalah saham syariah berbasis pada prinsip syariah, maka setiap hal yang berkaitan dengan saham itu, tidak boleh bertentangan dengan prinsip syariah.
2. Memilih saham itu ada dua macam, yaitu fundamental dan teknikal, fundamental merupakan bagaimana melihat peluang saham ini seperti penjualan dan keuntungannya , sedangkan teknikal merupakan menggunakan grafik dan garis agar seorang pembeli saham bisa memperkirakan harga saham kedepannya.
3. Memasarkan produk saham syariah itu bisa dilakukan dengan sosialisasi dengan masyarakat terhadap masyarakat yang belum mengenal saham syariah itu sendiri .

B. Saran

Sebagai akhir dari penelitian ini, kiranya penulis menyampaikan saran-saran berdasarkan hasil penelitian terhadap penggunaan dan pemasaran produk saham syariah terkhusus pada Galeri Investasi Saham Syariah Bursa Efek Indonesia Makassar yang ada di Universitas Muhammadiyah Makassar. Diantara saran yang perlu penulis sampaikan berkaitan dengan penggunaan dan Pemasaran Produk Saham Syariah adalah sebagai berikut :

1. Kepada pihak Staf Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia Makassar, agar terus berusaha meningkatkan kinerjanya. Sebagaimana dari hasil penelitian yang terdapat dalam skripsi ini dengan meningkatkan dan mengefisienkan penggunaan dan pemasaran produk saham syariah.
2. Semoga dengan adanya penelitian ini penulis dapat mengaplikasikan ilmunya di masyarakat kedepannya, dan penelitian ini dapat dilanjutkan sehingga dapat di jadikan pedoman dalam melakukan investasi pada saham syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin, dan Francis Tantri, 2012, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta:PT Raja Grafindo Persada.
- Ahmad, Kamaruddin, 2006, *Dasar-dasar Manajemen Investasi dan Portofolio*, Jakarta:Rineka Cipta.
- Alma, B. 2007, *Manajemen dan Pemasaran Jasa*, Bandung:Alfabeta.
- Ang, Robert. 1997, *Buku Pintar Pasar Modal Syariah Indonesia*, Jakarta:Mediasoft Indonesia.
- Arikunto, 2006, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta:Rineka Cipta.
- Branan, Tom. 1995, *Integrated Marketing Communication (Komunikasi Pemasaran Terpadu)*, Jakarta:PT. Gramedia Pustaka Umum.
- Daryanto, 2011, *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*, Bandung:PT.Sarana Tutorial Nuraini Sejahtera.
- Eduardus, Tandelilin, 2010, *Portofolio dan Investasi*, Yogyakarta:Kanisius.
- Fahmi, Irham. 2006, *Analisis Investasi dalam Perspektif Ekonomi dan Politik*, Bandung:PT.Refika Aditama.
- Hadi, Nor, 2015, *Pasar Modal Syariah Edisi 2*, Yogyakarta:Hak Cipta.
- Hartono, Jogiyanto. 2010, *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*, Yogyakarta:BPFE UGM.
- Herianto, Farid dan Siswanto Sudom. 1998, *Perangkat dan Teknik Analisis Investasi di Pasar Modal*, Jakarta:PT.Bursa Efek.
- Hurriyanti, Ratih. 2008, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung:Alfabeta.
- Kotler, Philip. 1998, *Manajemen Pemasaran; Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol Jilid 2*, Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler & Armstrong, 2001, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- Kountur, Rony. 2003, *Metodologi Penelitian*, Jakarta:Penerbit PPM.
- Lexy J . Moleong, 2002, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung:Remaja Rosdakarya.

Lupiyoadi, Rambat. 2001, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta:Salemba Empat.

Simamora, Bilson, 2001, *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif dan Profitable*, Jakarta:PT.Gramedia Pustaka Umum.

Sugiyono, 2014, *Metode Penelitian Pendidikan; Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*, Bandung:Alfabeta

Sutisna, 2003, *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*, Bandung:PT Remaja Rosdakarya.

Swastha, Basu, 2008, *Menejemen Pemasaran Modern*, Jakarta:Liberty.

Tjiptono, fandy, 2008, *Pemasaran Strategi*, Yogyakarta:ANDI.

L

A

M

P

I

R

A

N



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Nomor : 937/Izn-5/C.4-VIII/V/37/2018

29 Sya'ban 1439 H

Lamp : 1 (satu) Rangkap Proposal

15 May 2018 M

Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth,

Bapak Gubernur Prov. Sul-Sel

Cq. Kepala UPT P2T BKPMMD Prov. Sul-Sel

di -

Makassar

السَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ

Berdasarkan surat Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar, nomor: 01328/FAI/05/A.6-II/V/39/18 tanggal 15 Mei 2018, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : **FITRIANA**

No. Stambuk : **10525020314**

Fakultas : **Fakultas Agama Islam**

Jurusan : **Hukum Ekonomi Syariah**

Pekerjaan : **Mahasiswa**

Bermaksud melaksanakan penelitian/pengumpulan data dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul :

“ Analisis Pemasaran Produk Saham Syariah Pada Bursa Efek Indonesia Makassar ”

Yang akan dilaksanakan dari tanggal 12 Mei 2018 s/d 12 Juli 2018.

Sehubungan dengan maksud di atas, kiranya Mahasiswa tersebut diberikan izin untuk melakukan penelitian sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan Jazakumullahu khaeran katziraa.

السَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ

Ketua LP3M,

Dr. Ir. Abubakar Idhan, MP.

NBM 101 7716



FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Kantor : Jl. Sultan Alauddin No. 259 (Menara Iqra' Lt. IV) Makassar 90221 Fax./Telp. (0411) 866972

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Nomor : 01325 / FAI / 05 / A.6-II/ V / 39 / 18
Lamp : -
Hal : **Pengantar Penelitian**

Kepada Yang Terhormat,
Ketua LP3M Unismuh Makassar
Di -
Makassar.

السَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ

Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar
menerangkan bahwa Mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini :

Nama : **Fitriana**
Nim : 105 25 0203 14
Fakultas/ Prodi : Agama Islam/ Hukum Ekonomi Syariah

Benar yang bersangkutan akan mengadakan penelitian dalam rangka penyelesaian skripsi dengan judul:

“ANALISIS PEMASARAN PRODUK SAHAM SYARIAH PADA BURSA EFEK INDONESIA MAKASSAR”.

Atas kesediaan dan kerjasamanya kami haturkan Jazaakumullahu Khaeran Katsiran.

وَالسَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ

Makassar, 28 Syaban 1439 H
14 Mei 2018 M.

Dekan



Drs. H. Mawardi Pewangi, M. Pd.I.
NBM. 554 612

Makassar, 10 JULI 2018 M
26 Syawal 1439 H

Nomor : 335/II.3.AU/2018
Hal : Jawaban Permohonan Penelitian

Kepada Yth.,
Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Makassar
Di

Tempat

Assalamualaikum, Wr Wb

Memperhatikan surat dari Universitas Muslim Indonesia maka bersama ini disampaikan, hal-hal sebagai berikut :

1. Bahwa Galeri Investasi BEI-Unismuh Makassar bersedia untuk memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk melakukan penelitian :
Nama : Fitriana
Stambuk : 10525020314
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah
Judul Penelitian : ***"Analisis Pemasaran Produk Saham Syariah Pada Bursa Efek Indonesia Makassar"***
2. Peserta diwajibkan membuka Rekening Dana Nasabah (RDN) dan Kartu Tanda Anggota (KTA) di Galeri Investasi BEI-Unismuh Makassar.

Demikian jawaban kami, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Fastabiqul khaerat,

Ketua
Galeri Investasi BEI-Unismuh Makassar

GALERI INVESTASI
BEI-UNISMUH MAKASSAR
Agusdiwana Suarni, SE., M.ACC
NBM: 1005987

PERTANYAAN

1. Bagaimana cara memasarkan produk saham syariah pada bursa efek?
2. Bagaimana peluang saham syariah pada BEI di makassar?
3. Bagaimana bursa efek memperkenalkan saham syariah ke masyarakat?
4. Keunggulan apa saja yang sudah di dapat dari saham syariah ?
5. Mengapa anda tertarik membeli saham syariaah, dan darimana anda mengenal saham syariah ?
6. Bagaimana cara memilih saham yang tepat ?
7. Apa saja indikator penting dalam saham syariah ?
8. Apa perbedaan saham syariah dengan saham konvensional ?



Pada tanggal 4 juli 2018, melakukan wawancara dengan Ashabul Kahfi (Ketua KSPM).



Pada tanggal 5 juli 2018, melakukan wawancara degan Siti Aisyah (Pembeli Saham).



Pada tanggal 5 juli 2018, melakukan wawancara dengan Indah Sri Wahyuni (Pembeli Saham).



Pada tanggal 7 juli 2018 , melakukan wawancara dengan Reni (Pembeli Saham).



Pada tanggal 9 juli 2018, melakukan wawancara dengan Irmayanti (Pembeli Saham).

RIWAYAT HIDUP



FITRIANA. Lahir di Keningau Malaysia, 06 Februari 1997. Anak pertama dari lima bersaudara dari pasangan Basruddin dan Jamila. Menempuh Pendidikan Sekolah Dasar di SDN 61 Lekkong pada tahun 2002 dan tamat pada tahun 2008, kemudian pada tahun yang sama melanjutkan Pendidikan di SMPN 2 Enrekang dan tamat pada tahun 2011. Setelah tamat, pada tahun tersebut penulis melanjutkan Pendidikan di tingkat SMA di SMAN 1 Enrekang dan mengambil jurusan IPS kemudian tamat pada tahun 2014. Setelah menyelesaikan studi di Kecamatan Cendana Kabupaten Enrekang Atas Ridha Allah SWT dan restu kedua orang tua, penulis melanjutkan hijrah ke Kota Makassar untuk melanjutkan Pendidikan pada jenjang Perkuliahan dan Alhamdulillah pada pertengahan tahun 2014 penulis secara resmi terdaftar sebagai Mahasiswi di Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar Fakultas Agama Islam Prodi Hukum Ekonomi Syariah.
