

# ANALISIS STRATEGI SOSIALISASI PASAR MODAL DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN MASYARAKAT BERINVESTASI DI PASAR MODAL

Dwi Sulastyawati<sup>1</sup>  
Noprizal<sup>2</sup>  
Oka Kurniawan<sup>3</sup>

## ABSTRAK

Tujuan dalam penelitian ini ialah untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan secara simultan antara variabel strategi sosialisasi pasar modal dan keputusan masyarakat berinvestasi di pasar modal. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Sumber data utama dari penelitian ini bersumber dari angket penelitian yang telah diisi oleh responden. Selain itu data juga didapat dari studi kepustakaan dan dokumentasi yang berkaitan dengan penelitian ini.

Temuan dari penelitian ini antara lain: (1) Terdapat hubungan yang signifikan secara parsial antara sosialisasi dan edukasi pasar modal melalui seminar pasar modal berpengaruh terhadap keputusan responden untuk berinvestasi di pasar modal. (2) Tidak terdapat hubungan yang signifikan secara parsial antara sosialisasi dan edukasi pasar modal melalui kampanye "Yuk Nabung Saham" berpengaruh terhadap keputusan responden untuk berinvestasi. (3) Tidak terdapat hubungan yang signifikan secara parsial antara sosialisasi dan edukasi pasar modal melalui permainan *Stocklab* tidak berpengaruh terhadap keputusan responden untuk berinvestasi. (4) Terdapat hubungan yang cukup signifikan secara simultan antara variabel strategi sosialisasi dan edukasi pasar modal terhadap keputusan masyarakat berinvestasi di pasar modal.

**Kata kunci:** Strategi Sosialisasi, Pasar Modal, Keputusan Berinvestasi, Edukasi Pasar Modal

## PENDAHULUAN

Bidang pengawasan sektor pasar modal Pasar modal (BPSPM) Otoritas Jasa Keuangan (OJK) bekerja sama dengan bursa efek Indonesia (BEI) melaksanakan sosialisasi dan edukasi pasar modal pada tanggal 23 maret 2017 lalu di kampus STAIN Curup.

Adapun tujuan dari diselenggarakannya kegiatan ini adalah untuk meningkatkan pemahaman masyarakat, dalam hal ini dosen, karyawan, mahasiswa, dan pelaku bisnis lainnya untuk berinvestasi di pasar modal. Selain

---

<sup>1</sup> STAIN Curup Bengkulu, [alexlesti@gmail.com](mailto:alexlesti@gmail.com)

<sup>2</sup> STAIN Curup Bengkulu, [rizallempur@gmail.com](mailto:rizallempur@gmail.com)

<sup>3</sup> STAIN Curup Bengkulu, [oka.alfurgan@gmail.com](mailto:oka.alfurgan@gmail.com)

itu tujuan dari kegiatan ini antara lain adalah; memberikan edukasi yang benar tentang investasi, memberikan edukasi tentang investasi saham, memberikan pemahaman mengenai pasar modal.

Dalam dua tahun terakhir ini sosialisasi dan edukasi ini cukup gencar dilaksanakan, dalam rangka menambah partisipasi masyarakat berinvestasi di pasar modal, partisipasi investasi masyarakat di daerah, dan dalam menggaet calon investor muda dan juga investor perempuan. Tercatat pada tahun 2017, BEI telah melakukan 3.481 kegiatan sosialisasi dan edukasi pasar modal pada masyarakat Indonesia.

Dari beberapa kegiatan sosialisasi dan edukasi pasar modal tersebut ada beberapa strategi yang dilakukan, diantaranya; seminar pasar modal dan edukasi pasar modal, sekolah pasar modal, kampanye “**Yuk Nabung Saham**”, dan simulasi atau permainan *stocklab*. Beberapa definisi di atas pastinya cukup awam untuk dipahami masyarakat daerah terlebih yang kurang mengikuti perkembangan saham dan pasar modal.

Berdasarkan hasil penelitian Ebrizen Justa, “*Analisis Strategi PT. Bursa Efek Indonesia, 2017*”. diketahui bahwa kekuatan utama PT. Bursa Efek Indonesia Kantor Perwakilan Padang adalah pada jumlah program sosialisasi dan edukasi. Program ini telah menghasilkan kinerja pemasaran yang cukup baik dari tahun ketahun baik dari sisi investor maupun jumlah transaksinya namun belum maksimal.<sup>4</sup>

Sedangkan hasil penellitian Husnul Khotimah dkk., *Pengaruh Sosialisasi dan Pengetahuan Terhadap Minat Investor pada Efek Syariah di Pasar Modal, 2015*. Menghasilkan sosialisasi dan pengetahuan baik secara parsial maupun simultan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat investor. Variabel sosialisasi dan penegetahuan memiliki kontribusi pengaruh kuat terhadap keputusan pembelian yaitu 67,4%, sisanya 32,6% diterangkan oleh variabel lain.<sup>5</sup> Selanjutnya penelitian dari Kusmawati, *Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Berinvestasi di Pasar Modal dengan Pemahaman Investasi dan Usia Sebagai Variabel Moderat, 2011*. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis didapatkan bahwa

---

<sup>4</sup>Abrizen Justa, *Analisis Strategi PT. Bursa Efek Indonesia*, Al-Masraf Universitas Andalas (Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan) 2016

<sup>5</sup> Husnul Khotimah dkk., *Pengaruh Sosialisasi dan Pengetahuan Terhadap Minat Investor Pada Efek Syariah di Pasar Modal (Survei Pada Nasabah PT Danareksa Sekuritas Cabang FE-UI Depok)*, Jurnal Politeknik Negeri Jakarta, 2015

hanya faktor usia berpengaruh itupun hanya terhadap hubungan antara motivasi pemenuhan kebutuhan sosial dengan minat wanita berinvestasi di pasar modal. Selain itu pengetahuan yang memadai sangat diperlukan, seperti pada instrumen investasi saham, hal-hal yang sangat penting untuk diketahui adalah bagaimana menilai kinerja perusahaan yang akan dibeli sahamnya, dengan cara menganalisis laporan keuangan perusahaan yang bersangkutan untuk beberapa tahun kebelakang.<sup>6</sup>

Pasar modal merupakan lembaga keuangan non bank. Lembaga keuangan non bank ini, saat ini lebih dikenal dengan istilah Industri Keuangan non Bank (IKNB). Permasalahan yang dihadapi Industri Keuangan non Bank (IKNB) pasar modal adalah bahwa pasar modal belum begitu dikenal masyarakat, karena sampai saat ini literasi pasar modal di kalangan masyarakat masih sangat rendah. Sebagai gambaran, berdasarkan hasil survey yang dilakukan OJK kepada 100 responden, hanya 7 orang yang mengaku tahu pasar modal.<sup>7</sup> Dapat disimpulkan secara umum hanya 7% masyarakat yang paham investasi pasar modal.

Selain kurangnya pemahaman masyarakat mengenai pasar modal, permasalahan lainnya adalah kurangnya literasi, sosialisasi, akses informasi, dan akses investasi pasar modal. Selain itu tingginya jumlah investor asing dibanding investor lokal menjadi permasalahan pokok pada penelitian ini. Catatan data dari kustodian central efek Indonesia per juli 2016 berdasarkan komposisi kepemilikan total aset saham, investor asing mendominasi persentase kepemilikan saham sebesar 64%, sedangkan investor lokal hanya sebesar 36%.

Dari beberapa permasalahan di atas sosialisai dan edukasi pasar modal yang dilakukan oleh BEI dan OJK diharapkan memberikan hasil positif demi peningkatan partisipasi investasi masyarakat pada pasar modal. Dengan beberapa strategi sosialisasi dan investasi yang dilakukan oleh BEI dan OJK diantaranya; seminar pasar modal sosialisasi pasar modal, kampanye “*Yuk Nabung Saham*”, dan permainan *stocklab* strategi manakah dari strategi-strategi tersebut yang lebih efektif dalam memberikan pemahaman mengenai pasar

---

<sup>6</sup>Kusmawati, *Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Berinvestasi di Pasar Modal dengan Pemahaman Investasi dan Usia Sebagai Variabel Moderat*, Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi (JENIUS) 2011

<sup>7</sup>m.solopos.com, “Bursa Efek Indonesia (BEI) perwakilan Semarang menggenjot sosialisasi pasar modal dengan menjalin kemitraan dengan sejumlah pihak, 29-11-2016, diakses 08-04-2017, 16.50 WIB.

modal. Untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan dan permasalahan-permasalahan di atas penelitian dengan judul “*analisis strategi sosialisasi dan edukasi pasar modal dan pengaruhnya terhadap keputusan berinvestasi pada pasar modal*” sangat relevan untuk diteliti.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Investasi**

Investasi adalah penanaman modal pada sebuah usaha atau proyek. Investasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah sejumlah modal yang investasikan pada pasar modal.

Menurut Rakhimsyah dan Gunawan investasi adalah mengorbankan aset yang dimiliki sekarang untuk mendapatkan aset pada masa yang akan datang dengan jumlah yang lebih besar.<sup>8</sup> Martono dan Harjito menjelaskan investasi merupakan penanaman dana yang dilakukan oleh suatu perusahaan ke dalam suatu aset dengan harapan memperoleh pendapatan dimasa yang akan datang.<sup>9</sup>

Sedangkan menurut Mulyadi investasi adalah pengaitan sumber-sumber jangka panjang untuk menghasilkan laba di masa yang akan datang. Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa investasi adalah penanaman sejumlah dana pada saat ini dengan harapan memperoleh keuntungan di masa yang akan datang.<sup>10</sup>

### **Pasar Modal**

Secara etimologis, untuk istilah pasar digunakan kata bursa, *exchange* dan *market*. Adapun untuk istilah modal sering digunakan kata efek, *securities* dan *stock*.<sup>11</sup>

Dalam arti sempit pengertian pasar merupakan tempat para penjual dan pembeli bertemu untuk melakukan transaksi. Artinya pembeli dan penjual langsung bertemu untuk melakukan transaksi dalam suatu lokasi tertentu. Lokasi atau tempat pertemuan tersebut disebut pasar. Namun, dalam arti luas pengertian

---

<sup>8</sup> Leli Amnah Rakhimsyah dan Barbara Gunawan, *Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan Kebijakan Dividen, dan Tingkat Suku Bunga Terhadap Nilai Perusahaan*, Jurnal Investasi, 2011

<sup>9</sup> Martono dan Agus Harjito, *Manajemen Keuangan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2010) hlm 138

<sup>10</sup>Mulyadi, *Akuntansi Manajemen*, (Jakarta: Diadit Media, 2006) hlm 284

<sup>11</sup>*Op.Cit.* Juhaya S. Pradja, hlm 343

pasar merupakan tempat melakukan transaksi antara penjual dan pembeli, di mana pembeli dan penjual tidak harus bertemu daam suatu tempat atau bertemu langsung, tetapi dapat dilakukan melalui sarana informasi yang ada seperti sarana informatika.<sup>12</sup>

Pengertian modal secara umum merupakan suatu tempat bertemunya para penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi dalam rangka memperoleh modal. Penjual dalam pasar modal merupakan perusahaan yang membutuhkan modal (*emiten*), sehingga mereka berusaha untuk menjual efek-efek di pasar modal. Sedangkan pembeli (*investor*) adalah pihak yang ingin membeli modal diperusahaan yang menurut mereka menguntungkan.<sup>13</sup>

Menurut Undang-Undang No. 8 tahun 1995 tentang Pasar Modal, yang dimaksud dengan pasar modal adalah kegiatan yang berkaitan dengan penawaran umum dan perdagangan efek, Perusahaan publik yang berkaitan dengan efek yang diterbitkannya serta lembaga dan profesi yang berkaitan dengan efek.<sup>14</sup>

Menurut Dahlan Siamat dalam pengertian sempit dan sederhana, pasar modal adalah tempat yang terorganisasi dan efek-efek yang diperdagangkan disebut bursa efek. Bursa efek atau *stock exchange* adalah sistem yang terorganisasi, yang mempertemukan penjual dan pembeli efek yang dilakukan baik secara langsung maupun melalui wakil-wakilnya. Fungsi bursa efek antara lain menjaga kontinuitas pasar dan menciptakan harga efek yang wajar melalui mekanisme permintaan dan penawaran. Definisi pasar modal dalam arti luas adalah pasar konkret atau abstrak yang mempertemukan pihak yang menawarkan dan yang memerlukan dana jangka panjang, yaitu jangka satu tahun ke atas.<sup>15</sup>

Menurut Tjipto Darmaji, dkk: pasar modal adalah pasar untuk berbagai instrumen keuangan jangka panjang yang bisa diperjualbelikan, baik dalam bentuk utang maupun modal sendiri.<sup>16</sup>

Menurut Y.Sri Susilo, dkk; pasar modal (*capital market*) adalah pasar keuangan untuk dana-dana jangka panjang dan merupakan pasar yang konkret.<sup>17</sup>

---

<sup>12</sup>*Op.cit*, Kasmir., hlm 207

<sup>13</sup>*Ibid.* hlm 207

<sup>14</sup>*Op.Cit.*, Juhaya S. Pradja, hlm 343-344

<sup>15</sup>*Ibid.* hlm 344

<sup>16</sup>*Ibid.* hlm 345

<sup>17</sup>*Op.Cit*, Andri Soemitra, hlm 110

## Saham

Saham atau *stocks* adalah surat bukti atau tanda kepemilikan bagian modal di perusahaan terbatas. Kepemilikan saham menjadi bukti bahwa yang bersangkutan adalah bagian dari pemilik perusahaan.<sup>18</sup> Saham merupakan surat berharga yang merepresentasikan penyertaan modal kedalam suatu perusahaan.<sup>19</sup> Saham merupakan surat berharga yang bersifat kepemilikan. Artinya si pemilik saham merupakan pemilik perusahaan. Semakin besar saham yang dimilikinya, maka semakin besar pula kekuasaannya di perusahaan tersebut.<sup>20</sup> Keuntungan yang diperoleh dari saham dikenal dengan nama *dividen*. Pembagian *dividen* ditetapkan pada penutupan laporan keuangan berdasarkan RUPS yang menentukan berapa *dividen* yang dibagi dan laba ditahan.<sup>21</sup>

## Permainan *Stocklab*

Permainan *stocklab* merupakan permainan dalam bentuk perlombaan membangun aset dengan berinvestasi di beberapa sektor saham serta reksadana, dan menggunakan berbagai aksi secara optimal untuk menjadi investor dengan uang terbanyak pada akhir permainan. Permainan ini memungkinkan seseorang dapat mengenal bagaimana caranya mengembangkan aset melalui saham, ataupun menggali lebih dalam mengenai karakter diri apakah lebih tepat sebagai investor maupun pedagang. Permainan dibagi menjadi 4 Fase, yaitu *bidding*, aksi, jual, fase ekonomi.

## Kerangka Konseptual

Berdasarkan kajian pustaka, maka dapat disusun suatu kerangka teori penelitian seperti yang digambarkan berikut ini :

---

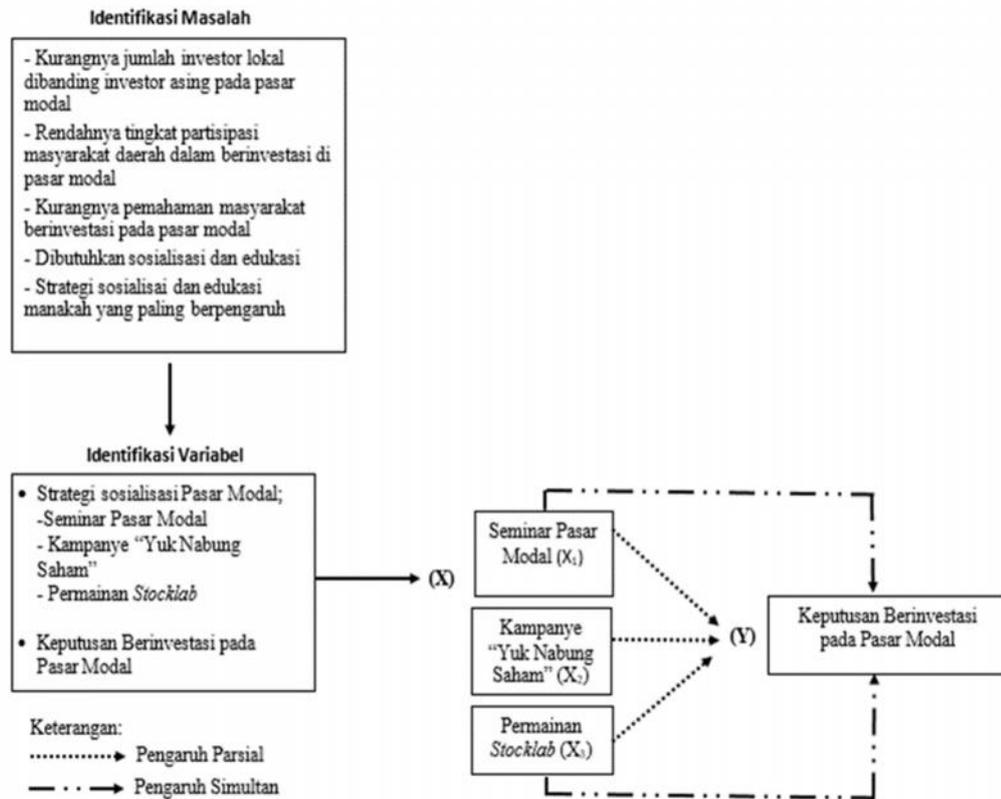
<sup>18</sup>Juhaya S. Pradja, *Lembaga Keuangan Syariah., Suatu Kajian Teoritis Praktis* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2012) hlm 355

<sup>19</sup> Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2009) hlm 138

<sup>20</sup>Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011) hlm 209

<sup>21</sup>*Op.Cit*, Juhaya S. Pradja, hlm 355

Gambar 1. Kerangka Konseptual



Adapun kerangka teori dalam penelitian ini dapat dijelaskan dengan identifikasi masalah yang berupa; kurangnya jumlah investor lokal dibanding investor asing pada pasar modal, rendahnya tingkat partisipasi masyarakat daerah dalam berinvestasi pada pasar modal, kurangnya pemahaman masyarakat dalam berinvestasi pada pasar modal. Sehingga dibutuhkan sosialisasi dan edukasi pasar modal pada masyarakat daerah dan strategi manakah yang lebih efektif dan berpengaruh. Sedangkan variable yang digunakan adalah variabel strategi sosialisasi dan edukasi pasar modal sebagai variabel independen terdiri dari 3 (tiga) variabel yakni: seminar pasar modal, dan kampanye "Yuk Nabung Saham", dan permainan *stocklab*, dan variable keputusan masyarakat dalam berinvestasi pada pasar modal secara parsial dan simultan.

**METODE PENELITIAN**

Penelitian ini adalah penelitian *survei* yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian *survei* adalah penelitian yang berusaha memaparkan

secara kuantitatif kecenderungan, sikap, atau opini dari suatu populasi tertentu dengan meneliti satu sampel dari populasi tersebut”.<sup>22</sup> Dalam penelitian ini, penelitian *survey* dipakai untuk mengetahui respon atau sikap masyarakat dan mahasiswa terhadap pengaruh strategi sosialisasi dan edukasi pasar modal terhadap keputusan berinvestasi pada pasar modal.

Jenis penelitian ini dilihat dari tingkat eksplanasi merupakan jenis asosiatif. Jenis penelitian asosiatif adalah jenis penelitian yang bersifat mencari hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini berupa teori strategi sosialisasi dan edukasi pada pasar modal dalam mempengaruhi keputusan berinvestasi pada pasar modal baik secara parsial maupun secara simultan. Sedangkan pendekatan kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka-angka.<sup>23</sup>

Jadi penelitian ini adalah penelitian kuantitatif asosiatif, selain menghasilkan hasil penelitian yang berupa angka-angka, penelitian ini juga akan menjelaskan hubungan dan pengaruh antar variabel. Dalam hal ini, bagaimana pengaruh antara variabel seminar pasar modal, kampanye “Yuk Nabung Saham”, dan permainan *stocklab* mempengaruhi keputusan seseorang untuk berinvestasi pada pasar modal.

Dalam penelitian ini yang dijadikan populasi adalah dosen, karyawan, dan mahasiswa Rejang Lebong yang pernah mengikuti sosialisasi dan edukasi Pasar Modal yang dilaksanakan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) bekerjasama dengan Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan jumlah populasi 200 orang dan sampel yang diambil sebesar 50% dari jumlah populasi, sehingga jumlah responden yang akan dijadikan sampel berjumlah 100 orang. Penelitian ini bertempat di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Curup dan Bursa Efek Indonesia.

Dalam penelitian ini variabel X atau variabel bebasnya adalah; X1 = seminar pasar modal, X2 = kampanye “Yuk Nabung Saham”, X3 = permainan *stocklab*, Y = keputusan berinvestasi pada pasar modal. Dari masing-masing variabel akan dilihat skala penilaian keputusan berinvestasi pada pasar modal.

---

<sup>22</sup> Jhon W. Creswell, Edisi Terjemahan Achmad Fawaid. 2010. *Research Design Pendekatan kualitatif, Kuantitatif, dan mixed*, Pustaka Pelajar; Yogyakarta. hal. 18

<sup>23</sup> *Ibid.*, hlm 37

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Pengaruh Antara Variabel Strategi Sosialisasi Dan Edukasi Pasar Modal Melalui Seminar Pasar Modal, Terhadap Keputusan Berinvestasi Di Pasar Modal Secara Parsial.

Untuk mengetahui seberapa signifikan variabel strategi sosialisasi dan edukasi pasar modal melalui seminar pasar modal (Variabel X1) mempengaruhi keputusan berinvestasi pada pasar modal (Variabel Y) maka dapat diketahui dengan melakukan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Membuat Hipotesis dalam bentuk kalimat

Ho : Tidak terdapat pengaruh secara parsial antara variabel strategi sosialisasi dan edukasi pasar modal melalui seminar pasar modal terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal.

Ha : Terdapat pengaruh secara parsial antara variabel strategi sosialisasi dan edukasi pasar modal melalui seminar pasar modal, terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal.

Secara statistic hipotesisnya adalah;

Ho :  $b = 0$

Ha :  $b \neq 0$

2. Menginput, mengolah data dengan aplikasi software statistic SPSS 16 dan summary outputnya akan di interpretasikan sesuai dengan angka-angka yang tertera pada tabel output summary.

**Tabel 4.1**

**Variables Entered/Removed<sup>b</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Seminar Pasar Modal <sup>a</sup>	.	Enter

**Tabel 4.2**

**Uji Autokorelasi Variabel X1 Y**

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

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.516 <sup>a</sup>	.266	.251	7.034	1.356

a. Predictors: (Constant), Seminar Pasar Modal

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

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.516 <sup>a</sup>	.266	.251	7.034	1.356

b. Dependent Variable: Minat Berinvestasi

Jika dilihat nilai korelasi (R) = 0,516, artinya korelasi antara variabel strategi sosialisasi dan edukasi pasar modal melalui seminar pasar modal dengan variabel keputusan berinvestasi di pasar modal memiliki hubungan yang sedang, karena nilai korelasi tidak mendekati nol atau 1.

Nilai R square 0.266, yang artinya pengaruh antara sosialisasi dan edukasi pasar modal melalui seminar pasar modal terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal adalah sebesar 26.6%. Yang artinya persentase pengaruh sosialisasi dan edukasi pasar modal melalui seminar pasar modal terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal adalah cukup kecil atau tidak begitu mempengaruhi.

**Tabel 4.3**  
**Uji t Hitung (Parsial) Variabel X1 dan Y**

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	14.337	8.961		1.600	.116
	Seminar Pasar Modal	.637	.153	.516	4.173	.000

a. Dependent Variable: Minat Berinvestasi

Seminar pasar modal adalah sebagai variabel bebas (*independent variable*) atau *predictor* atau variabel yang mempengaruhi. Keputusan berinvestasi di pasar modal sebagai variabel terikat (*independent variabel*) atau variabel yang dipengaruhi.

Dari table tersebut dapat dibuat persamaan regresi berdasarkan variabel di atas, yaitu;

$$Y = 14.377 + 0,637 X$$

*Standar error* atau nilai maksimum kesalahan yang dapat terjadi dalam memperkirakan populasi adalah sebesar 0,153. Nilai koefisien Beta pada

*standardized coefisien* menunjukkan angka 0,516. Hal ini berarti 1 unit ((1 x seminar)/%) yang diadakan akan meningkatkan minat investasi masyarakat di pasar modal sebesar 0.516%.

Nilai t hitung adalah pengujian signifikansi untuk mengetahui pengaruh variabel X1 terhadap variabel Y, apakah berpengaruh signifikan atau tidak. Untuk mengetahui hasilnya signifikan atau tidak, angka t hitung akan dibandingkan dengan t tabel sebagai berikut;

1. Merumuskan hipotesis

Ho : Tidak terdapat pengaruh secara parsial antara variabel strategi sosialisasi dan edukasi pasar modal melalui seminar pasar modal, terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal.

Ha : Terdapat pengaruh secara parsial antara variabel strategi sosialisasi dan edukasi pasar modal melalui seminar pasar modal, terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal.

2. Menentukan t hitung dan signifikansi

Dari *output* didapat t hitung sebesar 4,173 dan signifikansi sebesar 0,000.

3. Menentukan t tabel

Tabel dapat dilihat pada tabel statistik signifikansi 0,05 dengan derajat kebebasan  $df = N - 4 = 50 - 4 = 46$ . Hasil yang dilihat dari t tabel adalah sebesar 2.412.

4. Kriteria pengujian

a. Jika t hitung > t tabel, maka Ho ditolak.

b. Jika t hitung < t tabel, maka Ho diterima.

Berdasarkan signifikansi:

c. jika signifikansi > 0,05. Maka Ho diterima

d. jika signifikansi < 0,05. Maka Ho ditolak

5. membuat kesimpulan

karena nilai t hitung > dari t tabel (4.173 > 2.412) dan signifikansi (0,00 < 0,05), maka Ho ditolak. Artinya ada pengaruh secara parsial antara variabel strategi sosialisasi dan edukasi pasar modal melalui seminar pasar modal terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal.

Dari hasil kesimpulan di atas dapat disimpulkan bahwa strategi sosialisasi dan edukasi pasar modal melalui seminar pasar modal mempengaruhi secara keputusan berinvestasi di pasar modal. Dengan kata lain keberadaan seminar

pasar modal yang dilaksanakan OJK secara parsial mempengaruhi responden memutuskan berinvestasi di pasar modal.

**Analisis Pengaruh Antara Variabel Strategi Sosialisasi Dan Edukasi Pasar Modal Melalui Kampanye “Yuk Nabung Saham”, Terhadap Keputusan Berinvestasi Di Pasar Modal Secara Parsial.**

Untuk mengetahui seberapa signifikan variabel strategi sosialisasi dan edukasi pasar modal melalui kampanye “Yuk Nabung Saham” (Variabel X2) mempengaruhi keputusan berinvestasi pada pasar modal (Variabel Y) maka dapat diketahui dengan melakukan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Membuat Hipotesis dalam bentuk kalimat

Ho : Tidak terdapat pengaruh secara parsial antara variabel strategi sosialisasi dan edukasi pasar modal melalui kampanye “Yuk Nabung Saham”, terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal.

Ha : Terdapat pengaruh secara parsial antara variabel strategi sosialisasi dan edukasi pasar modal melalui “Yuk Nabung Saham”, terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal.

Secara statistic hipotesisnya adalah;

Ho :  $b = 0$

Ha :  $b \neq 0$

**Tabel 4.4**

**Variables Entered/Removed<sup>b</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kampanye Yuk Nabung Saham <sup>a</sup>	.	Enter

**Tabel 4.5**

**Uji Autokorelasi Variabel X2 Y**

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

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.251 <sup>a</sup>	.063	.043	7.689	1.957

a. Predictors: (Constant), Kampanye Yuk Nabung Saham

b. Dependent Variable: Minat Berinvestasi

Jika dilihat nilai korelasi (R) = 0,251, artinya korelasi antara variabel strategi sosialisasi dan edukasi pasar modal melalui kampanye “Yuk Nabung Saham” dengan variabel keputusan berinvestasi di pasar modal memiliki hubungan yang lemah, karena nilai korelasi mendekati nol.

Nilai R square 0.063, yang artinya pengaruh antara sosialisasi dan edukasi pasar modal melalui seminar pasar modal terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal adalah sebesar 6,3%. Yang artinya persentase pengaruh sosialisasi dan edukasi pasar modal melalui seminar pasar modal terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal adalah kecil.

**Tabel 4.6**  
**Uji t Hitung (Parsial) Variabel X2 Y**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	36.005	8.450		4.261	.000
	Kampanye Yuk Nabung Saham	.269	.150	.251	1.797	.079

a. Dependent Variable: Minat Berinvestasi

Kampanye “Yuk Nabung Saham” adalah sebagai variabel bebas (*independent variable*) atau *predictor* atau variabel yang mempengaruhi. Keputusan berinvestasi di pasar modal sebagai variabel terikat (*independent variabel*) atau variabel yang dipengaruhi.

Dari tabel tersebut dapat dibuat persamaan regresi berdasarkan variabel di atas, yaitu;

$$Y = 36,005 + 0,269 X.$$

*Standar error* atau nilai maksimum kesalahan yang dapat terjadi dalam memperkirakan populasi adalah sebesar 0,150. Nilai koefisien Beta pada *standardized coefisien* menunjukkan angka 0,251. Penambahan kampanye “Yuk Nabung Saham” sebesar 1 % akan meningkatkan minat investasi masyarakat di pasar modal sebesar 0,251 %.

Nilai t hitung adalah pengujian signifikansi untuk mengetahui pengaruh variabel X2 terhadap variabel Y, apakah berpengaruh signifikan atau tidak. Untuk mengetahui hasilnya signifikan atau tidak, angka t hitung akan dibandingkan dengan t tabel sebagai berikut;

1. Merumuskan hipotesis

Ho : Tidak terdapat pengaruh secara parsial antara variabel strategi sosialisasi dan edukasi pasar modal melalui kampanye “Yuk Nabung Saham”, terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal.

Ha : Terdapat pengaruh secara parsial antara variabel strategi sosialisasi dan edukasi pasar modal melalui “Yuk Nabung Saham”, terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal.

2. Menentukan t hitung dan signifikansi

Dari *output* didapat t hitung sebesar 1,797 dan signifikansi sebesar 0,079.

3. Menentukan t tabel

T tabel dapat dilihat pada tabel statistic signifikansi 0,05 dengan derajat kebebasan  $df = N - 4 = 50 - 4 = 46$ . Hasil yang dilihat dari t tabel adalah sebesar 2.412

4. Kriteria pengujian

- a. Jika t hitung > t tabel, maka Ho ditolak.
- b. Jika t hitung < t tabel, maka Ho diterima.

Berdasarkan signifikansi:

- a. jika signifikansi > 0,05. Maka Ho diterima
- b. jika signifikansi < 0,05. Maka Ho ditolak

5. Membuat kesimpulan

Karena nilai t hitung < dari t tabel ( $1,797 < 2.412$ ) dan (signifikansi)  $0,079 > 0,05$ , maka Ho diterima. Artinya tidak ada pengaruh secara parsial antara variabel strategi sosialisasi dan edukasi pasar modal melalui kampanye “Yuk Nabung Saham” terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal.

Dari hasil kesimpulan di atas dapat disimpulkan bahwa strategi sosialisasi dan edukasi pasar modal melalui kampanye “Yuk Nabung Saham” tidak mempengaruhi secara parsial keputusan berinvestasi di pasar modal. Dengan kata lain keberadaan kampanye “Yuk Nabung Saham” yang dilaksanakan OJK secara parsial mempengaruhi responden memutuskan berinvestasi di pasar modal.

**Analisis Pengaruh Antara Variabel Strategi Sosialisasi Dan Edukasi Pasar Modal Melalui Permainan *Stocklab*, Terhadap Keputusan Berinvestasi Di Pasar Modal Secara Parsial.**

Bagaimana variabel strategi sosialisasi dan edukasi pasar modal melalui Permainan *Stocklab* mempengaruhi secara parsial keputusan berinvestasi pada pasar modal, berikut analisisnya.

Untuk mengetahui seberapa signifikan variabel strategi sosialisasi dan edukasi pasar modal melalui Permainan *Stocklab* (Variabel X3) mempengaruhi keputusan berinvestasi pada pasar modal (Variabel Y) maka dapat diketahui dengan melakukan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Membuat Hipotesis dalam bentuk kalimat

Ho : Tidak terdapat pengaruh secara parsial antara variabel strategi sosialisasi dan edukasi pasar modal melalui Permainan *Stocklab*, terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal.

Ha : Terdapat pengaruh secara parsial antara variabel strategi sosialisasi dan edukasi pasar modal melalui Permainan *Stocklab*, terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal.

Secara statistic hipotesisnya adalah;

Ho :  $b = 0$

Ha :  $b \neq 0$

**Tabel 4.7**

**Variables Entered/Removed<sup>b</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Permainan Stocklab <sup>a</sup>	.	Enter

**Tabel 4.8**  
**Uji Autokorelasi Variabel X3 dan Y**

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

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.170 <sup>a</sup>	.029	.009	7.828	1.932

a. Predictors: (Constant), Permainan Stocklab

b. Dependent Variable: Minat Berinvestasi

Jika dilihat nilai korelasi (R) = 0,170, artinya korelasi antara variabel strategi sosialisasi dan edukasi pasar modal melalui permainan *Stocklab* dengan variabel keputusan berinvestasi di pasar modal memiliki hubungan yang lemah, karena nilai korelasi mendekati nol.

Nilai R square 0,029, yang artinya pengaruh antara sosialisasi dan edukasi pasar modal melalui permainan *Stocklab* terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal adalah sebesar 2,9%. Yang artinya persentase pengaruh sosialisasi dan edukasi pasar modal melalui permainan *Stocklab* terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal adalah kecil.

**Tabel 4.9**  
**Uji t Hitung (Parsial) Variabel X3 dan Y**

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	39.968	9.345		4.277	.000
	Permainan <i>Stocklab</i>	.182	.152	.170	1.195	.238

a. Dependent Variable: Minat Berinvestasi

Permainan *Stocklab* adalah sebagai variabel bebas (*independent variable*) atau *predictor* atau variabel yang mempengaruhi. Keputusan berinvestasi di pasar modal sebagai variabel terikat (*dependent variabel*) atau variabel yang dipengaruhi. Dari tabel tersebut dapat dibuat persamaan regresi berdasarkan variabel di atas, yaitu;

$$Y = 39,968 + 0,182 X$$

*Standar error* atau nilai maksimum kesalahan yang dapat terjadi dalam memperkirakan populasi adalah sebesar 0,152. Nilai koefisien Beta pada *standardized coefisien* menunjukkan angka 0,170. Hal ini berarti setiap kali (1%) bermain *stocklab* akan terjadi peningkatan minat investasi masyarakat sebesar 0.170 %.

Nilai t hitung adalah pengujian signifikansi untuk mengetahui pengaruh variabel X3 terhadap variabel Y, apakah berpengaruh signifikan atau tidak. Untuk

mengetahui hasilnya signifikan atau tidak, angka t hitung akan dibandingkan dengan t tabel sebagai berikut;

1. Merumuskan hipotesis

Ho : Tidak terdapat pengaruh secara simultan antara variabel strategi sosialisasi yang terdiri dari permainan *stocklab*, seminar pasar modal, dan kampanye “Yuk Nabung Saham” terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal.

Ha : Terdapat pengaruh secara simultan antara variabel strategi sosialisasi yang terdiri dari permainan *stocklab*, seminar pasar modal, dan kampanye “Yuk Nabung Saham” terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal.

2. Menentukan t hitung dan signifikansi

Dari *output* didapat t hitung sebesar 1,195 dan signifikansi sebesar 0,238.

3. Menentukan t tabel

T tabel dapat dilihat pada tabel statistic signifikansi 0,05 dengan derajat kebebasan  $df = N - 4 = 50 - 4 = 46$ . Hasil yang dilihat dari t tabel adalah sebesar 2,412.

4. Kriteria pengujian

- a. Jika t hitung > t tabel, maka Ho ditolak.
- b. Jika t hitung < t tabel, maka Ho diterima.

Berdasarkan signifikansi:

- a. jika signifikansi > 0,05. Maka Ho diterima
- b. jika signifikansi < 0,05. Maka Ho ditolak

5. membuat kesimpulan

karena nilai t hitung < dari t tabel ( $1,195 < 2,412$ ) dan (signifikansi)  $0,238 > 0,05$ , maka Ho diterima. Artinya tidak ada pengaruh secara parsial antara variabel strategi sosialisasi dan edukasi pasar modal melalui Permainan *Stocklab*, terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal.

Dari hasil kesimpulan di atas dapat disimpulkan bahwa strategi sosialisasi dan edukasi pasar modal melalui Permainan *Stocklab* tidak mempengaruhi secara parsial keputusan berinvestasi di pasar modal. Dengan kata lain keberadaan Permainan *Stocklab* yang dilaksanakan OJK secara parsial tidak mempengaruhi responden memutuskan berinvestasi di pasar modal.

**Analisis Pengaruh Secara Simultan Variabel Strategi Sosialisasi Yang Terdiri Dari Seminar Pasar Modal, Kampanye “Yuk Nabung Saham”, dan Permainan *Stocklab* Terhadap Keputusan Berinvestasi Di Pasar Modal.**

Bagaimana variabel strategi sosialisasi dan edukasi pasar modal yang terdiri dari seminar pasar modal, kampanye “Yuk nabung Saham”, dan Permainan *Stocklab* mempengaruhi secara simultan keputusan berinvestasi pada pasar modal, berikut analisisnya.

Untuk mengetahui seberapa signifikan variabel strategi sosialisasi dan edukasi pasar modal yang terdiri dari seminar pasar modal (X1), kampanye “Yuk nabung Saham” (X2), dan Permainan *Stocklab*(X3) mempengaruhi keputusan berinvestasi pada pasar modal (Variabel Y) maka dapat diketahui dengan melakukan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Membuat Hipotesis dalam bentuk kalimat

Ho : Tidak terdapat pengaruh secara simultan antara variabel strategi sosialisasi yang terdiri dari permainan *stocklab*, seminar pasar modal, dan kampanye “Yuk Nabung Saham” terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal.

Ha : Terdapat pengaruh secara simultan antara variabel strategi sosialisasi yang terdiri dari permainan *stocklab*, seminar pasar modal, dan kampanye “Yuk Nabung Saham” terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal.

Secara statistic hipotesisnya adalah;

Ho :  $b = 0$

Ha :  $b \neq 0$

**Tabel 4.10**

**Variables Entered/Removed<sup>b</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Permainan Stocklab, Seminar Pasar Modal, Kampanye Yuk Nabung Saham <sup>a</sup>	.	Enter

**Tabel 4.11**  
**Uji Autokorelasi Variabel X dan Y**

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

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.541 <sup>a</sup>	.292	.246	6.827	1.611

a. Predictors: (Constant), Permainan Stocklab, Seminar Pasar Modal, Kampanye Yuk Nabung Saham

b. Dependent Variable: Minat Berinvestasi

Jika dilihat nilai korelasi ( $R$ ) = 0,541 artinya korelasi antara variabel strategi sosialisasi dan edukasi pasar modal melalui seminar pasar modal, kampanye “Yuk nabung Saham”, Permainan *Stocklab* dengan variabel keputusan berinvestasi di pasar modal memiliki hubungan yang kuat, karena nilai korelasi menjauhi nol.

Nilai R square 0,292, yang artinya pengaruh antara sosialisasi dan edukasi pasar modal melalui seminar pasar modal, kampanye “Yuk nabung Saham”, permainan *Stocklab* terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal adalah sebesar 29,2%. Yang artinya persentase pengaruh sosialisasi dan edukasi pasar modal melalui seminar pasar modal, kampanye “Yuk nabung Saham”, Permainan *Stocklab* terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal adalah cukup kuat.

**Tabel 4.12**  
**Uji t Hitung (Parsial) Variabel X dan Y**

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.242	10.860		1.127	.265
	Seminar Pasar Modal	.663	.175	.555	3.788	.000
	Kampanye Yuk Nabung Saham	-.067	.162	-.063	-.415	.680
	Permainan Stocklab	.064	.141	.059	.451	.654

a. Dependent Variable: Minat Berinvestasi

Permainan *Stocklab* adalah sebagai variabel bebas (*independent variable*) atau *predictor* atau variabel yang mempengaruhi. Keputusan berinvestasi di pasar

modal sebagai variabel terikat (*independent variabel*) atau variabel yang dipengaruhi. Dari tabel tersebut dapat dibuat persamaan regresi berdasarkan variabel di atas, yaitu;

$$Y = 12,242 + 0,663 X_1 - 0,067 X_2 + 0,064 X_3.$$

*Standar error* atau nilai maksimum kesalahan yang dapat terjadi dalam memperkirakan populasi adalah sebesar 0,175 untuk X1, 0,162 untuk X2 dan 0,141 untuk X3. Nilai koefisien Beta pada *standardized coefisien* menunjukkan angka 0,555 untuk X1, hal ini berarti ketika seluruh variabel secara bersama-sama mempengaruhi minat berinvestasi dan terjadi penambahan pada variabel seminar pasar modal sebesar 1% akan meningkatkan minat berinvestasi masyarakat sebesar 0,555%. Nilai koefisien Beta pada *standardized coefisien* menunjukkan angka -0,067 untuk X2, hal ini berarti ketika seluruh variabel secara bersama-sama mempengaruhi minat berinvestasi dan terjadi penambahan pada variabel kampanye “Yuk Nabung Saham” sebesar 1% akan mengurangi minat berinvestasi masyarakat sebesar 0,067%. Nilai koefisien Beta pada *standardized coefisien* menunjukkan angka 0,064 untuk X3, hal ini berarti ketika seluruh variabel secara bersama-sama mempengaruhi minat berinvestasi dan terjadi penambahan pada variabel permainan *Stocklab* sebesar 1% akan meningkatkan minat berinvestasi masyarakat sebesar 0,064%.

**Tabel 4.13**  
**Uji f Hitung (Simultan) Variabel X dan Y**

ANOVA<sup>b</sup>

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	885.142	3	295.047	6.331	.001 <sup>a</sup>
Residual	2143.678	46	46.602		
Total	3028.820	49			

a. Predictors: (Constant), Permainan Stocklab, Seminar Pasar Modal, Kampanye Yuk Nabung Saham

b. Dependent Variable: Minat Berinvestasi

Nilai f hitung adalah pengujian secara simultan untuk mengetahui pengaruh variabel X terhadap variabel Y, apakah berpengaruh secara simultan atau tidak. Untuk mengetahui hasilnya simultan atau tidak, angka f hitung akan dibandingkan dengan f tabel sebagai berikut;

1. Merumuskan hipotesis

Ho : Tidak terdapat pengaruh secara simultan antara variabel strategi sosialisasi yang terdiri dari permainan *stocklab*, seminar pasar modal, dan kampanye “Yuk Nabung Saham” terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal.

Ha : Terdapat pengaruh secara simultan antara variabel strategi sosialisasi yang terdiri dari permainan *stocklab*, seminar pasar modal, dan kampanye “Yuk Nabung Saham” terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal.

2. Menentukan f hitung dan signifikansi

Dari *output* didapat t hitung sebesar 6,331 dan signifikansi sebesar 0,001.

3. Menentukan f tabel

Tabel dapat dilihat pada tabel statistik signifikansi 0,05 dengan derajat kebebasan  $df = N - 4 = 50 - 4 = 46$ . Hasil yang dilihat dari f tabel adalah sebesar 2,76.

4. Kriteria pengujian

a. Jika f hitung  $> f$  tabel, maka Ho ditolak.

b. Jika f hitung  $< f$  tabel, maka Ho diterima.

Berdasarkan signifikansi:

a. jika signifikansi  $> 0,05$ . Maka Ho diterima

b. jika signifikansi  $< 0,05$ . Maka Ho ditolak

5. membuat kesimpulan

karena nilai f hitung  $>$  dari f tabel ( $6,331 > 2,76$ ) dan (signifikansi)  $0,001 < 0,05$  maka Ho ditolak. Artinya ada pengaruh secara simultan antara variabel strategi sosialisasi dan edukasi pasar modal melalui seminar pasar modal, kampanye “Yuk Nabung Saham” dan Permainan *Stocklab*, terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal.

Dari hasil kesimpulan di atas dapat disimpulkan bahwa strategi sosialisasi dan edukasi pasar modal melalui seminar pasar modal, kampanye “Yuk Nabung Saham” dan Permainan *Stocklab* mempengaruhi secara simultan (bersama-sama) keputusan berinvestasi di pasar modal. Dengan kata lain keberadaan seminar pasar modal, kampanye “Yuk Nabung Saham” dan Permainan *Stocklab* yang dilaksanakan OJK secara simultan (bersama-sama) mempengaruhi responden memutuskan berinvestasi di pasar modal.

## KESIMPULAN

Berdasarkan pada analisis dan pembahasan penelitian yang telah dilakukan mengenai analisis strategi sosialisasi dan edukasi pasar modal dan pengaruhnya terhadap keputusan berinvestasi pada pasar modal maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi sosialisasi dan edukasi pasar modal melalui seminar pasar modal berpengaruh terhadap keputusan responden untuk berinvestasi. Hal ini dapat dilihat dari variabel seminar pasar modal bahwa  $t$  hitung untuk variabel seminar pasar modal ( $X_1$ ) sebesar 4,173,  $t$  tabel sebesar 2,412 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Berarti  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Dikarenakan  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $4,173 > 2,412$ ) dan signifikan karena nilai signifikansi  $0,000 < 0,005$ . Sehingga dapat penulis simpulkan bahwa seminar pasar modal secara parsial berpengaruh terhadap keputusan berinvestasi.
2. Strategi sosialisasi dan edukasi pasar modal melalui kampanye “Yuk Nabung Saham” berpengaruh terhadap keputusan responden untuk berinvestasi. Hal ini dapat dilihat dari variabel kampanye “Yuk Nabung Saham” bahwa  $t$  hitung untuk variabel kampanye “Yuk Nabung Saham” ( $X_2$ ) sebesar 1,797 dan  $t$  tabel sebesar 2,412 dengan nilai signifikansi sebesar 0,079. Berarti  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Dikarenakan  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel ( $1,797 < 2,412$ ) dan tidak signifikan karena nilai signifikansi  $0,079 > 0,005$ . Sehingga dapat penulis simpulkan bahwa seminar pasar modal secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan berinvestasi.
3. Strategi sosialisasi dan edukasi pasar modal melalui permainan *Stocklab* tidak berpengaruh terhadap keputusan responden untuk berinvestasi. Hal ini dapat dilihat dari variabel permainan *Stocklab* bahwa  $t$  hitung untuk variabel permainan *Stocklab* ( $X_3$ ) sebesar 1,195,  $t$  tabel sebesar 2,412 dengan nilai signifikansi sebesar 0,238. Berarti  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Dikarenakan  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel ( $1,196 < 2,412$ ) dan signifikan karena nilai signifikansi  $0,238 > 0,005$ . Sehingga dapat penulis simpulkan bahwa permainan *Stocklab* secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan berinvestasi. Dengan asumsi bahwa faktor lain yang mempengaruhi adalah akses dan ketersediaan dana yang dimiliki responden.

4. Sosialisasi dan edukasi pasar modal melalui seminar pasar modal, kampanye “Yuk Nabung Saham”, dan permainan *Stocklab* secara simultan (bersama-sama) mempengaruhi keputusan berinvestasi. Hal ini dapat dilihat dari F hitung sebesar 6,331 > F tabel 2,76 dengan nilai taraf signifikan  $\alpha < 0,001 < 0,05$ . Dengan demikian karena  $\alpha < 0,05$  mempunyai nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, artinya terdapat pengaruh sosialisasi dan edukasi pasar modal melalui seminar pasar modal, kampanye “Yuk Nabung Saham”, dan permainan *Stocklab* secara simultan terhadap keputusan berinvestasi.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Adisetiawan, R dan Yunan Surono. 2017. *Indonesian Capital Market Efficiency*, British Journal of Economics, Finance and Management Science
- Creswell, Jhon W. 2010. *Research Design Pendekatan kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed* Edisi Terjemahan Achmad Fawaid, Pustaka Pelajar: Yogyakarta
- Darmawan, Deni. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 20/DSN-MUI/IV/2001 tentang Pedoman Pelaksanaan Investasi untuk Reksa Dana Syariah.
- Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 32/DSN-MUI/IV/2002 Obligasi Syariah.
- Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 40/DSN-MUI/X/2003 tentang Pasar Modal dan Pedoman Umum Penerapan Prinsip Syariah di Bidang Pasar Modal.
- Hariady, Edy. 2013. *Analisis Pengaruh Sikap, Norma, Kontrol dan Preferensi Risiko Terhadap Minat Wanita Berinvestasi di Reksadana*, Jurnal Universitas Kristen Satya Wacana.
- Justa, Abrizen. 2017. *Analisis Strategi PT. Bursa Efek Indonesia*, Al-Masraf Universitas Andalas, Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan.
- Khotimah, Husnul dkk.. 2015. *Pengaruh Sosialisasi dan Pengetahuan Terhadap Minat Investor Pada Efek Syariah di Pasar Modal (Survei Pada Nasabah PT Danareksa Sekuritas Cabang FE-UI Depok)*, Jurnal Politeknik Negeri Jakarta.

- Kurniawan, Albert. 2014. *Metode Riset Untuk Ekonomi dan Bisnis Teori, Konsep & Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengolahan Data dengan IBM SPSS 22.0)*, Bandung: Alfabeta.
- Kurniawan, Albert. 2017. *Metode Riset Untuk Ekonomi dan Bisnis Teori, Konsep & Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengolahan Data dengan IBM SPSS 22.0)*, Bandung: Alfabeta.
- Kusmawati. 2011. *Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Berinvestasi di Pasar Modal dengan Pemahaman Investasi dan Usia Sebagai Variabel Moderat*, Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi (JENIUS)
- Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2015
- Martono dan Agus Harjito, 2010, *Manajemen Keuangan*, Jakarta: Salemba Empat.
- Martono, Nanang, *Metode Penelitian Kuantitatif (Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder) Edisi Revisi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012)
- Mudjiono, *Investasi dalam Saham dan Obligasi dan Meminimalisasi Risiko Sekurita Pada Pasar Modal Indonesia*, Jurnal STIE Semarang Vol 4 No 2 hlm 2-3, 2012 (ISSN 2252-7826)
- Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013)
- Mulyadi, 2006, *Akuntansi Manajemen*, Jakarta: Diadit Media.
- Peraturan Bapepam LK No. IX.A 13 tentang Penerbitan Efek Syariah.
- Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK 13) tentang Investasi Properti
- Pradja, Juhaya S., 2012, *Lembaga Keuangan Syariah., Suatu Kajian Teoritis Praktis*, Bandung: CV Pustaka Setia.
- Rahardja, Prathama dan Mandala Manurung, *Pengantar Ilmu Ekonomi (Mikroekonomi dan Makroekonomi)*, (Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2008)
- Rakhimsyah, Leli Amnah dan Barbara Gunawan, 2011, *Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan Kebijakan Dividen, dan Tingkat Suku Bunga Terhadap Nilai Perusahaan*, Jurnal Investasi.
- S. Pradja, Juhaya, *Lembaga Keuangan Syariah., Suatu Kajian Teoritis Praktis* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2012)

- Santosa, Antonius Heru dan Aris Budi Setiawan, *Analisis Risiko Investasi Saham Pada Sektor Properti di Bursa Efek Indonesia Periode 2003-2008*, Jurnal Universitas Gunadarma 2009
- Santoso, Singgih, 2010, *Statistik Parametrik: Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*, Jakarta: PT ELex Media Komputindo.
- sikapiuangmu.ojk.go.id
- Soemitra, Andri, 2009, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Kencana.
- Statistik Mingguan Pasar Modal Minggu ke-3 Juli 2017
- Stocklab.co.id, di akses terakhir pada tanggal 03 April 2017 pukul 22.01 WIB
- Sugiyono, *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis dan Disertasi*, (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2013)
- Taniredja, Tukiran dan Hidayati Mustafida, *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*, (Bandung, ALfabarta, 2012)
- Widiyanto, Mikha Agus, *Statistika Terapan: Konsep dan Aplikasi SPSS/LISREL dalam Penelitian Pendidikan, Psikologi dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2013)
- Widoyoko, Eko Putro, 2012, *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Belajar
- Yusuf, Muri, 2013, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*, Padang.