

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. Penelitian Relevan**

Sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian ini akan dicantumkan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh peneliti lain yang relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis. Sebelum penulis menyusun dan melakukan penelitian terkait “Strategi Promosi KSPM IAIN Kendari dalam upaya Meningkatkan Jumlah Investor Saham Syariah” dalam penelitian terdahulu digunakan untuk membantu mendapatkan gambaran dalam menyusun mengenai penelitian di atas. Adapun tulisan terdahulu yang telah membahas sekitar topik ini adalah sebagai berikut:

1. Rizkiana dalam penelitian yang berjudul Analisis Persepsi Investor pada Perusahaan Sekuritas PT. Bepede Jateng Securities mengidentifikasi apakah terdapat hubungan yang positif antara variabel-variabel dependen (kecukupan modal, kualitas pelayanan nasabah, arus informasi, teknologi yang disediakan, kepercayaan terhadap manajemen dan provisi/fee) terhadap keputusan konsumen dalam memilih perusahaan sekuritas dan untuk mengetahui dari variabel tersebut manakah yang paling dominan. Objek penelitian ini adalah para investor yang memilih PT. Bepede Jateng Securities sebagai perusahaan sekuritas yang dapat membantu mereka dalam bertransaksi saham. Alat analisis data yang digunakan adalah chi square dan koefisien kontingensi. Hasil penelitian

menyatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kecukupan modal, kualitas pelayanan, informasi/rekomendasi pembelian atau penjualan saham, fasilitas, kepercayaan, dan provisi/fee dengan keputusan investor dalam memilih perusahaan sekuritas yang ditunjukkan dengan frekuensi penggunaan jasa perusahaan sekuritas. Hasil pendapat responden menyatakan bahwa variabel yang berpengaruh terhadap keputusan investor dalam memilih perusahaan sekuritas adalah persepsi konsumen terhadap kecukupan modal, kualitas pelayanan, fasilitas, kepercayaan, informasi/rekomendasi pembelian atau penjualan saham, dan provisi/fee.<sup>1</sup>

2. Penelitian yang dilakukan oleh Meilyta mengenai analisis manfaat dari strategi diferensiasi melalui penggunaan teknologi informasi pada produk jasa perdagangan saham PT. Universal Broker Indonesia bertujuan untuk mengetahui apakah strategi diferensiasi teknologi informasi yang diterapkan oleh PT. Universal Broker Indonesia mampu menciptakan keunggulan bersaing perusahaan dengan perusahaan sejenis lainnya. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah diferensiasi melalui produk jasa yang dimiliki oleh perusahaan tersebut mampu meningkatkan keuntungan perusahaan. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis kualitatif rantai nilai dan rasio kuantitatif rasio radar. Hasil penelitian menyatakan bahwa jasa pialang saham, sistem elektronik perdagangan saham, sistem operasi, dan manajemen telah memposisikan PT. Universal Broker Indonesia sebagai perusahaan yang mampu bersaing

---

<sup>1</sup> Riskiana, *Analisis Persepsi Investor Pada Perusahaan Sekuritas PT. Bepede Jateng Securities*, Jawa Tengah, 2009.

dengan tingkat produktivitas, profitabilitas, dan stabilitas yang cenderung meningkat selama lima bulan periode penelitian (Januari – Mei 2009).<sup>2</sup>

3. Rahmat melakukan penelitian mengenai analisis strategi pemasaran pada PT. Koko Jaya Prima Makassar. Penelitian tersebut bertujuan untuk menganalisis lebih lanjut mengenai strategi pemasaran yang telah dikembangkan pada PT. Koko Jaya Prima Makassar dalam upaya mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki oleh perusahaan. Selain itu, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui alternatif strategi yang dapat dipakai oleh perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, Threats) dengan pendekatan kuantitatif dan kualitatif.<sup>3</sup>

## **B. Kajian Teori**

### **1. Pasar Modal Syariah**

Pasar Modal sebagaimana pasar pada umumnya, yaitu tempat bertemunya penjual dan pembeli. Disini yang diperjualbelikan adalah modal atau dana. Jadi, pasar modal mempertemukan penjual modal/dana dengan membeli modal atau dana.<sup>4</sup>

Pasar modal adalah pasar untuk berbagai instrumen keuangan (sekurita) jangka Panjang yang bisa diperjualbelikan, baik dalam bentuk

---

<sup>2</sup> Meilyta, *Analisis Manfaat Dari Strategi Diferensiasi Melalui Penggunaan Teknologi Informasi Pada Produk Jasa Perdagangan Saham PT. Universal Broker Indonesia*, Jakarta, 2009.

<sup>3</sup> Rahmat, *Analisis strategi pemasaran pada PT. Koko Jaya Prima Makassar*, 2011.

<sup>4</sup>Sumantoro, *Bunga Rampai Penanaman Modal dan Pasar Modal*, Bandung: Bina Cipta, 1989. H. 9.

modal maupun utang, baik yang diterbitkan oleh pemerintah, *public authorities* maupun perusahaan swasta.<sup>5</sup>

Perbedaan secara umum antara pasar modal syariah dan pasar modal konvensional dapat dilihat pada instrumen dan mekanisme transaksinya, sedangkan perbedaan nilai indeks saham syariah dengan nilai indeks saham konvensional terletak pada kriteria saham emiten harus memenuhi prinsip-prinsip dasar syariah. Dalam konsep pasar modal syariah disebutkan bahwa saham yang diperdagangkan harus bersal dari perusahaan yang bergerak dalam sektor yang memenuhi kriteria syariah dan terbebas dari unsur ribawi, serta transaksi saham dilakukan dengan menghindari berbagai praktik spekulasi.<sup>6</sup>

Pertama kali lembaga keuangan *concern* didalam mengoperasionalkan portofolio syariah dipasar modal adalah *Amanah Income Fund* yang didirikan pada bulan juni 1986 oleh para anggota North American Islamic Trust yang bermarkas di Indiana, Amerika Serikat. Tidak lama kemudian wacana membangun pasar modal yang berbasis syariah disambut dengan antusias oleh para pakar ekonomi Muslim di Kawasan Timur Tengah, Eropa, Asia dan juga wilayah Amerika Serikat lainnya. Beberapa negara yang proaktif dalam menyambut kedatangan para investor muslim maupun investor yang ingin memanfaatkan pasar modal yang berprinsip syariah adalah Bahrain stock di Bahrain, Amman Financial Market di Amman,

---

<sup>5</sup>Suad Husnan, *Manajemen Keuangan (teori dan penerapan)*, Yogyakarta:BPFE,1996, h. 3

<sup>6</sup>Khaerul Umam, *Pasar Modal Syariah, Bandung: puataka Setia., 2013.h.38*

Muscat Securities Kuwait Stock Exchange di Kuwait dan KL Stock Exchange di Kuala Lumpur Malaysia.<sup>7</sup>

Dalam rangka merespon segala hal yang berhubungan dengan investasi syariah sebagai akibat dari pesatnya perkembangan ekonomi syariah diseluruh dunia, di Jakarta dibentuk Jakarta Islamis Indeks (JII) yang dikeluarkan oleh PT Bursa Efek Jakarta pada tanggal 3 juli 2000. Perusahaan-perusahaan (Emiten) yang kegiatannya tidak sesuai dengan syariah maka akan dikeluarkan dari kelompok JII. Bagi perusahaan yang telah terdaftar di JII paling tidak perusahaan tersebut telah memenuhi filter dari prinsip-prinsip syariah dan sudah terpenuhi kriteria untuk indeks yang telah ditetapkan, sedangkan tolak ukur filter syariah adalah usaha perjudian, tidak menggunakan unsur ribawi sebagaimana dalam investasi konvensional, bukan emiten yang mendistribusikan dan memproduksi barang-barang haram, atau barang-barang yang bisa merusak moral bangsa.

Tabel1. Prinsip pasar modal syariah<sup>8</sup>

Penyebab haramnya		Implikasi dipasar modal
Li Dzatihi		Efek yang diperjualbelikan harus merupakan representasi dari barang dan jasa yang halal
Li Ghairi	Tadis	1. Keterbukaan/transparansi informasi 2. Larangan terhadap informasi yang menyesatkan
	Riba Fadhl	Larangan terhadap transaksi yang

<sup>7</sup> Sofyan Syafri Harahap, *Menuju Perumusan Teori Akutansi Islam*, Pustaka Quantum, Jakarta, 2001. h.287-288

<sup>8</sup> Khaerul Umam, *Pasar Modal Syariah*, Bandung: puataka Setia., 2013.h.24

		mengandung ketidakjelasan objek yang ditransaksikan, bagi dari sisi pembeli maupun penjual.
	Riba Nasiah	Larangan atas pertukaran efek sejenis dengan nilai nominal berbeda
	Riba jahiliyah	Larangan atas short <i>selling</i> yang menetapkan bunga atas pinjaman.
	Bai' Najasy	Larangan melakukan rekayasa permintaan untuk mendapatkan keuntungan diatas laba normal, dengan cara menciptakan <i>false demand</i> .
	Ikhtikar	Larangan melakukan rekayasa penawaran untuk mendapatkan keuntungan di atas laba normal, dengan cara mengurangi <i>supply</i> agar harga jual naik.
Tidak sah akad	Rukun dan syarat	Larangan atas semua investasi yang tidak dilakukand engan cara sportif
	Ta'alluq	Transaksi yang <i>sentiment</i> -nya dikaitkan dengan transaksi lainnya (menjual saham dengan syarat)
	2 in 1	Dua transaksi dalam satu akad, dengan syarat: 1. Objek sama; 2. Pelaku sama; 3. Periode sama.

Masa krisis merupakan sebuah momentum terhadap perubahan pola pemikiran barat yang semakin diragukan kebenarannya pola konvensional baik dalam lembaga perbankan mengalami goncangan yang sangat dahsyat, sehingga tidak sedikit dari lembaga keuangan ini yang mengalami likuidasi atau pailit masuk pada Badan Penyehatan Perbankan Nasional (BPPN).<sup>9</sup>

<sup>9</sup><https://www.cermatekonomi.co.id>. Diakses pada tanggal 01 oktober 2018

Demikian pula perkembangannya dengan pasar modal Indonesia mengalami gejolak-gejolak yang sama, seperti lembaga keuangan lainnya. Namun, disisi lain bank-bank yang menggunakan landasan syariah dalam operasionalnya tidak mengalami sedikit pun, keberadaannya malah semakin pesat secara dinamis maka tidak heran kalau pasar modal Indonesia mengikuti jejak perbankan syariah untuk melakukan perdagangannya melalui pasar modal syariah yang dikenal dengan Index Syariah (Jakarta Islamic Index) di Bursa Efek Jakarta. Perkembangan pasar modal syariah ditandai dengan berkembang pesatnya reksa dana berbentuk kontrak investasi kolektif dipasar modal Indonesia. Dalam perjalanannya telah hadir reksa dana syariah, yaitu reksa dana yang khusus menginvestasikan dananya kedalam saham-saham perusahaan yang tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip Islam. Reksa dana ini memberikan alternatif investasi kepada pemodal muslim.<sup>10</sup>

Syarat pemilihan saham JII lebih ditekankan pada jenis usaha emiten yang tidak boleh bertentangan dengan syariah Islam, yaitu dengan menggunakan proses *screening* dan *cleansing* diantaranya:<sup>11</sup>

1. Bukan usaha yang tergolong judi,
2. Bukan lembaga keuangan konvensional,
3. Bukan usaha yang memproduksi, mendistribusi dan memperdagangkan makanan/minuman yang tergolong haram,

---

<sup>10</sup> Agam Ayatullah, "Analisa Perbandingan kinerja Jakarta Islamic Index dengan Index Saham Konvensional di Bursa Efek Jakarta", 23 september 2003

<sup>11</sup> Adrian Sutedi, *pasar modal syariah*, Jakarta : sinar Grafika, 2011. h.68

4. Bukan usaha yang memproduksi, mendistribusi dan menyediakan barang atau jasa yang bersifat merusak moral dan bersifat mudharat.

Dalam menetapkan saham-saham yang akan masuk dalam penghitungan index syariah ini, dilakukan proses seleksi sebagai berikut:

1. Memilih kumpulan saham dengan jenis usaha utama yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan sudah tercatat lebih dari 3 bulan, kecuali termasuk urutan 10 kapitalisasi pasar terbesar.
2. Memilih saham berdasarkan laporan keuangan tahunan atau tengah tahun terakhir yang memiliki rasio kewajiban terhadap aktiva maksimal 90%.
3. Memilih 60 saham dari susunan saham diatas berdasarkan urutan rata-rata kapitalisasi pasar terbesar selama satu tahun terakhir.<sup>12</sup>
4. Memilih 30 saham dengan urutan berdasarkan tingkat likuiditas, dilihat dari rata-rata nilai perdagangan reguler selama satu tahun terakhir.

Semenjak dibukanya JII di pasar modal antusias masyarakat tentang pasar modal yang semula redup kini terang kembali. Pasalnya dalam transaksi pasar modal syariah, kebiasaan-kebiasaan spekulasi yang sering kali dipraktikan oleh para pelaku dan pialang sulit dilakukan. Apalagi dalam pasar modal syariah emiten-emiten yang terdaftar di JII merupakan emiten yang berasal dari perusahaan yang halal, seperti emiten telkom, indisat, Aneka

---

<sup>12</sup>*Ibid, Adrian....* h. 72



Tambang, Argo Lestasi dan lain-lainnya. Dalam JII sulit ditemukan emiten sejenis perusahaan rokok dan minuman keras.<sup>13</sup>

Dan setelah resmi diluncurkan pada tanggal 14 Maret 2003, instrumen-instrumen pasar modal berbasis syariah yang telah terbit sampai dengan saat ini adalah sebagai berikut:

a. Saham Syariah

Dalam hal ini, di Bursa Efek Indonesia terdapat Jakarta Islamic Indeks (JII) yang merupakan 30 saham yang memenuhi kriteria syariah yang ditetapkan Dewan Syariah Nasional (DSN). JII dimaksudkan untuk digunakan sebagai tolok ukur (benchmark) untuk mengukur kinerja suatu investasi pada saham dengan basis syariah. Melalui index ini diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan investor untuk mengembangkan investasi dalam ekuiti secara syariah. Saham-saham yang masuk dalam Indeks Syariah adalah emiten yang kegiatan usahanya tidak bertentangan dengan syariah seperti: Usaha perjudian dan permainan yang tergolong judi atau perdagangan yang dilarang.<sup>14</sup>

Usaha lembaga keuangan konvensional (ribawi) termasuk perbankan dan asuransi konvensional. Usaha yang memproduksi, mendistribusi serta memperdagangkan makanan dan minuman yang tergolong haram. Usaha yang memproduksi, mendistribusi dan/atau menyediakan barang-barang ataupun jasa yang merusak moral dan bersifat

---

<sup>13</sup> Agus Y. "pasar modal syariah masih menjanjikan peluang bisnis", [www.pkesinteraktif.com](http://www.pkesinteraktif.com)

<sup>14</sup>Nurul Huda, Investasi pada Pasar Modal Syariah, Jakarta: Kencana, 2008. H. 45

mudarat. Selain kriteria diatas, dalam proses pemilihan saham yang masuk JII, Bursa Efek Indonesia melakukan tahap-tahap pemilihan yang juga mempertimbangkan aspek likuiditas dan kondisi keuangan emiten, yaitu: Memilih kumpulan saham dengan jenis usaha utama yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan sudah tercatat lebih dari 3 bulan (kecuali termasuk dalam 10 kapitalisasi besar). Memilih saham berdasarkan laporan keuangan tahunan atau tengah tahun berakhir yang memiliki rasio Kewajiban terhadap Aktiva maksimal sebesar 90%. Memilih 60 saham dari susunan saham diatas berdasarkan urutan rata-rata kapitalisasi pasar (market capitalization) terbesar selama satu tahun terakhir. Memilih 30 saham dengan urutan berdasarkan tingkat likuiditas rata-rata nilai perdagangan reguler selama satu tahun terakhir.<sup>15</sup>

Pengkajian ulang akan dilakukan 6 bulan sekali dengan penentuan komponen index pada awal bulan Januari dan Juli setiap tahunnya. Sedangkan perubahan pada jenis usaha emiten akan dimonitoring secara terus menerus berdasarkan data-data publik yang tersedia.

b. Obligasi Syariah

Sesuai dengan Fatwa Dewan Syari'ah Nasional No: 32/DSN-MUI/IX/2002, "Obligasi Syariah adalah suatu surat berharga jangka panjang berdasarkan prinsip syariah yang dikeluarkan Emiten kepada pemegang Obligasi Syari'ah yang mewajibkan Emiten untuk membayar pendapatan kepada pemegang Obligasi Syari'ah berupa bagi

---

<sup>15</sup>*Ibid.,h. 50*

hasil/margin/fee, serta membayar kembali dana obligasi pada saat jatuh tempo.<sup>16</sup>

Tidak semua emiten dapat menerbitkan obligasi syariah. Untuk menerbitkan Obligasi Syariah, beberapa persyaratan berikut harus dipenuhi:

Aktivitas utama (core business) yang halal, tidak bertentangan dengan substansi Fatwa No: 20/DSN-MUI/IV/2001. Fatwa tersebut menjelaskan bahwa jenis kegiatan usaha yg bertentangan dengan syariah Islam diantaranya:

- a. usaha perjudian dan permainan yang tergolong judi atau perdagangan yang dilarang;
- b. usaha lembaga keuangan konvensional (ribawi), termasuk perbankan dan asuransi konvensional;
- c. usaha yg memproduksi, mendistribusi, serta memperdagangkan makanan dan minuman haram;
- d. usaha yg memproduksi, mendistribusi, dan atau menyediakan barang<sup>2</sup> ataupun jasa yg merusak moral dan bersifat mudarat.

Peringkat investment grade diantaranya : memiliki fundamental usaha yg kuat, memiliki fundamental keuangan yg kuat, memiliki citra yg baik bagi publik. Keuntungan tambahan jika termasuk dalam komponen III.

---

Ibid., H. 83<sup>16</sup>

Di Indonesia terdapat dua skema obligasi syariah yaitu obligasi syariah mudharabah dan obligasi syariah ijarah. Obligasi syariah mudharabah merupakan obligasi syariah yang menggunakan akad bagi hasil sedemikian sehingga pendapatan yang diperoleh investor atas obligasi tersebut diperoleh setelah mengetahui pendapatan emiten. Sedangkan obligasi syariah ijarah merupakan obligasi syariah yang menggunakan akad sewa sedemikian sehingga kupon (fee ijarah) bersifat tetap, dan bisa diketahui/ diperhitungkan sejak awal obligasi diterbitkan.

Dalam perdagangan obligasi syariah, menurut Muhammad Gunawan tidak boleh diterapkan harga diskon atau harga premium yang lazim dilakukan pada obligasi konvensional. Prinsip transaksi obligasi syariah adalah al-hawalah (transfer service atau pengalihan piutang dengan tanggungan bagi hasil), sehingga jual beli obligasi syariah hanya boleh pada harga nominal pelunasan jatuh tempo obligasi.<sup>17</sup>

c. Reksa Dana Syariah

Reksa Dana Syariah merupakan Reksa Dana yang mengalokasikan seluruh dana/portofolio kedalam instrument syariah seperti saham-saham yang tergabung dalam Jakarta Islamic Indeks (JII), obligasi syariah, dan berbagai instrument keuangan syariah lainnya. Perdagangan Reksa Dana Syariah, manajer investasi menawarkan kepada pembeli Reksa Dana Syariah yang bersifat jangka pendek di pasar uang dan Reksa Dana Syariah jangka panjang di pasar saham. Misalnya Danareksa Syariah

---

<sup>17</sup>Ibid., H. 47

mengalokasikan 80% investasinya di saham dan 20% di pasar uang atau surat utang. Keuntungan yang diperoleh investor dalam Reksa Dana Syariah ini sangat bergantung pada bagaimana manajer investasi menginvestasikan dana yang dikelolanya. Reksadana syariah tumbuh sangat mengesankan, sebelumnya pada tahun 2003 hanya ada 3 (tiga) reksa dana syariah yang efektif, kemudian bertambah secara kumulatif menjadi 10 (sepuluh) reksa dana syariah sampai dengan akhir 2004.<sup>18</sup>

Dan adapun instrument yang diharamkan dalam pasar modal syariah adalah :

1. Preferred Stock (saham istimewa). Saham jenis ini diharamkan oleh ketentuan syariah karena terdapat dua karakteristik utama, yaitu:
  2. danya keuntungan tetap (pre-determinant revenue). Hal ini menurut kalangan ulama dikategorikan sebagai riba.
  3. Pemilik saham preferen mendapatkan hak istimewa terutama pada saat likuidasi. Hal ini mengandung unsur ketidakadilan.
4. Forward Contract Forward contract. Diharamkan karena segala bentuk jual beli utang (dayn bi dayn) tidak sesuai dengan syariah. Bentuk kontrak forward ini dilarang dalam Islam karena dianggap jual beli utang/piutang terdapat unsur ribawi, sedangkan terjadinya transaksi jual beli dilakukan sebelum tanggal jatuh tempo.
5. Option. Option merupakan hak, yaitu untuk membeli dan menjual barang yang tidak disertai dengan underlying asset atau real asset.

---

<sup>18</sup>Ibid., Nurul huda, h.110

Transaksi option ini bersifat tidak ada (non exist) dan dinilai oleh kalangan ulama bahwa kontrak option ini termasuk future, yaitu mengandung unsur gharar (penipuan/spekulasi) dan maysir (judi).

#### 6. Transaksi margin on trading

Bentuk transaksi ini dilarang karena hal-hal berikut : Kondisi di mana sisa harga akad yang belum dibayar dengan imbalan berupa bunga yang diharamkan oleh syariah.

- a. Surat berharga yang menjadi objek akad dijadikan jaminan pada pialang yang mengambil manfaat dari keuntungan.
- b. Adanya dua akad secara bersamaan dalam satu akad, yaitu akad jual beli dan utang.
- c. Transaksi ini menimbulkan ketidakadilan, karena hanya menguntungkan satu pihak dan merugikan pihak yang lain.
- d. Adanya praktik perjudian atas surat berharga.<sup>19</sup>

#### 7. Transaksi short selling

Merupakan suatu bentuk transaksi jual beli, di mana penjualan terhadap surat berharga belum dimiliki pada waktu akad. Transaksi ini dilarang dalam Islam karena memiliki unsur-unsur yang bersifat spekulatif dan penipuan.

Pasar modal syariah harus membuang jauh-jauh setiap transaksi yang berlandaskan spekulasi. Inilah bedanya dengan pasar modal konvensional yang meletakkan spekulasi saham sebagai cara

---

untuk mendapatkan keuntungan. Meskipun dalam kasus-kasus tertentu seperti insider trading dan manipulasi pasar dengan membuat laporan keuangan palsu dilarang dalam pasar modal konvensional.<sup>20</sup>

d. Indeks Syariah

Dalam konteks ekonomi islam, pada pola investasi syariah, equity fund dan indeks saham syariah pertama kali justru diluncurkan di Negara yang selama ini sangat alergi terhadap islam, yaitu Amerika Serikat. Equity fund pertama kali diperkenalkan kepada masyarakat pada tahun 1986 oleh The North America Trust. Sementara Dow Jones Indeks pertama kali memperkenalkan indeks syariah pada tahun 1999 dengan membentuk Dow Jones Islamic Market Indeks (DJIM). Dow Jones Islamic Index (DJII), pionir indeks saham Islam ini pertama kali diluncurkan pada 8 Februari 1999 di Manama, Bahrain. Pencetus dan perintis ide tersebut adalah A. Rushdi Shiddiqui, yang sebelumnya bekerja sebagai analisis saham di sebuah perusahaan investment bank Wall Street sebagai analisis.<sup>21</sup>

Ada dua hal utama dalam pasar modal syariah yaitu indeks Islam dan pasar modal syariah itu sendiri. Indeks Islam menunjukkan pergerakan harga-harga saham dari emiten yang dikategorikan sesuai syariah, sedangkan pasar modal syariah merupakan institusi pasar modal

---

<sup>20</sup>Adrian Sutedi, *Pasar Modal Syariah*, Jakarta: Sinar Grafika, 2011. h. 95

<sup>21</sup>Ibid., H. 127

sebagaimana lazimnya yang diterapkan berdasarkan “prinsip-prinsip syariah.”<sup>22</sup>

## 2. Strategi Promosi Pasar Modal

### a. Pengertian Strategi Promosi

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani “*strategia*” yang diartikan sebagai *the art of the general* atau seni seorang panglima yang biasanya digunakan dalam peperangan. Dalam pengertian umum, strategi adalah cara untuk mendapatkan kemenangan atau mencapai tujuan. Strategi pada dasarnya merupakan seni dan ilmu menggunakan dan mengembangkan kekuatan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.<sup>23</sup>

Sedangkan secara terminologi menurut Chandler mendefinisikan bahwa strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya. Sedangkan menurut Porter, strategi merupakan alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing.<sup>24</sup>

Strategi dipahami bukan hanya sebagai berbagai cara untuk mencapai tujuan, melainkan mencakup pula penentuan berbagai tujuan. Strategi dipahami pula sebagai pola yang mencakup di dalamnya baik strategi yang direncanakan maupun strategi yang pada awalnya tidak

---

<sup>22</sup> Adrian Sutedi, *Pasar Modal Syariah*, Jakarta: Sinar Grafika, 2011. h. 56

<sup>23</sup> Solihin, Ismail. *Manajemen Strategi*, Bandung: Erlangga, 2012. h. 23

<sup>24</sup> Lihat, Umar, Husain. *Metode Penelitian Manajemen Strategik: Cara Mudah Meneliti Masalah-Masalah Manajemen Strategik untuk Skripsi, Tesis Dan Praktik Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers, 2010. h. 17



dimaksudkan perusahaan tetapi menjadi strategi yang di pertimbangkan bahkan di pilih oleh perusahaan untuk di implementasukannya.

Berdasarkan pengertian di atas, maka dapat penulis simpulkan bahwa pengertian strategi yang di maksud dalam penelitian ini yaitu kesatuan keputusan atau tindakan yang di rumuskan berdasarkan tinjauan terhadap faktor internal maupun eksternal untuk mencapai tujuan Bursa Efek Indonesia (BEI) Cabang Kendari dalam meningkatkan jumlah investor.

Promosi adalah kegiatan memperkenalkan suatu produk dari perusahaan tertentu agar dapat dikenal publik dan menarik minat pembeli. Dalam pemasaran, efektivitas sebuah iklan sering digunakan untuk menamakan *brand image* atau agar lebih dikenal keberadaannya. Ketika *brand image* sudah tertanam dibenak masyarakat umum, menjual sebuah produk, baik dalam bentuk barang maupun jasa terasa menjadi lebih mudah.

Promosi merupakan kegiatan terpenting yang berpran aktif dalam memperkenalkan, memberitahukan, dan mengingatkan kembali manfaat suatu produk agar mendorong pelanggan untuk membeli produk yang dipromosikan tersebut.<sup>25</sup> Untuk mengadakan promosi, setiap perusahaan harus dapat menentukan dengan tepat alat promosi manakah yang akan digunakan agar mencapai keberhasilan dalam penjualan. Kasmir dalam bukunya menyebutkan bahwa terdapat tiga macam alat atau sarana

---

<sup>25</sup> Jaiz, Muhammad. *Dasar-dasar Periklanan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.2014.h.43

promosi yang dapat digunakan dalam mempromosikan baik produk maupun jasanya adalah:<sup>26</sup>

1. Periklanan (*advertising*)

Iklan merupakan sarana promosi yang digunakan oleh lembaga, bank dan KSPM guna menginformasikan, menarik dan mempengaruhi calon nasaba atau investor. Penggunaan promosi dengan iklan dapat dilakukan dengan berbagai media, seperti: televisi, radio, koran, majalah dan lainnya.

2. Publisitas (*publicity*)

Publisitas merupakan sarana promosi yang digunakan bank, perusahaan atau lembaga lainnya dalam hal ini lembaga KSPM IAIN Kendari untuk menarik investor melalui kegiatan seperti pameran, seminar, perlombaan, workshop dan lainnya. Kegiatan publisitas ini dapat meningkatkan pamor suatu lembaga termasuk KSPM.

### **b. Strategi Promosi Syariah**

Marketing Syari'ah adalah sebuah disiplin bisnis strategi yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan value dari suatu inisiator kepada *stake holdernya*, yang didalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam Islam.<sup>27</sup> Artinya bahwa Syari'ah marketing adalah seluruh proses, baik proses penciptaan, proses

---

<sup>26</sup> Kasmir. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.2014.h.247

<sup>27</sup> Hermawan Kertajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syari'ah Marketing*, (Bandung: Mizan, 2006), hal.139

penawaran, maupun proses perubahan nilai (*value*), tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah yang islami.

Indikator marketing syariah yang dapat menjadi panduan bagi para pemasar sebagai berikut:

1. Teistis (*rabbaniyah*) : ini di maksudkan bahwa sumber utama etika dalam islam adalah kepercayaan total dan murni terhadap kesatuan (keesaan) Tuhan. Jiwa seorang Syari'ah marketer meyakini bahwa hukum-hukum syari'ah yang teistis atau bersifat ketuhanan ini adalah yang paling adil, paling sempurna, paling selaras dengan segala bentuk kebaikan, paling banyak mencegah segala bentuk kerusakan, paling mampu mewujudkan kebenaran, memusnahkan kebatilan dan menyebarkan kemaslahatan.
2. Etis (*akhlasiyyah*): keistimewaan lain dari Syari'ah marketer selain karena teistis (*rubbaniyyah*) juga karena ia sangat mengedepankan masalah akhlaq (moral, etika) dalam seluruh aspek kegiatannya, karena nilai-nilai moral dan etika adalah nilai yang bersifat universal, yang diajarkan oleh semua agama.
3. Realistis (*al-waqiyyah*): Syari'ah marketer adalah konsep pemasaran yang fleksibel, sebagaimana keluasan dan keluwesan Syari'ah Islamiyyah yang melandasinya. Syari'ah marketer adalah para pemasar professional dengan penampilan yang bersih, rapi dan bersahaja, apapun model atau gaya berpakaian yang dikenakan, bekerja dengan mengedepankan nilai-nilai religious, kesalehan, aspek moral dan kejujuran aktifitas pemasaran.

Syari'ah Marketing harus bertumpu pada empat prinsip dasar:<sup>28</sup>

1. Ketuhanan (*Rubbaniyyah*)

Dihati yang paling dalam, seorang Syari'ah marketer meyakini bahwa Allah SWT. Selalu dekat dan mengawasinya ketika dia sedang melaksanakan segala macam bentuk bisnis dan dia yakin segala hal sekecil apapun nanti akan diminta pertanggung jawabannya.

2. Menjunjung tinggi akhlak mulia/ Etis (*Akhlaqiyah*)

Syari'ah marketer sangat mengedepankan masalah akhlak (moral, etika) dalam seluruh aspek kegiatannya. Beberapa kasus korupsi di negara kita menunjukkan bahwa nilai dan moral sudah tidak lagi menjadi pedoman dalam berbisnis. Segala cara dihalalkan asalkan bisa mendapatkan keuntungan finansial yang sebesar-besarnya.

3. Mewaspadaai keadaan pasar yang selalu berubah/Realitas (*Waqi'iyah*)

Syari'ah marketing bukanlah konsep yang eksklusif, fanatik, anti-modernitas, dan kaku. Syari'ah marketing adalah konsep pemasaran yang fleksibel dan luwes dalam bersikap dan bergaul. Sangat memahami bahwa dalam situasi pergaulan lingkungan yang sangat heterogen, dengan beragam suku, agama, dan ras, ada ajaran yang diberikan oleh Allah SWT dan dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW untuk bersikap lebih bersahabat, santun, dan simpatik terhadap saudara-saudaranya dari umat lain.

4. Selalu berorientasi untuk memartabatkan manusia/humanities (*Al-Insaniyyah*)

---

<sup>28</sup>*Ibid.*, hal. 187

Syariat Islam hadir untuk manusia dan mengatur semua sesuai dengan kapasitasnya tanpa menghiraukan ras, warna, kulit, kebangsaan dan status. Dengan memiliki nilai ini. Manusia menjadi terkontrol dan seimbang, bukan karena manusia yang serakah, yang menghalalkan segala cara untuk meraih keuntungan yang sebesar-besarnya. Bukan menjadi manusia yang bisa bahagia di atas penderitaan orang lain. Hal inilah yang membuat Syari'ah memiliki sifat universal sehingga Syari'at humanistik universal.<sup>29</sup>

---

<sup>29</sup>Universitas Sumatera Utara, Pemasaran Syari'ah dalam <http://ekonomisyari'ah.blog.gunadarma.ac.id2009/06/30/syari'ah-markting-for-the-truly-marketer/>