

SKRIPSI

**STRATEGI PEMASARAN PT INDOPREMIER SEKURITAS
KP LAMPUNG DALAM MENAMBAH JUMLAH
INVESTOR SAHAM SYARIAH**

Oleh:

**RAHAYU NOVIANTI LESTARI
NPM. 1602100054**



**Jurusan S1 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1443 H / 2021 M**

**STRATEGI PEMASARAN PT INDOPREMIER SEKURITAS
KP LAMPUNG DALAM MENAMBAH JUMLAH
INVESTOR SAHAM SYARIAH**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

RAHAYU NOVIANTI LESTARI
NPM. 1602100054

Pembimbing I : Hermanita, SE.MM.
Pembimbing II : Upia Rosmalinda, M.E.I

Jurusan S1 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1443 H / 2021 M



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Pt. Hajat LingsarAra Pantiqan, Pt. A. KuegruAra Metro, Tutua Yaha Metro Lampung 34111
Telp: (0725) 41911, Faksimili (0725) 41755, Website: www.iaimetro.ac.id E-mail: iainmetro@iaimetro.ac.id

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 1 (satu) berkas
Hal : **Pengajuan untuk Dimunaqosyahkan
Saudara Rahayu Novianti Lestari**

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
Di _____

Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah Kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya maka skripsi saudara:

Nama : **RAHAYU NOVIANTI LESTARI**
NPM : 1602100054
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : SI Perbankan Syariah
Judul : **STRATEGI PEMASARAN PT INDOPREMIER SEKURITAS KP
LAMPUNG DALAM MENAMBAH JUMLAH INVESTOR
SAHAM SYARIAH**

Sudah dapat kami setujui dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk dimunaqosyahkan.

Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I,

Hermanita, SE.MM.
NIP. 19730220 199903 2 001

Metro, Desember 2021
Pembimbing II,

Upia Rosmalinda, M.E.I

Mengetahui,
Ketua Jurusan SI Perbankan Syariah

Muhammad Ryan Fahlevi, M.M
NIP. 19920829 201903 1 007

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **STRATEGI PEMASARAN PT INDOPREMIER SEKURITAS
KP LAMPUNG DALAM MENAMBAH JUMLAH INVESTOR
SAHAM SYARIAH**

Nama : **RAHAYU NOVIANTI LESTARI**

NPM : 1602100054

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

MENYETUJUI

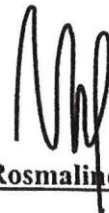
Untuk dimunaqosyahkan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Pembimbing I,



Hermanita, SE.MM.
NIP. 19730220 199903 2 001

Metro, Desember 2021
Pembimbing II,



Upia Rosmalinda, M.E.I



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
 Telp (0726) 41507; Faksimil (0725) 47296,
 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No. B-0106/In.28.4/D/PP.00.2/01/2022

Skrripsi dengan Judul: STRATEGI PEMASARAN PT INDOPREMIER SEKURITAS KP LAMPUNG DALAM MENAMBAH JUMLAH INVESTOR SAHAM SYARIAH, disusun Oleh: RAHAYU NOVIANTI LESTARI, NPM: 1602100054, Jurusan: S1 Perbankan Syariah telah diujikan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Hari/Tanggal: Kamis/30 Desember 2021.

TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator : Hermanita, SE.MM.

Penguji I : Zumaroh, M.E.Sy

Penguji II : Upia Rosmalinda, M.E.I

Sekretaris : Carmidah, M.Ak



Mengetahui,
 Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Mat. Jalil, M. Hum

NIP. 19620812-199803 1 001

ABSTRAK

STRATEGI PEMASARAN PT INDOPREMIER SEKURITAS KP LAMPUNG DALAM MENAMBAH JUMLAH INVESTOR SAHAM SYARIAH

**Oleh:
RAHAYU NOVIANTI LESTARI**

Saham syariah merupakan salah satu bentuk dari saham saham yang berasal dari kinerja dan produk sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dalam hal kehalalan ruang lingkup kegiatan usahanya maupun cara pengelolaannya tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Dilihat dari jumlah investor Indopremier Sekuritas KP Lampung memang mengalami peningkatan pada tiap tahunnya, yaitu pada tahun 2019 sebanyak 127 investor dan pada tahun 2020 mengalami peningkatan mencapai 482 investor. Akan tetapi jumlah investor pada saham syariah masih belum mengalami peningkatan yang signifikan dibandingkan dengan jumlah investor pada saham konvensional.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran PT IndoPremier Sekuritas KP Lampung dalam menambah jumlah investor saham syariah. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran PT Indo Premier Sekuritas KP Lampung dalam menambah jumlah investor saham syariah. Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan metode wawancara dan dokumentasi yang dilakukan kepada *Representative Officer* IndoPremier KP Lampung, 3 investor saham syariah PT Indo Premier Sekuritas KP Lampung dan 2 masyarakat umum, sedangkan dokumentasi diambil dari data-data, buku, internet, dan media yang berhubungan dengan fokus penelitian.

Berdasarkan penelitian pada IndoPremier Sekuritas KP Lampung, penambahan investor saham syariah sangat erat kaitannya dengan strategi yang telah dilakukan oleh IndoPremier Sekuritas Kantor Perwakilan Lampung. Beberapa strategi yang sudah dilakukan dalam menambah investor saham syariah diantaranya melakukan sosialisasi dan edukasi, bentuk sosialisasi dengan masyarakat terhadap masyarakat yang belum mengenal saham syariah, dengan cara berhubungan langsung dengan calon nasabah seperti mengadakan seminar atau sekolah pasar modal syariah, dan juga mengadakan workshop tentang saham syariah. Melakukan pemasaran online yang dilakukan dengan cara pengembangan website atau blog, dan pemanfaatan social media. Strategi yang digunakan oleh IndoPremier Sekuritas KP Lampung sudah sesuai dengan konsep pemasaran yaitu, Product (produk), Place (tempat) Promotion (promosi), People (orang), Process (proses).

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : RAHAYU NOVIANTI LESTARI

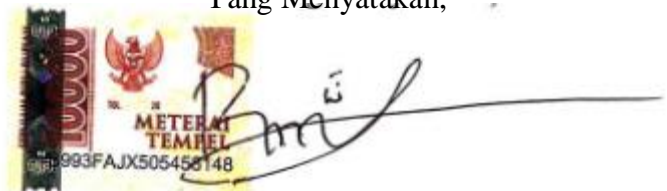
NPM : 1602100054

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, Desember 2021
Yang Menyatakan,



Rahayu Novianti Lestari
NPM. 1602100054

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ
اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ﴿١٨﴾ (سورة الحشر, ١٨)

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah Setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan. (Q.S Al Hasyr: 18)*

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur atas Nikmat serta Rahmat yang telah diberikan oleh Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang serta Karunia dan kemudahan yang diberikan-Nya, akhirnya Skripsi ini dapat terselesaikan. Peneliti persembahkan Skripsi ini sebagai ungkapan rasa hormat dan cinta kasih yang tulus bagi mereka yang selalu mendoakan dan mendukung peneliti dalam menyelesaikan Skripsi ini kepada:

1. Orang tua ku Ibu Indiyati yang tidak pernah berhenti memberikan kasih sayang, doa, semangat, motivasi serta selalu mendukung dalam bentuk moril materil dan Ayah ku yang selalu di Hati Alm. Bapak Supardi.
2. Pembimbing I Ibu Hermanita, SE.MM., dan pembimbing II Ibu Upia Rosmalinda, M.E.I., Beliau-beliau adalah dosen yang selalu memberikan bimbingan yang tiada henti dan memberikan kritikan serta masukan yang membangun, pada akhirnya terselesaikannya skripsi ini.
3. Kakak ku Nining Isti Utami dan Andhi Wicaksono yang memberikan support dan selalu menghadirkan semangat untuk terselesaikannya skripsi ini.
4. Sahabat-sahabat seperjuangan Anelia Anggraeni, Rahayu Novianti Lestari, Ifi Desta Lesiandini dan Rahayu Anggraini Putri yang telah membantu, memberikan doa, semangat dan motivasi.
5. Teman dekatku Tiar yang selalu mendukung dalam bentuk moril materil dan selalu memberikan motivasi dan semangat. Terimakasih untuk semuanya.
6. Representatif Officer IndoPremier Sekuritas KP Lampung yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk meneliti dan bersedia menjadi sumber informasi melalui wawancara untuk penelitian skripsi ini.
7. Almamater pendidikan, Jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.
8. Kepada semua pihak yang terlibat langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat disebutkan satu persatu, namun tidak mengurangi rasa hormat. Peneliti hanya bisa mengucapkan terimakasih atas segala bantuan dan dukungannya

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Puji Syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, ridho dan *inayah*-Nya serta memberikan kekuatan dan kesabaran, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Strategi Pemasaran Pt Indopremier Sekuritas Kp Lampung Dalam Menambah Jumlah Investor Saham Syariah.

Skripsi ini sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan Program Strata Satu (S1) Jurusan Perbankan Syariah dalam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro guna memperoleh gelar sarjana Strata Satu.

Skripsi ini ditulis dengan mendapatkan banyak bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan dan ketulusan hati peneliti ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag. PIA. selaku Rektor IAIN Metro.
2. Bapak Dr. Mat Jalil, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro.
3. Bapak Muhammad Ryan Fahlevi, M.M selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah.
4. Ibu Hermanita, SE.MM selaku Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan serta pengarahan hingga skripsi ini selesai.
5. Ibu Upia Rosmalinda, M.E.I selaku Pembimbing II yang selalu sabar memberikan bimbingan dan pengarahan hingga skripsi ini selesai.

6. Bapak dan Ibu dosen/karyawan IAIN Metro yang telah menyediakan waktu dan fasilitas guna menyelesaikan penelitian skripsi ini.
7. Rekan-rekan mahasiswa yang telah memberikan motivasi dan dukungan kepada peneliti.

Semoga amal baik yang telah diberikan dalam penelitian skripsi ini dapat dibalas oleh Allah SWT. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, maka peneliti mengharapkan kritik dan saran yang dapat membantu perbaikan hasil penelitian ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu Perbankan Syariah.

Wassalamu 'alaikum Wr.Wb

Metro, Desember 2021
Peneliti,



Rahayu Novianti Lestari
NPM. 1602100054

DAFTAR ISI

	Hal.
HALAMAN SAMBUNG	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS	iii
PERSETUJUAN	iv
PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
ORISINALITAS PENELITIAN	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pertanyaan Penelitian	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
D. Penelitian Relevan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	11
A. Strategi Pemasaran	11
1. Pengertian Strategi Pemasaran.....	11
2. Manfaat Strategi Pemasaran	12
3. Bauran Pemasaran	13
4. Tujuan strategi pemasaran	20
5. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Strategi Pemasaran.....	21
B. Perusahaan Sekuritas dalam Menambah Jumlah Investor	24
1. Perusahaan Sekuritas	24
2. Pengertian Investor.....	26
3. Macam-macam Investor	26
4. Tujuan Investor	27

C. Saham Syariah	29
1. Pengertian Saham Syariah	29
2. Kriteria Saham Syariah.....	30
3. Perbedaan Saham Syariah dan Saham Konvensional	31
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Jenis dan Sifat Penelitian.....	33
B. Sumber Data	34
C. Teknik Pengumpulan Data	36
D. Teknik Analisa Data.....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
A. Gambaran Umum PT Indopremier Sekuritas KP Lampung.....	40
1. Sejarah PT IndoPremier Sekuritas	40
2. Visi dan Misi PT IndoPremier Sekuritas.....	41
3. Produk PT IndoPremier Sekuritas	41
4. Perkembangan Investor Saham Syariah PT IndoPremier Sekuritas KP Lampung	44
B. Strategi Pemasaran PT Indopremier Sekuritas KP Lampung Dalam Menambah Jumlah Investor Saham Syariah	45
C. Analisis Terhadap Strategi Pemasaran PT Indopremier Sekuritas KP Lampung Dalam Menambah Jumlah Investor Saham Syariah	47
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	54
B. Saran	54

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data investor PT Indo Premier Sekuritas KP Lampung tahun 2017-2020.....	5
Tabel 4.1 Data investor PT Indo Premier Sekuritas KP Lampung tahun 2017-2020.....	44

DAFTAR LAMPIRAN

1. Outline
2. Alat Pengumpul Data (APD)
3. Surat Keterangan Pembimbing Skripsi
4. Surat Izin Research
5. Surat Tugas
6. Surat Keterangan Bebas Pustaka
7. Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi
8. Dokumentasi (Foto)
9. Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan industri keuangan global memang telah memberikan pengaruh bagi industri keuangan Indonesia, sehingga industri keuangan di Indonesia mengalami perkembangan yang begitu pesat dengan semakin banyaknya lembaga-lembaga keuangan yang berdiri, termasuk pasar modal. Pasar modal merupakan sarana bagi kegiatan berinvestasi. Pasar modal berperan besar bagi perekonomian suatu Negara karena menjalankan dua fungsi yaitu fungsi ekonomi dan fungsi keuangan.

Definisi pasar modal secara umum merupakan suatu tempat bertemunya para penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi dalam rangka memperoleh modal. Salah satu alternatif saat ini yaitu adanya pasar modal syariah. Pasar modal syariah adalah pasar modal yang seluruh mekanisme kegiatannya dan mekanisme perdagangannya terutama mengenai emiten, jenis efek yang diperdagangkan sesuai dengan prinsip syariah.¹

Pasar modal syariah dikembangkan dengan tujuan untuk memfasilitasi kebutuhan umat muslim di Indonesia yang ingin melakukan investasi di produk produk pasar modal yang sesuai dengan prinsip dasar islam. Dengan dikembangkan produk-produk investasi syariah dipasar modal syariah diharapkan bisa mewujudkan pasar modal Indonesia menjadi suatu market

¹ Awaluddin, "Pasar Modal Syariah: Analisis Penawaran Efek Syariah di Bursa Efek Indonesia" Vol. 1, No. 2, (Juli 2016).

yang dapat menarik para investor untuk berinvestasi dengan memperhatikan produk dan instrumen yang sejalan dengan kaidah-kaidah ajaran Islam Investasi.²

Adapun dasar diperbolehkannya transaksi jual-beli efek adalah Fatwa DSN-MUI No. 80/DSN-MUI/VI 2011 Tentang Penerapan Prinsip Syariah dalam Mekanisme Perdagangan Efek Bersifat Ekuitas di Pasar Reguler Bursa Efek. Adapun isi utama fatwa mekanisme syariah perdagangan saham adalah:

1. Perdagangan Efek di Pasar Reguler Bursa Efek menggunakan akad jual beli (bai').
2. Efek yang ditransaksikan adalah efek yang bersifat ekuitas yang sesuai dengan prinsip syariah (terdapat dalam Daftar Efek Syariah (DES)).
3. Pembeli boleh menjual efek setelah transaksi terjadi, meskipun settlementnya di kemudian hari (T+3) berdasarkan prinsip qabdh hukmi.
4. Mekanisme tawar-menawar yang berkesinambungan menggunakan akad bai' al-musawamah. Harga yang wajar dan disepakati akan menjadi harga yang sah.³

Perusahaan Efek atau perusahaan sekuritas muncul dalam rangka mempertemukan pembeli dan penjual sekuritas, artinya pasar sekuritas adalah mekanisme yang diciptakan untuk memberi fasilitas perdagangan aset

² M. Samsul Haidir, "Pengaruh Pemahaman Investasi, Dengan Modal Minimal Dan Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Melakukan Investasi Di Pasar Modal Syariah", dalam Jurnal Hukum Islam, Ekonomi dan Bisnis, Vol. 4, h. 198

³ Irwan Abdalloh, Pasar Modal Syariah, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia, 2019), 126.

keuangan.⁴ Perusahaan sekuritas adalah perusahaan yang bergerak di bidang transaksi jual beli efek. Pada dasarnya, perusahaan ini tidak mengeluarkan efek, namun sebagai perantara investor dengan pasar modal dalam jual beli efek. Perusahaan sekuritas bisa dikatakan perusahaan pelayanan jasa keuangan dalam memberikan saran dan strategi investasi, keputusan dalam membeli dan menjual saham, indeks harga saham, memberikan informasi mengenai perusahaan yang terdapat di bursa efek baik dari segi modal, aset dan sebagainya.

PT Indo Premier Sekuritas (“IndoPremier”) adalah perusahaan penyedia jasa keuangan terintegrasi di bidang pasar modal yang melayani klien individu maupun korporasi berdasarkan ijin Badan Pengawas Pasar Modal/Otoritas Jasa Keuangan (OJK) nomor KEP-11/PM/PPE/1996. Pada tahun 2002, founders dari IndoPremier membeli perusahaan efek ini dan dinamakan PT Indo Premier Securities yang kemudian berubah menjadi PT Indo Premier Sekuritas pada tahun 2017.⁵

Saham syariah merupakan salah satu bentuk dari saham yang berasal dari kinerja dan produk sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dalam hal kehalalan ruang lingkup kegiatan usahanya maupun cara pengelolaannya tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Semakin berkembangnya saham syariah yang ada di Indonesia tidak menutup kemungkinan akan menjadikan

⁴ Wastam Wahyu Hidayat, *Konsep Dasar Investasi dan Pasar Modal*, (Uwais Inspirasi Indonesia, 2019), 9

⁵ <https://www.indopremier.com/about.php?page=background> diakses pada tanggal 2 Mei 2021

instrumen pasar modal syariah lebih variatif dan lebih menjanjikan bagi para investor yang ingin menginvestasikan modalnya di pasar modal syariah.⁶

PT. IndoPremier Sekuritas adalah salah satu perusahaan sekuritas yang sudah mengembangkan Sharia Online Trading System pada tahun 2011 bernama IPOTSyariah. IPOT Syariah merupakan salah satu produk dari IndoPremier yang berbentuk aplikasi *online trading* syariah pertama di Indonesia yang telah mendapat sertifikasi dari Dewan Syariah Nasional (DSN) tersertifikasi DSN-MUI dengan nomor sertifikasi 001.58.02/DSN-MUI/I/2018 dan dikhususkan untuk transaksi saham yang masuk dalam Daftar Efek Syariah (DES).

Sertifikasi dari DSN merupakan jaminan bahwa transaksi saham *online* yang dilakukan melalui IPOT Syariah telah sesuai prinsip-prinsip syariah dalam Islam. IPOT Syariah menawarkan fitur-fitur transaksi saham yang sesuai dengan prinsip syariah yakni, *halal* (hanya melakukan transaksi pada saham-saham yang masuk di dalam DES - Daftar Efek Syariah), tidak mengandung "*Riba*" karena limit transaksi hanya sebesar saldo kas nasabah dan terhindar dari "*Ba'i Al-Ma'Dum*" (menjual yang bukan miliknya) karena di IPOT Syariah tidak diperkenankan untuk melakukan *short-selling*.⁷

Berdasarkan hasil wawancara, diperoleh data mengenai jumlah investor pada IndoPremier sekuritas KP Lampung, sebagai berikut:⁸

⁶ Rifqi Muhammad, Akuntansi Keuangan Syariah (Yogyakarta: P3EI, 2010), 61.

⁷ <https://www.indopremier.com/ipotku> diakses pada 25 agustus 2021

⁸Ibu Arum Isti Chaerani selaku Representative Officer IndoPremier Sekuritas KP Lampung, wawancara pada tanggal 18 Mei 2021

Tabel 1.1
Data investor PT Indo Premier Sekuritas KP Lampung

Tahun	Konvensional	Syariah
2017	168	25
2018	206	38
2019	331	127
2020	2.811	482

Sumber: IndoPremier Sekuritas Kantor Perwakilan Lampung

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas terlihat bahwa dari tahun 2017-2020 IndoPremier Sekuritas KP Lampung mengalami peningkatan jumlah investor konvensional dan investor syariah dengan didominasi kalangan milenial dan usia produktif 18-30 tahun.⁹ Dilihat dari jumlah investor IndoPremier Sekuritas KP Lampung memang mengalami peningkatan pada tiap tahunnya, akan tetapi jumlah investor pada saham syariah masih belum mengalami peningkatan yang signifikan dibandingkan dengan jumlah investor pada saham konvensional.

Dalam industry keuangan, khususnya di pasar modal syariah, keberadaan dan kelengkapan informasi merupakan hal yang sangat penting karena menjadi dasar pengambilan keputusan investasi. Investor akan dapat menentukan pilihan investasi, bila didukung dengan ketersediaan informasi yang baik, lengkap, dan benar. Hal ini bisa menjadikan pilihan yang efektif bagi para investor.

Sebagai Negara yang mayoritas masyarakatnya beragama muslim seharusnya jumlah investor saham syariah bisa sama banyaknya atau malah lebih tinggi dari pada investor saham konvensional dalam menginvestasikan

⁹ Ibu Arum Isti Chaerani selaku Representative Officer IndoPremier Sekuritas KP Lampung, wawancara pada tanggal 18 Mei 2021

modalnya untuk mendapatkan keuntungan dunia akhirat akan tetapi pada kenyataannya jumlah investor saham syariah masih belum sebanyak investor saham konvensional. Hal tersebut terjadi karena beberapa faktor diantaranya karena belum maksimalnya strategi pemasaran oleh PT IndoPremier Sekuritas KP Lampung dalam memberikan sosialisasi mengenai saham syariah dan juga kurangnya literasi pada masyarakat, dimana di jumpai alasan lebih memilih untuk menjadi investor konvensional karena belum mengetahui tentang saham syariah.

Maka hal itulah yang melatarbelakangi dan mendorong peneliti untuk melakukan penelitian terhadap “Strategi Pemasaran PT IndoPremier Sekuritas KP Lampung Dalam Menambah Jumlah Investor Saham Syariah”

B. Pertanyaan Penelitian

Mengacu pada permasalahan atau latar belakang yang telah di atas, maka peneliti membuat pertanyaan penelitian yaitu: Bagaimana strategi pemasaran PT IndoPremier Sekuritas KP Lampung dalam menambah jumlah investor saham syariah?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui mengetahui strategi pemasaran PT IndoPremier Sekuritas KP Lampung dalam menambah jumlah investor saham syariah.

2. Manfaat Penelitian

a. Bagi Pihak Perusahaan Sekuritas

Diharapkan bagi pihak perusahaan sekuritas dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat dan menambah jumlah investor saham syariah.

b. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan pengetahuan yang didapat selama di bangku perkuliahan terutama mengenai strategi pemasaran di dalam perusahaan guna mencapai target yang diharapkan.

D. Penelitian Relevan

Penelitian yang akan dilakukan tidak terlepas dari penelitian terdahulu yang dijadikan pandangan dan referensi. Dalam hal ini, peneliti mengutip hasil penelitian terdahulu yaitu:

1. Penelitian dalam skripsi yang dilakukan oleh Erik Pujianto yang berjudul *Strategi Bursa Efek Indonesia (BEI) Dalam Menambah Investor Baru Pasar Modal pada Bursa Efek Indonesia (BEI) Kantor Cabang Bandar Lampung*. Dalam penelitian ini peneliti fokus menjelaskan tentang Strategi Bursa Efek Indonesia (BEI) Dalam Menambah Investor Baru Pasar Modal. Penelitian ini menyimpulkan hasil dari data penelitian bahwa Bursa Efek Indonesia (BEI) Kantor Cabang Bandar Lampung telah melakukan beberapa strategi seperti sosialisasi berupa seminar dan sosialisasi *Go Publik*, dan edukasi Sekolah Pasar Modal. Strategi dengan media dan iklan

berupa Workshop Wartawan dan kerjasama dengan media cetak Lampung.¹⁰

Persamaan pada penelitian yaitu sama sama membahas strategi pemasaran untuk menambah jumlah investor. Perbedaan penelitian ini meneliti pada strategi *promotion* dan *proses* sedangkan peneliti fokus pada strategi 7P untuk menambah jumlah investor.

2. Penelitian dalam skripsi yang ditulis oleh Muhammad Subli yang berjudul *Strategi PT Phintraco Sekuritas Dalam Meningkatkan Investor di Bursa Efek Indonesia*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran PT Phintraco Sekuritas dalam meningkatkan Investor dan mengetahui kendala PT Phintraco Sekuritas dalam Meningkatkan Investor di Bursa Efek Indonesia. Hasil penelitian ini Strategi utama PT Phintraco Sekuritas cabang Palangka Raya yaitu sosialisasi melalui media sosial maupun media cetak, edukasi melalui sekolah pasar modal (SPM) dan Kelas Investor Saham (KIS). Sedangkan kendala yang dihadapi PT Phintraco Sekuritas dalam meningkatkan jumlah investor ada kendala internal dan eksternal. Kendala internal yaitu kurangnya sumber daya manusia di Phintraco Sekuritas yang memiliki lisensi sebagai Penjamin Emise Efek dan Manajer Investasi. Sedangkan dari eksternal yaitu kurangnya pemahaman masyarakat tentang pasar modal dan saham, jarak

¹⁰ Erik Pujiyanto, *Strategi Bursa Efek Indonesia (BEI) Dalam Menambah Investor Baru Pasar Modal Di Pada Bursa Efek Indonesia (BEI) Kantor Cabang Bandar Lampung*, Skripsi Institut Agama Islam Negeri Metro Lampung 2019

antara satu daerah sangat jauh dan 90 kurangnya informasi yang belum diakses masyarakat secara umum untuk mengetahui pasar modal.¹¹

Persamaan pada penelitian ini yaitu sama sama membahas mengenai strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah investor. Perbedaan pada penelitian ini yaitu analisis *promotion* dan *place*, sedangkan peneliti terfokuskan pada strategi 7P yang tepat dalam menambah jumlah investor.

3. Penelitian dalam skripsi yang di tulis oleh M. Ridho Akbar yang bwejudul *Strategi Pemasaran Jasa Perdagangan Saham Di PT. BNI Securities Yogyakarta*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran apa saja yang digunakan oleh PT. BNI securities Yogyakarta yang terdiri atas proses pemasaran dan bauran pemasaran. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa Penerapan proses pemasaran yang dilakukan PT. BNI Securities Yogyakarta meliputi: *segmenting*, *targeting*, dan *positioning* dan penerapan bauran pemasaran yang dilakukan PT. BNI Securities Yogyakarta meliputi: *product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *physical evidence*, dan *process*. Strategi pemasaran paling tepat yang dapat dilakukan oleh PT. BNI Securities Yogyakarta adalah melalui strategi pemasaran kombinasi atas produk dan promosi yaitu dengan keunggulan *software* esmart serta memaksimalkan promosi referral, online dan *word of mouth*.¹²

¹¹ Muhammad Subli, Strategi PT Phintraco Sekuritas Dalam Meningkatkan Investor Di Bursa Efek Indonesia, Skripsi Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya, 2018

¹² M. Ridho Akbar, Strategi Pemassaran Jasa Perdagangan Saham Di PT. BNI Securities Yogyakarta, Universitas Negeri Yogyakarta, 2015

Persamaan pada penelitian ini yaitu sama sama membahas mengenai strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah investor. Perbedaan pada penelitian ini yaitu terletak pada strategi pemasaran yang digunakan yaitu strategi produk dan promosi sedangkan peneliti lebih ditekankan pada teori 7P.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Pemasaran

1. Pengertian Strategi Pemasaran

Pemasaran menurut Kotler adalah “Manajemen pemasaran sebagai suatu seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan mendapatkan, menjaga, dan menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menyerahkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul”.¹

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 yang lebih sempit, pemasaran sebagai proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, dengan tujuan menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya.²

Pemasaran adalah proses sosial yang dengan proses itu individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain.³

¹ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2011), 6

² Philip Kotler, *Prinsip-Prinsip pemasaran Jilid I*, (Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2006), 6

³ *Ibid*, 7

Strategi adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan di jalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran dalam suatu perusahaan.⁴

Pengertian strategi yang didefinisikan oleh Kenneth R. Andrews merupakan suatu proses mengevaluasi kekuatan dan kelemahan perusahaan dibandingkan dengan peluang dan ancaman yang ada dalam lingkungan yang dihadapi dan memutuskan strategi pasar, produk yang menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan peluang lingkungan.⁵

Jadi dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran adalah upaya perusahaan dalam mengarahkan kegiatan usaha untuk dapat menghasilkan produk atau jasa yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumen sehingga dalam jangka waktu dan jumlah produk tertentu dapat diperoleh keuntungan seperti yang diharapkan.

2. Manfaat Strategi Pemasaran

Supriyono mengemukakan manfaat strategi pemasaran sebagai berikut:

- a. Mengantisipasi masalah kesempatan masa depan pada kondisi perusahaan yang berubah dengan cepat.
- b. Memberikan tujuan dan arah perusahaan pada masa depan dengan jelas kepada semua karyawan

⁴ Sofian Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002), 154

⁵ Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), 339

- c. Membuat tugas para eksekutif puncak menjadi lebih mudah dan kurang beresiko
- d. Memonitor segala sesuatu yang dikerjakan dan terjadi di dalam perusahaan, memberikan sumbangan terhadap kesuksesan perusahaan atau mengarah ke kegagalan
- e. Memberikan informasi pada manajemen puncak dalam merumuskan tujuan akhir akhir dan perusahaan dengan memerhatikan etika masyarakat dan lingkungan
- f. Membantu praktik-praktik manajer.⁶

3. Macam-macam Strategi Pemasaran

Bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan perangkat atau alat bagi pemasar yang terdiri atas berbagai unsur suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan penentuan posisi yang ditetapkan dapat berjalan sukses. Bauran pemasaran produk barang mencakup 4P, yaitu produk, harga, lokasi atau tempat, dan promosi. Sementara untuk produk jasa, keempat faktor tersebut masih dirasa kurang mencukupi, para ahli pemasaran menambah tiga unsur lagi, yaitu orang atau sumber daya manusia (SDM), proses, dan layanan pelanggan.

Ketiga hal ini terkait dengan sifat jasa dimana tahapan oprasional hingga konsumsi merupakan suatu rangkaian yang tidak dapat dipisahkan serta mengikutsertakan konsumen dan pemberi jasa secara langsung.

⁶ Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Strategi Pemasaran*, (Bandung: Pustaka Setia, 2015), 198

Sebagai suatu bauran, unsur-unsur tersebut saling mempengaruhi satu sama lain.⁷

Dalam upaya untuk mencapai tujuan yang sudah ditentukan para pengusaha yang kreatif, akan selalu menciptakan kombinasi atau bauran pemasaran yang terbaik. Secara umum bauran pemasaran adalah mencakup sejumlah variable pemasaran yang dapat dikendalikan oleh perusahaan yang digunakan oleh perusahaan yang digunakan untuk mencapai *market share* yang telah ditetapkan dan digunakan untuk memuaskan konsumen.⁸

Dalam bauran pemasaran terdapat seperangkat alat pemasaran yang dikenal istilah 4P, yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*), sedangkan dalam pemasaran jasa memiliki alat pemasaran tambahan seperti orang (*people*), proses (*process*), dan bukti fisik (*physical evidence*), sehingga dikenal dengan 7P maka dapat disimpulkan bauran pemasaran jasa yaitu *product, price, place, promotion, people, process, physical evidence*. Sebagai suatu bauran, unsur-unsur tersebut saling mempengaruhi satu sama lain sehingga bila salah satu tidak tepat pengorganisasiannya akan mempengaruhi manajemen pemasaran secara keseluruhan.⁹

⁷ Sonny Sumarsono, *Kewirausahaan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 119

⁸ Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: PT Renika Cipta, 2009), 220

⁹ Rahmat Lupiyo dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 2*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), 70

Berikut adalah menjelaskan mengenai 7P:

a. *Product* (produk)

Produk adalah merupakan titik sentral dari kegiatan marketing. Semua kegiatan marketing lainnya digunakan untuk menunjang pemasaran produk. Satu hal yang perlu diingat ialah bagaimana pun hebatnya usaha promosi distribusi dan harga yang baik jika tidak diikuti oleh produk yang bermutu dan disenangi oleh para konsumen maka kegiatan marketing mix ini tidak akan berhasil. Oleh sebab itu perlu diteliti produk apa yang akan dipasarkan bagaimana selera konsumen masa kini dan yang akan datang untuk mendapat perhatian yang serius.¹⁰

Tujuan utama suatu strategi produk adalah untuk dapat mencapai sasaran pasar yang dituju dengan meningkatkan kemampuan bersaing atau mengatasi persaingan. Dalam konsep produk perlu difahami tentang wujud dari produk, dengan wujud produk yang dimaksud adalah ciri-ciri atau sifat fisik produk yang dilihat dari konsumen bahwa fungsinya dapat memenuhi kebutuhan.¹¹

b. *Price* (Harga)

Harga adalah sejumlah uang yang ditagih atas suatu produk atau jasa atau jumlah dan nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk

¹⁰ Buchori Alma, *Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 202

¹¹ Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002),

memperoleh manfaat dan memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.¹²

Harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang dapat menghasilkan pendapatan. Harga barang merupakan sejumlah uang yang dibayar sebagai imbalan atas apa yang telah dinikmati konsumen.¹³

Strategi penentuan harga sangat signifikan dalam pemberian nilai kepada konsumen dan mempengaruhi citra produk, dan keputusan untuk membeli. Penentuan harga juga berhubungan pendapatan dan turut mempengaruhi permintaan seluruh pasaran.¹⁴

c. *Place* (Tempat)

Untuk produk industri *place* diartikan sebagai saluran distribusi, sedangkan untuk produk jasa *place* diartikan sebagai tempat pelayanan jasa. Lokasi digunakan untuk menerangkan kepada konsumen dimana harus membeli. Tempat juga penting sebagai lingkungan dimana dan bagaimana jasa akan diserahkan, sebagaimana dari nilai dan manfaat jasa.¹⁵

Lokasi berhubungan dengan keputusan yang dibuat oleh perusahaan mengenai dimana operasi dan staffnya akan ditempatkan, yang paling penting dari lokasi adalah tipe dan interaksi yang terlibat.

¹² Nana Herdiana Abdurahman, *Manajemen Strategi Pemasaran*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), 109

¹³ Doni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 37

¹⁴ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013), 95

¹⁵ Buchari Alma, *Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 204

Pemilihan tempat atau lokasi memerlukan pertimbangan yang cermat terhadap beberapa faktor, yaitu:

- 1) Akses, misalnya lokasi yang mudah dijangkau
- 2) Visibilitas, misalnya lokasi yang dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan. Hal ini akan membuat konsumen lebih tertarik untuk datang karena lokasi dapat dilihat dari tepi jalan
- 3) Lalu lintas, dimana ada dua hal yang perlu dipertimbangkan, yaitu banyak orang berlalu lalang dapat memberi peluang besar dan memberikan nilai tambah tersendiri untuk menarik perhatian konsumen

Tujuan dari strategi tempat ini adalah untuk mempermudah para konsumen untuk menemukan produk barang atau jasa yang ditawarkan dengan tempat atau wadah yang tepat dan strategis.

d. Promotion (promosi)

Promosi adalah pemberitahuan kepada konsumen tentang produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, melalui iklan yang dapat menggunakan banyak fasilitas media yang tersedia sekarang ini.¹⁶

Promosi merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan ketiga kegiatan di atas, baik harga, produk, maupun distribusi. Dalam

¹⁶ Etika Sabariah, *Manajemen Strategis*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2017), 122

kegiatan ini perusahaan berusaha mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya, baik langsung maupun tidak langsung.¹⁷

Ada empat sarana promosi yang dapat digunakan yakni:

1) Periklanan (*advertising*)

Periklanan dipandang sebagai kegiatan penawaran kepada suatu kelompok masyarakat baik langsung maupun dengan penglihatan (berupa berita) tentang suatu produk, jasa atau ide.

2) Penjualan pribadi (*Personal selling*)

Merupakan komunikasi persuasif seseorang secara individual kepada seseorang atau lebih calon pembeli dengan maksud menimbulkan permintaan (penjualan). Dengan komunikasi ini dapat secara langsung mengetahui keinginan, motif, dan perilaku konsumen, dan sekaligus dapat melihat langsung reaksi konsumen sehingga mereka dapat mengadakan penyesuaian seperlunya.

3) Publisitas (*Publicity*)

Merupakan kegiatan promosi tentang seseorang, barang, atau organisasi atau perusahaan yang disebarluaskan ke masyarakat dengan cara membuat berita yang mempunyai arti komersial atau berupa penyajia-penyajian yang bersifat positif. Contohnya melalui kegiatan, seperti pameran, bakti sosial, dan kegiatan lainnya.

¹⁷ Agus Sucipto, *Studi kelayakan Bisnis Analisis Integratif dan Studi Kasus*, (Malang: UIN Maliki Press, 2011), 67

4) Promosi penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan yang dilakukan dengan peragaan, pertunjukan, dengan berbagai metode sales promotion yang ditunjukkan, dengan berbagai metode sales promotion yang ditunjukkan oleh konsumen seperti: pemberian contoh: barang, kupon, hadiah, undian.¹⁸

e. People

Orang (*people*) adalah semua pelaku yang memainkan peranan penting dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli. Elemen dari orang adalah pegawai perusahaan, konsumen, dan konsumen lain. Semua sikap dan tindakan karyawan, cara berpakaian karyawan dan penampilan karyawan memiliki pengaruh terhadap keberhasilan penyampaian jasa.¹⁹

People merupakan unsur orang atau manusia yang melayani terutama dalam perusahaan yang menjual jasa. Termasuk kedalam 5P ini unsur pemimpin, yang mengambil keputusan, dan unsur karyawan yang melayani konsumen. Karyawan ini perlu diberi pengarahan, dan pelatihan, agar dapat melayani konsumen sebaik-baiknya.

f. Proseses (Proses)

Process merupakan bagaimana dilakukan sampai jasa yang diminta oleh konsumen diterima secara memuaskan. Apakah cukup

¹⁸ M Mursid, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2010), 96

¹⁹ Buchari Alma dan Ratih Huriyati, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus pada Mutu dan Layanan Prime*, (Bandung: Alfabeta, 2007), 165

puas menerima jasa, cepat layanannya, bersih, rapi, akurat, tepat waktu dan sebagainya.

g. Physical Evidence

Physical Evidence artinya bukti fisik yang dimiliki oleh perusahaan jasa berupa logo, simbol, dan fasilitasnya. Misalkan untuk penjualan jasa transportasi, konsumen akan memperhatikan kondisi mobil yang digunakan, untuk jasa hotel konsumen akan melihat tampilan hotel, kamar, dan berbagai fasilitas yang terdapat di dalamnya.

Strategi *Marketing Mix (bauran pemasaran)* 7P ini perlu kombinasi yang sesuai dengan komoditi yang diusahakan. Kombinasi mana yang digunakan, sangat tergantung pada keahlian marketing dengan mempertimbangkan komoditi, pimpinan serta pengalaman masa lalu.²⁰

4. Tujuan Pemasaran

Setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk dapat tetap hidup dan berkembang, tujuan tersebut hanya dapat dicapai melalui usaha mempertahankan dan meningkatkan tingkat keuntungan atau laba perusahaan. Usaha ini hanya dapat dilakukan apabila perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualannya, melalui usaha mencari dan membina langgana serta usaha menguasai pasar.

Tujuan strategi pemasaran pada perusahaan ialah:

²⁰ Buchari Alma, *Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 206

- a. Membawa kearah peningkatan koordinasi dalam pemasaran.
- b. Menetapkan standar prestasi untuk mengukur hasil pemasaran.
- c. Memberikan dasar yang logis untuk pengambilan keputusan.
- d. Meningkatkan kemampuan untuk menghadapi perubahan-perubahan dalam pemasaran.²¹

5. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Strategi Pemasaran

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi strategi pemasaran pada suatu perusahaan dibagi menjadi dua yaitu lingkungan mikro perusahaan dan lingkungan makro perusahaan, dalam penjelasannya sebagai berikut:

a) Lingkungan Mikro Perusahaan

Lingkungan mikro perusahaan terdiri dari para pelaku dalam lingkungan yang langsung berkaitan dengan perusahaan yang mempengaruhi kemampuannya untuk melayani pasar, yaitu:

1) Perusahaan. Merupakan struktur organisasi perusahaan sendiri.

Strategi pemasaran yang diterapkan oleh bagian manajemen pemasaran harus memperhitungkan kelompok lain di perusahaan dalam merumuskan rencana pemasarannya, seperti manajemen puncak, keuangan perusahaan, penelitian dan pengembangan, pembelian, produksi, dan akuntansi serta sumber daya manusia yang dimiliki perusahaan, karena manjer pemasaran juga harus bekerja sama dengan para staff di bidang lainnya.

²¹ Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), 153

- 2) Pemasok (Supplier). Para pemasok adalah perusahaan-perusahaan dan individu yang menyediakan sumber daya yang dibutuhkan oleh perusahaan dan para pesaing untuk memproduksi barang dan jasa tertentu. Kadang kala perusahaan juga harus memperoleh tenaga kerja, peralatan, bahan bakar, listrik dan faktor-faktor lain dari pemasok. Manajer pemasaran perlu mengamati kecenderungan harga dari masukan-masukan terpenting bagi kegiatan produksi perusahaan. Kekurangan sumber-sumber bahan mentah, pemogokan tenaga kerja, dan berbagai kejadian lainnya yang berhubungan dengan pemasok dapat mengganggu strategi pemasaran yang dilakukan dan dijadikan perusahaan.
- 3) Cari Perantara Pemasaran. Para perantara pemasaran adalah perusahaan-perusahaan yang membantu perusahaan dalam promosi, penjualan dan distribusi barang/jasa kepada para konsumen akhir.
- 4) Para Pelanggan. Merupakan pasar sasaran suatu perusahaan yang menjadi konsumen atas barang atau jasa yang ditawarkan perusahaan apakah individu-individu, lembaga-lembaga, organisasi-organisasi dan sebagainya.
- 5) Para Pesaing. Dalam usahanya melayani kelompok para pelanggan, perusahaan tidaklah sendiri. Usaha suatu perusahaan untuk membangun sebuah sistem pemasaran yang efisien guna melayani pasar gelati disaingi oleh perusahaan lain. Sistem pemasaran dan

strategi yang diterapkan perusahaan dikelilingi dan dipengaruhi oleh sekelompok pesaing.

- 6) Masyarakat Umum. Sebuah perusahaan juga harus memperhatikan sejumlah besar lapisan masyarakat yang tentu saja besar atau kecil menaruh perhatian terhadap kegiatan-kegiatan perusahaan, masyarakat umum dapat memperlancar atau sebaliknya dapat sebagai penghambat kemampuan perusahaan untuk mencapai sasarnya.

b. Lingkungan Makro

- a) Lingkungan Demografis/Kependudukan. Yaitu lingkungan yang menunjukkan keadaan dan permasalahan mengenai penduduk, seperti distribusi penduduk secara geografis, tingkat kepadatannya, dan lain sebagainya.
- b) Lingkungan Ekonomi. Menunjukkan sistem ekonomi yang diterapkan, kebijakan-kebijakan pemerintah yang berkenaan dengan ekonomi, penurunan dalam pertumbuhan pendapatan nyata, tekanan inflasi yang berkelanjutan, dan perubahan pada pola belanja konsumen.
- c) Lingkungan fisik. Menunjukkan kelangkaan bahan mentah tertentu yang dibutuhkan oleh perusahaan, peningkatan biaya energi, peningkatan angka pencemaran dan peningkatan angka campur tangan pemerintah dalam pengelolaan dan penggunaan sumberdaya alam.

- d) Lingkungan Teknologi. Menunjukkan peningkatan kecepatan pertumbuhan teknologi, kesempatan pembaharuan yang tidak terbatas, biaya penelitian dan lain sebagainya.
- e) Lingkungan Sosial/budaya. Menunjukkan keadaan suatu kelompok masyarakat mengenai aturan kehidupan, norma-norma dan nilai-nilai yang berlaku dalam masyarakat.

B. Perusahaan Sekuritas dalam Menambah Jumlah Investor

1. Pengertian Perusahaan Sekuritas

Menurut UUPM nomor 8 tahun 1995, Perusahaan efek adalah pihak yang melakukan kegiatan usaha Penjamin Emisi Efek, Perantara Pedagang Efek, dan atau Manajer Investasi.²² Maksud dari kata —pihak di atas tidak lain adalah perusahaan yang berbadan hukum perseroan terbatas (PT). Seperti dinyatakan dalam definisi tersebut, terdapat 3 fungsi dari perusahaan efek yaitu sebagai penjamin emisi, perantara pedagang efek dan manajer investasi. Perusahaan efek dapat menjalankan salah satu fungsi atau maupun ketiga fungsi tersebut. Jumlah fungsi yang dijalankan akan berpengaruh terhadap modal disetor yang wajib dipenuhi.

Penjamin efek adalah pihak yang membuat kontrak dengan emiten untuk melakukan penawaran umum bagi kepentingan emiten dengan/atau tanpa kewajiban untuk membeli sisa efek yang tidak terjual. Perantara efek adalah pihak yang melakukan kegiatan untuk membeli atau menjual efek bagi kepentingan pihak lain. Pedagang efek adalah pihak yang melakukan

²² UU Pasar Modal No. 8 Tahun 1995, pasal 1 angka 21

kegiatan membeli atau menjual efek untuk kepentingan perusahaan efek sendiri. Manajer investasi adalah pihak yang melakukan kegiatan pengelolaan dan yang dikumpulkan dari sponsor dan masyarakat umum dalam bentuk instrument finansial, yaitu saham, obligasi, dan instrument pasar uang. Perusahaan efek memperoleh izin usaha dari bapepam.²³

Untuk meningkatkan keamanan dalam berinvestasi di pasar modal Indonesia, maka setiap aset investor diberikan perlindungan dengan pembentukan Dana Perlindungan Pemodal oleh Indonesia Securities Investor Protection Fund (SIPF). Indonesia SIPF adalah perusahaan yang menyelenggarakan program Dana Perlindungan Pemodal, dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Investor yang asetnya mendapat Perlindungan Dana Pemodal adalah investor yang memenuhi persyaratan sebagai berikut:

- a. Menitipkan asetnya dan memiliki rekening efek pada Kustodian
- b. Dibukakan Sub Rekening Efek pada Lembaga Penyimpanan dan Penyelesaian (LPP) oleh Kustodian
- c. Memiliki nomor tunggal identitas pemodal dari LPP.

Hal tersebut tidak berlaku bagi investor yang memenuhi satu atau lebih kriteria berikut:

- a. Investor/pemodal yang terlibat atau menjadi penyebab Aset Pemodal hilang

²³ Mohammad Samsul, *Pasar Modal & Manajemen Portofolio*, (Jakarta: Erlangga, 2010), 102.

- b. Investor/pemodal merupakan pemegang saham pengendali, direktur, komisaris, atau pejabat satu tingkat dibawah direktur Kustodian; dan/atau
- c. Investor/pemodal merupakan afiliasi dari pihak-pihak tersebut pada angka 1 dan 2.²⁴

2. Pengertian Investor

Pemodal yang akan membeli atau menanamkan modalnya di perusahaan yang melakukan emisi, pemodal ini disebut juga investor. Sebelum membeli surat-surat berharga yang ditawarkan para investor biasanya melakukan penelitian dan analisis tertentu. Penelitian ini mencakup bonafiditas perusahaan prospek usaha emiten dan analisis lainnya. Sama seperti halnya emiten dalam menjual surat-surat berharga para investor juga memiliki berbagai tujuan dan biasanya investor yang berkegiatan di pasar modal terdiri dari berbagai golongan dengan tujuan yang berbeda pula.

3. Macam-macam Investor

Investor digolongkan menjadi dua, yaitu investor individual dan investor institusional. Investor individual terdiri dari individu-individu yang melakukan aktifitas investasi, sedangkan investor institusional terdiri atas perusahaan-perusahaan asuransi, lembaga penyimpanan dana, ataupun perusahaan investasi. Investasi dapat dibagi menjadi dua macam.

²⁴ <https://www.idx.co.id/investor/perlindungan-investor/> diakses pada 29 Agustus 2021

- a. Investasi nyata (*real investment*), yaitu investasi yang dibuat dalam harga tetap, seperti tanah, bangunan, peralatan atau mesin-mesin.
- b. Investasi Finansial, yaitu investasi dalam bentuk kontrak kerja, pembelian saham atau obligasi atau surat berharga lainnya, seperti sertifikat deposito.²⁵

4. Tujuan Investor

Tujuan investor adalah untuk dijual kembali pada saat harga tinggi. Jadi pengharapannya adalah pada saham yang benar-benar dapat menaikkan keuntungannya dari jual beli saham.²⁶

- a. Memperoleh deviden

Tujuan investor hanya diajukan kepada keuntungan yang akan diperolehnya berupa bunga yang dibayar oleh emiten dalam bentuk deviden.

- b. Kepemilikan perusahaan

Dalam hal ini tujuan investor untuk menguasai perusahaan. Semakin banyak saham yang dimiliki, maka semakin besar yang pengusahaan perusahaan.

- c. Berdagang

Perusahaan sekuritas yang membantu investor ataupun perusahaan untuk terjadinya transaksi saham maka aktivitas penjaminan merupakan aktivitas yang berhubungan dengan perusahaan ketika perusahaan

²⁵ Khaerul Umam dan Herry Sutanto, *Manajemen Investasi*, (Bandung: Pustaka Setia, 2017), 127-128

²⁶ Kasmir, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (PT Rajagrafindo Persada: Jakarta, 2016), 188

meminta bantuan perusahaan sekuritas untuk mendapatkan dana. Perusahaan sekuritas membantu perusahaan untuk memasarkan efek yang diterbitkan oleh perusahaan.²⁷

Pada saat akan melakukan pembelian saham, dana akan disimpan di Rekening Dana Nasabah (RDI). Aset yang berupa saham dilindungi dengan kartu AKSES oleh Kustodian Sentral Efek Indonesia atau di kenal dengan KSEI. RDI adalah rekening yang dibuat oleh bank kustodian atas nama Investor untuk transfer dana deposit dan penarikan dana untuk keperluan trading dan investasi saham. Sebelum adanya RDI investor menyetorkan dananya ke rekening sekuritas, namun pada saat ini investor dapat menyetorkan dana depositnya ke Rekening Dana Investor atas namanya sendiri. Rekening ini dibuat khusus untuk transaksi saham, tidak bisa digunakan untuk keperluan lain seperti halnya rekening tabungan anda pribadi. Tujuan dibuatnya RDI ini adalah untuk melindungi dana investor agar tidak mudah diselewengkan oleh pihak sekuritas. Seperti definisi diatas, RDI hanya digunakan untuk aktivitas transaksi jual-beli saham. Artinya, RDI hanyalah digunakan sebagai sarana atau media transaksi jual beli saham.

Setiap investor wajib memiliki Rekening Dana Investor, baik investor yang lama maupun yang baru. RDI hanya dibuat melalui perantara sekuritas, dan tidak dapat dibuat oleh investor secara langsung melalui bank. Saat ini bank yang ditunjuk untuk melayani pembukaan RDI

²⁷ <https://www.ojk.go.id/id/kanal/pasar-modal/Pages/Perusahaan-Efek.aspx> diakses pada 2 Mei 2021

adalah Bank Permata, Bank BCA, Bank CIMB Niaga, dan Bank Mandiri. Namun, bank mana yang akan dipilih tergantung pada sekuritas yang Anda pilih juga, dan terkadang sekuritas tidak memberikan pilihan bank mana untuk pembukaan Rekening Dana Investor.

Salah satu bentuk perlindungan terhadap investor yang terbaru adalah Indonesia SIPF. Indonesia SIPF adalah Securities Investor Protection Fund atau disebut dengan Dana Perlindungan Pemodal. Indonesia SIPF dibentuk dengan misi meningkatkan keamanan berinvestasi di pasar modal melalui pembentukan Dana Perlindungan Pemodal, dan visi menjadi penyelenggara dana perlindungan pemodal di Indonesia yang terpercaya.

B. Saham Syariah

1. Pengertian Saham Syariah

Saham syariah merupakan efek berbentuk saham yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah di Pasar Modal. Definisi saham dalam konteks saham syariah merujuk kepada definisi saham pada umumnya yang diatur dalam undang-undang maupun peraturan OJK lainnya.

Ada dua jenis saham syariah yang diakui di pasar modal Indonesia. Pertama, saham yang dinyatakan memenuhi kriteria seleksi saham syariah berdasarkan peraturan OJK Nomor 35/POJK.04/2017 tentang Kriteria dan Penerbitan Daftar Efek Syariah, kedua adalah saham yang dicatatkan sebagai saham syariah oleh emiten atau perusahaan publik syariah berdasarkan peraturan OJK no. 17/POJK.04/2015.

Mekanisme transaksi pada saham syariah dilakukan sesuai dengan fatwa DSN-MUI nomor 40/DSN-MUI/X/2003 tentang Pasar Modal dan Pedoman Umum Penerapan Prinsip Syariah di Bidang Pasar Modal, telah disebutkan pada transaksi yang tidak boleh dilakukan adalah transaksi yang bersifat spekulasi dan manipulasi yang didalamnya mengandung unsur dharar, gharar, riba', maysir, risywah, maksiat dan kedzaliman, diantaranya yaitu seperti melakukan penawaran palsu, transaksi yang memanfaatkan orang dalam (insider trading), menjual saham yang belum dimiliki dan membelinya belakangan (short selling).²⁸

2. Kriteria Saham Syariah

Semua saham syariah yang terdapat di pasar modal syariah Indonesia, baik yang tercatat di BEI maupun tidak, dimasukkan ke dalam Daftar Efek Syariah (DES) yang diterbitkan oleh OJK secara berkala, setiap bulan Mei dan November. Saat ini, kriteria seleksi saham syariah oleh OJK adalah sebagai berikut:

- a. Emiten tidak melakukan kegiatan usaha sebagai berikut:
 - 1) Perjudian dan permainan yang tergolong judi;
 - 2) Perdagangan yang dilarang menurut syariah, antara lain:
 - a) perdagangan yang tidak disertai dengan penyerahan barang/jasa;
 - b) perdagangan dengan penawaran/permintaan palsu;

²⁸Khaerul Umam, *Pasar Modal*, 28

- 3) jasa keuangan ribawi, antara lain:
 - a) bank berbasis bunga
 - b) perusahaan pembiayaan berbasis bunga;
 - 4) jual beli risiko yang mengandung unsur ketidakpastian (*gharar*) dan/atau judi (*maisir*), antara lain asuransi konvensional;
 - 5) memproduksi, mendistribusikan, memperdagangkan, dan/atau menyediakan antara lain:
 - a) barang atau jasa haram zatnya (*haram li-dzatih*);
 - b) barang atau jasa haram bukan karena zatnya (*haram lighairih*) yang ditetapkan oleh DSN MUI;
 - c) barang atau jasa yang merusak moral dan/atau bersifat mudarat;
 - 6) melakukan transaksi yang mengandung unsur suap (*risywah*); dan
- b. Emiten memenuhi rasio-rasio keuangan sebagai berikut:
- 1) total utang yang berbasis bunga dibandingkan dengan total aset tidak lebih dari 45% (empat puluh lima per seratus); atau
 - 2) total pendapatan bunga dan pendapatan tidak halal lainnya dibandingkan dengan total pendapatan usaha (*revenue*) dan pendapatan lain-lain tidak lebih dari 10% (sepuluh per seratus)²⁹

3. Perbedaan saham syariah dan saham konvensional

- a. Emiten saham syariah tidak melakukan kegiatan usaha yang bertentangan dengan prinsip syariah, contohnya yang berkaitan dengan perjudian, perdagangan yang dilarang menurut syariah, jual beli risiko

²⁹ <https://www.idx.co.id/idx-syariah/produk-syariah/> diakses pada 29 Agustus 2021

yang mengandung ketidakpatian, memproduksi, mendistribusikan, dan/atau menyediakan barang atau jasanon halal, serta transaksi yang mengandung unsur suap. Sedangkan saham non konvensional merupakan saham suatu perusahaan yang melakukan kegiatan yang bertentangan dengan prinsip syariah.

- b. Perusahaan saham syariah memenuhi rasio-rasio keuangan seperti total utang berbasis bunga yang lebih kecil dibandingkan dengan total asset. Utang berbasis bunga tidak boleh lebih dari 45% dari total asset perusahaan. Berbeda dengan saham konvensional yang diperbolehkan total utang berbasis bunga lebih besar dibandingkan dengan total asetnya.
- c. Total pendapatan bunga perusahaan saham syariah dan pendapatan non halal lainnya lebih kecil, dibandingkan dengan total pendapatan usaha (pendapatan). Perlu diketahui jika batas maksimum pendapatan bunga dan pendapatan non halal adalaah 10% dibandingkan dengan pendapatan usaha secara keseluruhan. Sedangkan perusahaan saham konvensional tidak memiliki batasan total pendapatan bunga dan pendapatan tidak halal.³⁰

³⁰ <https://www.idx.co.id/idx-syariah/produk-syariah/> diakses pada 31 Desember 2021

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan adalah penelitian yang bertujuan untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang, keadaan sekarang dan interaksi lingkungan sesuai unit sosial, individu, kelompok, lembaga atau masyarakat.¹

Penelitian lapangan ini, data diperoleh dari informasi yang benar-benar dibutuhkan. Informasi yang dibutuhkan dalam hal ini adalah strategi pemasaran PT Indo Premier Sekuritas KP Lampung dalam menambah jumlah insvestor saham syariah.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, karena penelitian ini berupaya mengumpulkan fakta yang ada, penelitian ini berfokus pada usaha mengungkapkan suatu masalah dan keadaan sebagaimana adanya yang diteliti dan dipelajari sebagai sesuatu yang utuh. Deskriptif yaitu penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada

¹ Cholid Narbuko dan Abu Achmad, *Metodelogi Penelitian*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012), 46

sekarang berdasarkan data-data, jadi ia juga menyajikan data, menganalisis dan menginterpretasi.²

Sedangkan penelitian kualitatif adalah sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang dan perilaku yang diamati.³ Deskriptif dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran PT Indo Premier Sekuritas KP Lampung dalam menambah jumlah investor saham syariah.

B. Sumber Data

Data adalah segala informasi yang dijadikan dan diolah untuk suatu kegiatan penelitian sehingga dapat dijadikan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan. Menurut Kuncoro, data adalah sekumpulan informasi yang diperlukan untuk pengambilan keputusan.⁴ Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua bagian yaitu:

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data pertama yang diperoleh langsung di lapangan dari narasumber yang terkait dengan permasalahan yang akan diteliti kemudian menghasilkan data primer yaitu data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya.⁵ Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh secara langsung dari wawancara kepada pihak IndoPremier

²*Ibid.*, 44.

³ Moh. Karisman, *Metodologi Penelitian Kualitatif Kuantitatif*, (Malang: UIN Maliki Press, 2010), 175

⁴ Muhamad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 98.

⁵ *Ibid.*, 102.

Sekuritas KP Lampung yaitu Ibu Arum Isti Chaerani selaku *Representative Officer* PT IndoPremier Sekuritas KP Lampung, serta investor yang sudah memiliki saham di IndoPremier.

Nasabah sebagai sumber data primer pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, misalnya akan melakukan penelitian tentang menabung saham, maka sampel sumber datanya adalah orang yang mengetahui tentang saham.⁶ Dari data yang diperoleh telah diketahui bahwa jumlah yang memiliki saham dalam tiga tahun terakhir yaitu 482 investor yang terdaftar dalam Indopremier sekuritas. Dan investor yang akan peneliti jadikan sebagai sumber data primer yaitu berjumlah 5 investor.

Pada penelitian ini, investor sebagai sumber data primer ditentukan secara *purposive* (berdasarkan kriteria tertentu) sesuai dengan kebutuhan penelitian. Kriteria-kriteria tersebut antara lain sebagai berikut:

- a. Subjek merupakan kalangan milenial dan usia produktif 18-30 tahun.
- b. Subjek memiliki saham di IndoPrimier
- c. Bersedia menjadi subjek penelitian

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data kedua sesudah sumber data primer. Sumber data sekunder merupakan informasi yang diperoleh dari sumber lain yang mungkin tidak berhubungan langsung dengan

⁶ Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis, (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D), (Bandung: Alfabeta, 2010), 122.

peristiwa tersebut.⁷ Sumber data sekunder diharapkan dapat menunjang penelitian dalam mengungkap data yang dibutuhkan dalam penelitian ini sehingga sumber data primer menjadi lengkap. Adapun yang menjadi acuan sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah buku, jurnal, artikel. Sumber-sumber tertulis lainnya atau data yang berkaitan dengan dokumen IndoPremier Sekuritas KP Lampung.

Sebagai data sekunder, peneliti menggunakan literatur sebagai berikut: M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 20112), Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), Nana Herdiana Abdurahman, *Manajemen Strategi Pemasaran*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), Mohammad Samsul, *Pasar Modal & Manajemen Portofolio*, Ikatan Bankir Indonesia (IBI), Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016).

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian.⁸ Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang dilakukan di PT Indo Premier Sekuritas KP Lampung mengenai strategi pemasaran PT Indo Premier Sekuritas dalam menambah jumlah insvestor saham syariah. Jadi, teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu dengan melakukan penelitian langsung kepada karyawan PT Indo Premier Sekuritas KP Lampung.

⁷ *Ibid*, 105

⁸ Juliansah Noor, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Kencana, 2011), 138

Dalam penelitian lapangan peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, antara lain:

1. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data melalui proses tanya jawab lisan yang berlangsung satu arah, artinya pertanyaan datang dari pihak yang mewawancarai dan jawaban diberikan oleh yang diwawancarai.⁹ Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara tak terstruktur yaitu wawancara yang memuat garis besar yang akan ditanyakan.

Wawancara tidak terstruktur merupakan wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang ditanyakan. Untuk mendapatkan gambaran permasalahan yang lebih lengkap, maka peneliti perlu melakukan wawancara kepada pihak-pihak yang mewakili berbagai tingkatan yang ada dalam obyek.¹⁰

Peneliti menggunakan teknik wawancara tak terstruktur karena peneliti akan menggali data dan informasi Ibu Arum Isti Chairani selaku *Representative Officer* IndoPremier KP Lampung, 3 investor saham syariah PT Indo Premier Sekuritas KP Lampung dan 2 masyarakat umum.

⁹ Abdurrahmat Fathoni, *Metode Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi* (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), 105

¹⁰ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), 270.

2. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda dan sebagainya.¹¹ Dokumentasi adalah cara yang efisien untuk melengkapi hal-hal yang belum di dapat dari wawancara.

Dalam hal ini dokumentasi yang digunakan adalah dokumen-dokumen atau arsip-arsip, baik itu berupa sejarah PT Indo Premier Sekuritas, visi dan misi dan data yang berkaitan dengan variable penelitian yaitu Strategi Pemasaran PT Indo Premier Sekuritas KP Lampung Dalam Menambah Investor Saham Syariah.

D. Teknis Analisis Data

Analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.¹²

Penelitian yang dilaksanakan bersifat deskriptif, maka data yang telah terkumpul kemudian dianalisis menggunakan teknik deskriptif kualitatif yaitu analisis yang dilakukan secara terus menerus agar data yang diperoleh baik

¹¹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), 274.

¹²Lexy J. Moleong, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset, 2012), 248

melalui wawancara, dokumen-dokumen dapat menghasilkan kesimpulan yang kongkrit dan valid.¹³

Penelitian kualitatif ini menggunakan teknis analisis data secara induktif, yaitu suatu cara yang berfikir berangkat dari fakta-fakta yang bersifat khusus, kemudian dianalisis dan akhirnya ditemukan pemecahan permasalahan yang bersifat umum. Induktif adalah cara berfikir dimana ditarik suatu kesimpulan yang umum dari berbagai kasus yang bersifat individual.¹⁴ Tujuannya untuk menyederhanakan data yang telah terkumpul dan menyajikan dalam susunan yang baik sehingga dapat lebih mudah dipahami.

Teknis analisis data dalam penelitian ini yaitu setelah semua data seperti wawancara dan dokumentasi maka akan dianalisis data tentang fakta kongkrit mengenai startegi pemasaran PT Indo Premier Sekuritas KP Lampung dalam menambah jumlah investor saham syariah.

¹³ Moh. Karisman, *Metodologi Penelitian Kualitatif Kuantitatif*, (Malang: UIN Maliki Press, 2010), 176.

¹⁴ *Ibid*, 193.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum PT Indopremier Sekuritas KP Lampung

1. Sejarah PT IndoPremier Sekuritas

PT Indo Premier Sekuritas (“IndoPremier”) adalah perusahaan penyedia jasa keuangan terintegrasi di bidang pasar modal yang melayani klien individu maupun korporasi berdasarkan ijin Badan Pengawas Pasar Modal/Otoritas Jasa Keuangan (OJK) nomor KEP-11/PM/PPE/1996. Pada tahun 2002, founders dari IndoPremier membeli perusahaan efek ini dan dinamakan PT Indo Premier Securities yang kemudian berubah menjadi PT Indo Premier Sekuritas pada tahun 2017.

Dalam bidang usahanya, IndoPremier bergerak di Bidang perantara pedagang efek, penjamin emisi efek, dan manajemen investasi. Nasabah nasabah yang terkait, dapat dibagi menjadi 2 kategori yang berbeda yaitu Retail dan Institusi. Hingga saat ini, IndoPremier adalah salah satu perusahaan efek yang mempunyai peran sangat besar di 2 kategori ini. Hanya ada beberapa perusahaan efek di Indonesia yang sangat berhasil di kedua kategori nasabah, karena biasanya suatu perusahaan efek hanya dapat berkonsentrasi di satu kategori nasabah.

Premier Sekuritas memiliki 28 cabang/kantor di berbagai kota seperti Jakarta, Bandung, Semarang, Solo, Surabaya, Malang, Medan, Pekanbaru, Pontianak, Balikpapan, Makassar, Manado, Lampung, Padang,

Palembang, Denpasar/bali, jambi, Banjarmasin, Pangkalpinang, Bengkulu, Banda aceh, Papua, Yogyakarta.

2. Visi dan Misi IndoPremier Sekuritas

Visi dan Misi IndoPremier Sekuritas KP Lampung sama dengan Visi dan Misi IndoPremier Sekuritas Pusat yaitu:

a. Visi

Menjadi perusahaan penyedia jasa yang menyediakan solusi keuangan secara transparan dan bermanfaat, dan dikenal sebagai salah satu perusahaan terkemuka di Indonesia.

b. Misi

Memberdayakan investor untuk mampu mengendalikan keputusan keuangan secara mandiri, dengan solusi yang sederhana, biaya murah dan bebas dari konflik kepentingan, serta menghubungkan orang dengan pasar modal.¹

3. Produk PT IndoPremier Sekuritas

IPOT adalah produk online trading Indo Premier Sekuritas untuk perdagangan saham pada Bursa Efek Indonesia (Bursa). Produk IPOT di Sekuritas IndoPremier antara lain:

a. IPOTGO (Web Investasi Terintegrasi)

IPOTGO adalah Platform Investasi Online Terintegrasi. Pertama dan satu-satunya yang memberi kemudahan bertransnaski Reksadana, Saham, dan ETF sekaligus di dalam satu platform, satu

¹ <https://www.indopremier.com/> diakses pada 5 Desember 2021

akun, satu bank pembayaran, dan satu reporting. Cukup sekali Login, bisa langsung bertansaksi tanpa perlu repot.

b. IPOTKU (Web Cara Modern Untuk Menabung)

Melalui platform IPOTKU, kami menawarkan solusi dalam menyimpan uang anda dengan imbal hasil (return) yang jauh lebih tinggi daripada tabungan biasa. Dengan peningkatan kualitas imbal hasil ini, bukan berarti kami mengorbankan hal lain yang menjadi perhatian utama anda, yakni keamanan. Produk yang ditawarkan IPOTKU adalah Bung Dana yang merupakan produk keuangan sama seperti produk tabungan yang terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

c. IPOTSTOCK (Web Investasi Saham)

IPOTSOCK berbasis aplikasi diluncurkan sebagai jawaban atas kebutuhan masyarakat investor akan akses informasi tentang data-data perdagangan pasar modal dapat dilakukan dengan harga yang sangat murah. Dengan ini, kegiatan investasi di pasar modal dapat dilakukan dalam skala besar, mudah, mobile dan akses 24 jam/365 hari bagi seluruh masyarakat. Bersama dengan kemampuan dan teknologi, peran dari individu yang bertindak sebagai perantara pedagang efek tidak diperlukan lagi. Ini adalah permulaan dari era otomatisasi pelayanan nasabah individu yang otomatis dan komprehensif dari IndoPremier.

d. IPOTFUND (Web Investasi ReksaDana)

IPOTFUND sebagai Platform supermarket reksadana online pertama di Indonesia yang mengadopsi konsep multi manajer investasi, bebas biaya transaksi dan proses yang benar-benar online.

e. IPOTPLAN (Web Perencanaan Keuangan)

IPOTPLAN Untuk memberikan kemudahan melakukan perencanaan keuangan pribadi, Indo Premier meluncuran produk IPOTPLAN, yang bebas biaya, komprehensif dan mudah dipergunakan.

f. IPOTNEWS (Web Berita Seputar Investasi)

IPOTNews adalah portal investasi dan keuangan yang dikelola Indo Premier, untuk memberikan kemudahan akses berita dan analisa Nasabah Tahun Perkembangan Investasi Saham Dengan Online Trading System Umum Syariah keuangan dan pasar modal, database keuangan emiten serta tool analisa kinerja saham dan keuangan emiten.²

g. IPOT Syariah

IPOT syariah merupakan aplikasi online trading syariah pertama di Indonesia. Semua transaksi saham syariah di IPOT Syariah dijamin sesuai dengan kaidah Islam. Penegakan prinsip-prinsip syariah dalam IPOT Syariah, antara lain dilakukan dengan mengkhususkan system aplikasi agar hanya mentransaksikan saham-saham syariah.

² Dokumentasi Website Profil IndoPremier Sekuritas 9 Desember 2021

Dengan ini, kehadiran IPOT Syariah dinilai akan melengkapi kebutuhan investor-investor yang menginginkan kepastian dalam bertaransaksi saham secara syariah.³

4. Perkembangan Investor Saham Syariah PT IndoPremier Sekuritas KP Lampung

Perkembangan investor saham syariah IndoPremier Sekuritas Kantor Perwakilan Lampung dapat dikatakan kurang signifikan dibandingkan dengan jumlah investor saham konvensional, hal tersebut dikarenakan literasi masyarakat yang masih kurang terkait saham syariah. Namun perkembangan investor saham syariah IndoPremier KP Lampung terus mengalami peningkatan setiap tahunnya.⁴

Tabel 4.1
Data investor PT Indo Premier Sekuritas KP Lampung

Tahun	Konvensional	Syariah
2017	168	25
2018	206	38
2019	331	127
2020	2.811	482

Sumber: IndoPremier Sekuritas Kantor Perwakilan Lampung

Pada tahun 2017 jumlah investor saham syariah sebanyak 25, 2018 sebanyak 38, 2019 sebanyak 127, dan 2020 sebanyak 482 investor. Dengan perbandingan jumlah investor saham konvensional pada tahun 2017 sebanyak 168, 2018 sebanyak 206, 2019 278, dan tahun 2020 jumlah investor saham konvensional mencapai 2.808.⁵

³ Dokumentasi Website Profil IndoPremier Sekuritas 9 Desember 2021

⁴ Ibu Arum Isti CHaerani selaku Representatif Officer IndoPremier Sekuritas KP Lampung, wawancara pada 8 Desember 2021

⁵ Ibu Arum Isti CHaerani selaku Representatif Officer IndoPremier Sekuritas KP Lampung, wawancara pada 8 Desember 2021

Dari data tersebut dapat dikatakan bahwa jumlah investor saham syariah ditahun 2020 mengalami peningkatan yang signifikan, akan tetapi jumlah tersebut masih tertinggal jauh dibandingkan dengan jumlah investor saham konvensional ditahun 2020.

Dalam proses penambahan investor baru, IndoPremier Sekuritas KP Lampung tentu menemui kendala yaitu, rendahnya literasi masyarakat mengenai investasi saham syariah. Selama ini tingkat literasi dan pengetahuan masyarakat tentang investasi saham syariah masih rendah dan saham syariah juga masih kurang populer dibandingkan dengan saham konvensional terutama pada generasi muda. Hal tersebut yang menjadikan investor lebih memilih untuk menanamkan modalnya ke saham konvensional dan beredarnya investasi bodong sehingga mempengaruhi masyarakat untuk tidak menginvestasikan dananya di perusahaan sekuritas. Melihat hal demikian, IndoPremier Sekuritas Kantor Perwakilan Lampung mengajak untuk mulai menginvestasikan dananya di saham syariah melalui kegiatan yang diadakan seperti seminar atau sosialisasi dan sekolah pasar modal syariah, dan juga diadakannya workshop tentang saham syariah.⁶

B. Strategi Pemasaran PT IndoPremier Sekuritas KP Lampung Dalam Menambah Jumlah Investor Saham Syariah

Saham syariah pada dasarnya memiliki pengertian yang sama dengan saham konvensional yakni surat berharga yang menunjukkan bagian

⁶ Ibu Arum Isti CHaerani selaku Representatif Officer IndoPremier Sekuritas KP Lampung, wawancara pada 8 Desember 2021

kepemilikan atas suatu perusahaan. Perbedaanya adalah saham syariah berbasis pada prinsip syariah, maka setiap hal yang berkaitan dengan saham itu tidak boleh bertentangan dengan prinsip syariah. Sebelum berinvestasi, alangkah baiknya untuk mengetahui produk investasi secara lengkap, termasuk mengetahui keuntungan yang akan didapat dan resiko dari investasi yang akan dilakukan Selain itu penting untuk menentukan tujuan dari berinvestasi dan jangka waktu investasinya.

Strategi pemasaran merupakan suatu upaya yang harus dilakukan untuk memperkenalkan produk secara lebih luas ke masyarakat agar masyarakat berminat untuk berinvestasi dari perusahaan. Dalam hal ini PT IndoPremier Sekuritas KP Lampung memiliki beberapa strategi untuk menambah investor saham syariah,

1. Sosial media

Dengan sosial media, perusahaan dapat menjalin interaksi secara luas dengan berbagai kalangan, dengan biaya yang murah dan visibilitas atau keterlihatan yang tinggi. Sosial media juga memungkinkan perusahaan untuk memilih target yang sesuai untuk mengenalkan produk saham syariah, sehingga memiliki peluang besar kepada calon investor yang akan berinvestasi saham syariah.

2. Partisipasi pada event tertentu

IndoPremier Sekuritas melakukan promosi pada suatu acara atau event tertentu. Pada suatu event akan dihadiri oleh banyak orang, baik yang dikenal ataupun tidak dikenal. Hal tersebut bisa dijadikan waktu yang

tepat untuk mengenalkan produk. Dengan memperkenalkan profil perusahaan serta produk saham syariah, hal tersebut menjadi pengenalan saham syariah untuk calon investor.

Selain itu membagikan atau memberikan brosur tentang pasar modal syariah dan produk saham syariah. Pada saat mengikuti event, masyarakat yang datang akan mengumpulkan brosur dari berbagai perusahaan. Maka dari itu perusahaan harus ikut andil dalam memberikan brosur tersebut.

3. Mengadakan Sekolah Pasar Modal Syariah

Sekolah pasar modal syariah dilaksanakan minimal 2 (dua) kali setiap bulan dengan cara mengundang calon investor. Adapun edukasi yang diberikan kepada peserta sekolah pasar modal syariah diantara lain berisi pengenalan tentang investasi di pasar modal syariah, mekanisme transaksi saham syariah, analisa fundamental dan teknikal saham syariah serta simulasi transaksi saham syariah.

C. Analisis Terhadap strategi PT IndoPremier Sekuritas KP Lampung Dalam Menambah Investor Saham Syariah

Peningkatan jumlah investor saham syariah tersebut dipengaruhi oleh beberapa strategi yang dilakukan oleh IndoPremier Sekuritas Kantor Perwakilan Lampung. Dimana IndoPremier Sekuritas Kantor Perwakilan Lampung melakukan berbagai strategi guna meningkatkan jumlah investor saham syariah, diantaranya strategi dengan bentuk sosialisasi dan edukasi serta strategi dengan menggunakan media sosial.

Analisis strategi pemasaran PT IndoPremier Sekuritas KP Lampung dengan menggunakan bauran pemasaran:

1. Produk adalah merupakan titik sentral dari kegiatan marketing. Semua kegiatan marketing lainnya digunakan untuk menunjang pemasaran produk. Strategi produk yang digunakan PT IndoPremier adalah dengan menciptakan produk online trading yaitu IPOTsyariah. Dimana semua transaksi saham syariah di IPOT Syariah dijamin sesuai dengan kaidah Islam. Penegakan prinsip-prinsip syariah dalam IPOT Syariah, antara lain dilakukan dengan mengkhususkan system aplikasi agar hanya mentransaksikan saham-saham syariah. Dengan ini, kehadiran IPOT Syariah dinilai akan melengkapi kebutuhan investor-investor yang menginginkan kepastian dalam bertansaksi saham secara syariah.
2. Place. Untuk produk industri *place* diartikan sebagai saluran distribusi, sedangkan untuk produk jasa *place* diartikan sebagai tempat pelayanan jasa. Lokasi digunakan untuk menerangkan kepada konsumen dimana harus membeli. Tempat juga penting sebagai lingkungan dimana dan bagaimana jasa akan diserahkan, sebgaiian dari nilai dan manfaat jasa. Kantor PT IndoPremier Sekuritas terletak di JL. Jend. Sudirman No.5D, Rw. Laut, Engal, Kota Bandar Lmpung. Lokasi IndoPremier Sekuritas kantor cabang Lampung cukup strategis dikarenakan berada di pusat kota Bandar Lampung.

Selain itu market place digital juga menjadi strategi yang digunakan perusahaan untuk menjual produknya. Selain mudah diakses,

market place digital juga lebih praktis dan mempermudah investor yang akan bertransaksi saham. Produk saham syariah IndoPremier Sekuritas dapat di unduh melalui smartphone di platform Google Play Store.

3. Promotion (promosi), dalam kegiatan ini perusahaan berusaha mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya, baik langsung maupun tidak langsung. Dalam strategi promosi ini IndoPremier Sekuritas KP Lampung diantaranya dalam bentuk sosialisasi dan edukasi. Kegiatan yang dilakukan PT IndoPremier Sekuritas KP Lampung dalam bentuk sosialisasi dengan masyarakat terhadap masyarakat yang belum mengenal saham syariah, dengan cara berhubungan langsung dengan calon nasabah seperti mengadakan sekolah pasar modal syariah yang bertujuan memberikan informasi seputar produk dan investasi di pasar modal syariah, dimana berisi pengenalan tentang investasi di pasar modal syariah, mekanisme transaksi saham syariah, analisa fundamental dan teknikal saham syariah serta simulasi transaksi saham syariah. Dan juga mengadakan workshop tentang saham syariah, yang bertujuan untuk mengenalkan dan memahami investasi di saham syariah dan berminat untuk berinvestasi di saham syariah.⁷

IndoPremier Sekuritas Kantor Perwakilan Lampung juga bekerja sama dengan Bursa Efek Indonesia dan Perguruan Tinggi dalam melakukan edukasinya yaitu dengan mendirikan Galeri Investasi yang bertujuan untuk mendatangkan investor baru dari kalangan milenial

⁷ Ibu Arum Isti CHaerani selaku Representatif Officer IndoPremier Sekuritas KP Lampung, wawancara pada 8 Desember 2021

ditingkat mahasiswa ataupun akademisi. Selain itu edukasi kepada kalangan milenial juga bertujuan untuk memberikan perencanaan keuangan yang diperuntukan untuk masa depan yaitu dengan melakukan investasi saham.

Sosialisasi dan edukasi harus dilakukan secara menyeluruh dan terus menerus kepada masyarakat yang ada di perkotaan maupun di pedesaan. Dengan demikian, media dirasa pilihan yang tepat untuk sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat yang berada di kota maupun di desa, karena Sosial media mempunyai jangkauan yang sangat luas sehingga jika promosi dilakukan melalui sosial media maka akan lebih efektif sehingga masyarakat dapat mengerti dan memahami investasi. PT IndoPremier Sekuritas KP Lampung melakukan pemasaran online yang dilakukan dengan cara pengembangan website atau blog, dan pemanfaatan social media seperti instagram, facebook dan Youtube untuk memberikan edukasi saham syariah sekaligus memperkenalkan produk saham syariah IndoPremier Sekuritas.

4. Orang (*people*) adalah semua pelaku yang memainkan peranan penting dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli. Elemen dari orang adalah pegawai perusahaan IndoPremier Sekuritas KP Lampung, investor, dan setiap orang yang berhubungan dengan IndoPremier Sekuritas. Semua sikap dan tindakan karyawan, cara berpakaian karyawan dan penampilan karyawan memiliki pengaruh terhadap keberhasilan penyampaian jasa. People ini sendiri bukan hanya

karyawan ataupun pegawai yang ada di perusahaan, melainkan orang yang ikut berpartisipasi dalam melakukan penjualan produk. Disini IndoPremier Sekuritas menggunakan artis atau influencer sebagai perantara perusahaan untuk mempromosikan produk saham syariah dari IndoPremier Sekuritas, serta mengajak masyarakat untuk mulai menginvestasikan dananya ke saham syariah.

5. Process merupakan bagaimana dilakukan sampai jasa yang diminta oleh investor diterima secara memuaskan. Apakah cukup puas menerima jasa, cepat layanannya, bersih, rapi, akurat, tepat waktu dan sebagainya. Dalam proses bertransaksi saham syariah dapat dikatakan cepat dan praktis karena menggunakan produk digital. Para investro dapat melakukan transaksi dimanapun dan kapanpun, tidak perlu datang ke kantor hanya tinggal membuka aplikasi Ipotsyariah dan investor bisa langsung dapat bertransaksi saham.

Untuk mendapatkan informasi lebih jauh, peneliti mewawancarai investor saham syariah dan masyarakat yang belum menjadi investor. Menurut investor ASD alasan ingin investasi saham syariah karena ingin mencoba berinvestasi di saham syariah dan pendapatan yang akan didapatkan dari saham syariah terjamin sebagai pendapatan yang baik. Alasan memilih IndoPremier Sekuritas karena setelah melihat seorang influencer yang mempromosikan IndoPremier sekuritas di youtube dan sekuritas pertama yang mengembangkan Sharia Online Trading System. Dan ASD juga menyatakan aplikasi dari sekuritas Indopremier yang digunakan dalam bertransaksi saham

yaitu menggunakan IPOT syariah dan sudah hampir 2 tahun dalam melakukan investasi saham baik itu dalam melakukan trading atau untuk investasi dalam jangka waktu yang panjang.⁸

Menurut investor IDL alasan kenapa ingin berinvestasi saham syariah karena cukup mudah dan dapat dilakukan kapan saja selain itu pendapatan di saham syariah juga halal. Alasan memilih sekuritas IndoPremier karena mengetahui dari sosial media instagram dan juga IndoPremier merupakan sekuritas yang bagus. Investor IDL menyatakan sudah hampir 1 tahun dalam melakukan investasi saham syariah ini. IDL memilih berinvestasi di saham syariah karena saham syariah cukup menguntungkan, dan juga transaksi yang aman dari riba.⁹

Menurut DRD alasan ingin berinvestasi saham syariah karena investasi sendiri merupakan hal yang sangat menguntungkan, dan jika berinvestasi di saham syariah selain mendapatkan keuntungan juga akan mendapatkan keberkahan. Alasan memilih IndoPremier karena mengikuti webinar pasar modal yang diselenggarakan oleh IndoPremier sekuritas dan mengapa berinvestasi saham syariah karena IndoPremier memiliki aplikasi IPOT syariah dimana memudahkan investor yang akan melakukan investasi saham syariah.¹⁰

⁸ Ayu Savara Dewi selaku investor IndoPremier Sekuritas, Wawancara pada Tanggal 04 Desember 2021

⁹ Ifi Desta Lesiandini selaku investor IndoPremier Sekuritas, Wawancara pada Tanggal 04 Desember 2021

¹⁰ Desi Rosita Damayanti selaku investor IndoPremier Sekuritas, Wawancara pada Tanggal 04 Desember 2021

Hal berbeda dengan RAP mengatakan bahwa alasan dirinya tidak melakukan investasi karena belum pernah melakukan berinvestasi sama sekali, dikarenakan belum memahami mengenai saham syariah dan memerlukan sosialisasi investasi saham syariah.¹¹ Sedangkan ANA mengatakan alasan tidak berinvestasi saham syariah karena menurutnya tidak ada perbedaan dari segi nominal, keuntungan dan resiko dengan saham lainnya sehingga lebih memilih untuk berinvestasi di saham konvensional.¹²

Berdasarkan hasil wawancara kepada investor saham syariah IndoPremier Sekuritas dan analisis yang telah peneliti lakukan yaitu strategi pemasaran IndoPremier Sekuritas dalam menambah investor saham syariah dapat dikatakan sudah baik. Hanya saja, harus lebih sering dilakukan sosialisasi ataupun pelatihan dan komunikasi kepada masyarakat yang masih belum memahami mengenai saham syariah, keuntungan, kerugian dan juga resiko yang mungkin terjadi dan juga memaksimalkan penggunaan media sosial sebagai media untuk edukasi dan mempromosikan produk saham syariah IndoPremier Sekuritas.

¹¹ Rahayu Anggraini Putri selaku masyarakat umum, wawancara pada tanggal 5 Desember 2021

¹² Anelia anggraeni selaku masyarakat umum, wawancara pada tanggal 05 Desember 2021

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti telah lakukan, penambahan investor saham syariah sangat erat kaitannya dengan strategi yang telah dilakukan oleh IndoPremier Sekuritas Kantor Perwakilan Lampung. Beberapa strategi yang sudah dilakukan dalam menambah investor saham syariah diantaranya melakukan sosialisasi dan edukasi, bentuk sosialisasi dengan masyarakat terhadap masyarakat yang belum mengenal saham syariah, dengan cara berhubungan langsung dengan calon nasabah seperti mengadakan seminar atau sekolah pasar modal syariah, dan juga mengadakan workshop tentang saham syariah. Melakukan pemasaran online yang dilakukan dengan cara pengembangan website atau blog, dan pemanfaatan social media. Strategi yang digunakan oleh IndoPremier Sekuritas KP Lampung sudah sesuai dengan konsep pemasaran yaitu, Pruduct (produk), Place (tempat) Promotion (promosi), People (orang), Process (proses).

B. Saran

Kurangnya pengetahuan dikalangan masyarakat tentang perbedaan mendasar antara saham syariah dan saham konvensional yang menyebabkan eksistensi saham syariah belum setara dengan saham konvensional. Masyarakat masih lebih banyak yang memilih untuk menginvestasikan dananya di saham konvensional yang telah banyak digunakan oleh para

investor. Hal tersebut yang menjadi bahan pemikiran dan evaluasi IndoPremier Sekuritas Kantor Perwakilan Lampung dalam menyusun strategi pemasaran yang tepat.

1. IndoPremier Sekuritas Kantor Perwakilan Lampung diharapkan dalam melakukan strategi pemasarannya harus lebih optimal agar investor saham syariah semakin meningkat setiap tahunnya, sehingga transaksi saham syariah juga akan ikut meningkat.
2. IndoPremier Sekuritas Kantor Perwakilan Lampung diharapkan memaksimalkan media sosial serta menggunakan media cetak, televisi, radio untuk promosi dan edukasi. Dengan demikian masyarakat dapat lebih mudah mengetahui informasi produk saham syariah IndoPremier Sekuritas dari segala sumber.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahman, Nana Herdiana. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2015.
- Akbar, M. Ridho. *Strategi Pemasaran Jasa Perdagangan Saham Di PT. BNI Securities Yogyakarta*. Universitas Negeri Yogyakarta, 2015
- Al Arif, M. Nur Rianto. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta, 20112.
- Alma, Buchari dan Ratih Huriyati. *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus pada Mutu dan Layanan Prime*. Bandung: Alfabeta, 2007.
- Alma, Buchari. *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Anoraga, Pandji. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: PT Renika Cipta, 2009.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Assauri, Sofian. *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002.
- Budi, Untung. *Hukum Bisnis Pasar Modal*. Yogyakarta. 2011.
- Darmaji, Tjiptono dan Hendy M. Fakhruddin. *Pasar Modal Di Indonesia: Pendekatan Tanya Jawab Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat, 2006.
- Fathoni, Abdurrahmat. *Metode Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi* Jakarta: Rineka Cipta, 2011.
- Hidayat, Wastam Wahyu. *Konsep Dasar Investasi dan Pasar Modal*. Uwais Inspirasi Indonesia, 2019.
- Karisman, Moh. *Metodologi Penelitian Kualitatif Kuantitatif*. Malang: UIN Maliki Press, 2010.
- Khaerul Umam dan Herry Sutanto. *Manajemen Investasi*. Bandung: Pustaka Setia, 2017.
- Kolter, Philip. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid I*. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2006.

- Lupiyo, Rahmat dan A. Hamdani. *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat, 2009.
- Moleong, Lexy J. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset, 2012.
- Muhamad. *Metode Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Mursid, M. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2010
- Narbuko, Cholid dan Abu Achmad. *Metodelogi Penelitian*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012.
- Nasarudin, M. Irsan. *Aspek Hukum Pasar Modal Indonesia*. Jakarta: Kencana, 2008.
- Nawawi, Ismail. *Fikih Muamalah dan Kontemporer* Bogor: Ghalia Indonesia, 2012.
- Noor, Henry Faizal. *Investasi Pengelolaan Keuangan Bisnis dan Pengembangan Ekonomi Masyarakat*. PT indeks: Jakarta, 2009.
- Noor, Juliansah. *Metodelogi Penelitian*. Jakarta: Kencana, 2011.
- Priansa, Doni Juni. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Pujianto, Erik. *Strategi Bursa Efek Indonesia BEI Dalam Menambah Investor Baru Pasar Modal Di Pada Bursa Efek Indonesia BEI Kantor Cabang Bandar Lampung*. Skripsi Institut Agama Islam Negeri Metro Lampung 2019
- Rambat Lupiyoadi. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat, 2013.
- Sabariah, Etika. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2017.
- Samsul, Mohamad. *Pasar Modal dan Manajemen Portofolio Edisi 2*. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama, 2015.
- Subli, Muhammad. *Strategi PT Phintraco Sekuritas Dalam Meningkatkan Investor Di Bursa Efek Indonesia*. Skripsi Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya, 2018
- Sucipto, Agus. *Studi kelayakan Bisnis Analisis Integratif dan Studi Kasus*. Malang: UIN Maliki Press, 2011.
- Sudjana, Nana. *Tuntunan Penyusunan Karya Ilmiah*. Bandung: Sinar Baru, 2011.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.

Sumarsono, Sonny. *Kewirausahaan*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.

Surya, Irsan Nasarudin & Indra. *Aspek Hukum Pasar Modal Indonesia*. Jakarta: Kencana, 2004.

Undang-undang Nomor 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal

<https://www.idx.co.id/investor/perusahaan-sekuritas-di-kota-anda/>

<https://www.indopremier.com/about.php?page=background>

<https://www.ojk.go.id/id/kanal/pasar-modal/Pages/Perusahaan-Efek.aspx>

<https://www.ojk.go.id/id/kanal/pasar-modal/Pages/Perusahaan-Efek.aspx>

LAMPIRAN-LAMPIRAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;

Nomor : 1325/In.28.3/D.1/PP.00.9/06/2020
Lampiran : -
Perihal : **Pembimbing Skripsi**

09 Juni 2020

Kepada Yth:

1. Hermanita., S.E., M.M
 2. Upia Rosmalinda, M.E.I
- di – Tempat

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk masing-masing sebagai Pembimbing I dan II Skripsi mahasiswa :

Nama : Rahayu Novianti Lestari
NPM : 1602100054
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah (S1-PBS)
Judul : Strategi Pemasaran Perusahaan Sekuritas Dalam Menambah Jumlah Investor (Studi Kasus PT Indo Premier Sekuritas Kp Lampung)

Dengan ketentuan :

1. Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan Proposal sampai selesai Skripsi :
 - a. Pembimbing I, mengoreksi outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi setelah pembimbing II mengoreksi.
 - b. Pembimbing II, mengoreksi Proposal, outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi, sebelum ke Pembimbing I.
2. Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah yang di keluarkan oleh LP2M Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
4. Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
 - a. Pendahuluan ± 2/6 bagian.
 - b. Isi ± 3/6 bagian.
 - c. Penutup ± 1/6 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Bapak/Ibu Dosen diucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh



Wakil Dekan Bidang Akademik dan
Kelembagaan

MUHAMMAD SALEH

OUTLINE
STRATEGI PEMASARAN PT INDOPREMIER SEKURITAS
KP LAMPUNG DALAM MENAMBAH JUMLAH
INVESTOR SAHAM SYARIAH

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN NOTA DINAS

ABSTRAK

HALAMAN ORISIONALITAS PENELITIAN

HALAMAN MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Pertanyaan Penelitian
- C. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- D. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Strategi Pemasaran
 - 1. Pengertian Strategi Pemasaran
 - 2. Manfaat Strategi Pemasaran
 - 3. Bauran Pemasaran
 - 4. Tujuan Strategi Pemasaran

5. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Strategi Pemasaran
- B. Perusahaan Sekuritas Dalam Menambah Jumlah Investor
 1. Pengertian Perusahaan Sekuritas
 2. Pengertian Investor
 3. Macam-macam Investor
 4. Tujuan investor
 - C. Saham Syariah
 1. Pengertian Saham Syariah
 2. Kriteria Saham Syariah

BAB III METODE PENELITIAN

- A. Jenis dan Sifat Penelitian
- B. Sumber Data
- C. Teknik Pengumpulan Data
- D. Teknik Analisa Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Gambaran Umum PT Indopremier Sekuritas KP Lampung
 1. Sejarah PT IndoPremier Sekuritas
 2. Visi dan Misi PT IndoPremier Sekuritas
 3. Produk PT IndoPremier Sekuritas
 4. Perkembangan Investor Saham Syariah PT IndoPremier Sekuritas KP Lampung

- B. Strategi Pemasaran PT Indopremier Sekuritas KP Lampung Dalam Menambah Jumlah Investor Saham Syariah
- C. Analisis Terhadap Strategi Pemasaran PT Indopremier Sekuritas KP Lampung Dalam Menambah Jumlah Investor Saham Syariah

BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Metro, 30 November 2021
Mahasiswa Ybs.



Rahayu Novianti Lestari
NPM. 1602100054

Mengetahui,

Pembimbing I



Hermanita, SE.MM.
NIP. 19730220 199903 2 001

Pembimbing II



Upia Rosmalinda, M.E.I

ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

STRATEGI PEMASARAN PT INDOPREMIER SEKURITAS KP LAMPUNG DALAM MENAMBAH JUMLAH INVESTOR SAHAM SYARIAH

A. Wawancara

1. Wawancara kepada Ibu Arum Isti Chaerani selaku Representative Officer IndoPremier Sekuritas Kantor Perwakilan Lampung:
 - a. Bagaimana sejarah berdirinya Sekuritas IndoPremier?
 - b. Apa saja produk investasi dari Sekuritas KP Lampung?
 - c. Bagaimana strategi pemasaran PT IndoPremier Sekuritas KP Lampung dalam menambah jumlah investor saham syariah?
 - 1) Dalam bentuk sosialisasi?
 - 2) Dalam bentuk edukasi?
 - 3) Dalam bentuk iklan?
 - 4) Ataukah ada sosialisasi dalam bentuk lain?
 - d. Kendala apa saja yang dihadapi oleh PT IndoPremier Sekuritas KP Lampung dalam menambah jumlah investor saham syariah?
2. Wawancara kepada para investor IndoPremier Sekuritas KP Lampung:
 - a. Apa alasan berinvestasi saham syariah?
 - b. Dari mana anda mengetahui informasi adanya investasi saham di IndoPremier Sekuritas?
 - c. Apa alasan anda memilih IndoPremier Sekuritas untuk berinvestasi saham syariah?
 - d. Apakah anda termasuk investor jangka pendek atau jangka panjang?
 - e. Apa yang menjadi bahan pertimbangan anda dalam melakukan investasi saham syariah?
3. Wawancara kepada masyarakat yang belum menjadi investor?
 - a. Apa yang anda ketahui tentang investasi saham?
 - b. Apakah anda pernah mengikuti sosialisasi investasi saham?
 - c. Apa yang menjadi alasan anda untuk tidak melakukan investasi saham syariah?

B. Dokumentasi

1. Profil PT Indopremier Sekuritas KP Lampung
2. Dokumentasi PT Indopremier Sekuritas KP Lampung.

Metro, November 2021
Mahasiswa Ybs.



Rahayu Novianti Lestari
NPM. 1602100054

Mengetahui,

Pembimbing I



Hermanita, SE.MM.
NIP. 19730220 199903 2 001

Pembimbing II



Upia Rosmalinda, M.E.I



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : 3978/In.28/D.1/TL.00/12/2021
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
PIMPINAN PT INDOPREMIER
SEKURITAS KP LAMPUNG
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 3977/In.28/D.1/TL.01/12/2021,
tanggal 02 Desember 2021 atas nama saudara:

Nama : **Rahayu Novianti Lestari**
NPM : 1602100054
Semester : 11 (Sebelas)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di PT INDOPREMIER SEKURITAS KP LAMPUNG, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PEMASARAN PT INDOPREMIER SEKURITAS KP LAMPUNG DALAM MENAMBAH JUMLAH INVESTOR SAHAM SYARIAH".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 02 Desember 2021
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Siti Zulaikha S.Ag, MH
NIP 19720611 199803 2 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: 3977/In.28/D.1/TL.01/12/2021

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : **Rahayu Novianti Lestari**
NPM : 1602100054
Semester : 11 (Sebelas)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di PT INDOPREMIER SEKURITAS KP LAMPUNG, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PEMASARAN PT INDOPREMIER SEKURITAS KP LAMPUNG DALAM MENAMBAH JUMLAH INVESTOR SAHAM SYARIAH".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 02 Desember 2021

Mengetahui,
Pejabat Setempat

ARUNA ESTI C.

Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Siti Zulaikha S.Ag, MH
NIP 19720611 199803 2 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-1438/In.28/S/U.1/OT.01/12/2021**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : RAHAYU NOVIANTI LESTARI
NPM : 1602100054
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2021 / 2022 dengan nomor anggota 1602100054

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 20 Desember 2021
Kepala Perpustakaan

Dr. As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H.
NIP.19750505 200112 1 002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Rahayu Novianti Lestari
NPM : 1602100054
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Strategi Pemasaran PT IndoPremier Sekuritas KP Lampung Dalam Menambah Jumlah Investor Saham Syariah** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi Turnitin dengan **Score 19%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 22 Desember 2021
Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah



Muhammad Ryan Fahlevi

NIP.199208292019031007

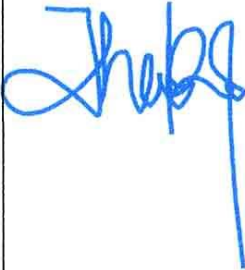


**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
METRO**

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : @metrouniv.ac.id Website : www.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : **Rahayu Novianti L** Fakultas/Jurusan : **FEBI /S1 PBS**
NPM : **1602100054** Semester/TA : **X/2021**
Dosen Pembimbing : **Hermanita, M. M**

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	30 November 2021	ACC APD & OUTLINE	

Dosen Pembimbing I,



Hermanita, M. M

NIP. 197302201999032001

Mahasiswa ybs,



Rahayu Novianti Lestari

NPM. 1602100054




**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507; faksimili (0725)47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id;E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Rahayu Novianti Lestari**
NPM : 1602100054

Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS
Semester / TA : XI / 2021-2022

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	29-11-2021		Acc Apd lanjut ke pembimbing I	

Dosen Pembimbing II



Upia Rosmalinda, M.E.I

Mahasiswa Ybs.



Rahayu Novianti Lestari
NPM. 1602100054



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507; faksimili (0725)47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id;E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Rahayu Novianti Lestari**
NPM : 1602100054

Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS
Semester / TA : XI / 2021-2022

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	29-11-2021	:	Acc outline lanjut ke pr-bi-bigi	

Dosen Pembimbing II

Upia Rosmalinda, M.E.I

Mahasiswa Ybs.

Rahayu Novianti Lestari
NPM. 1602100054

FOTO DOKUMENTASI





DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Peneliti bernama lengkap Rahayu Novianti Lestari, lahir di Metro 07 November 1997 merupakan anak kedua dari dua bersaudara dari pasangan Alm. Bapak Supardi dan Ibu Indiyati. Peneliti memulai pendidikan sekolah dasar di SD N 1 Metro Barat lulus pada tahun 2010, kemudian melanjutkan di SMP N 3 Metro lulus pada tahun 2013 dan melanjutkan di SMA N 2 Metro lulus pada tahun 2016. Pada tahun 2016, peneliti melanjutkan studi di perguruan tinggi dengan mengambil jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Jurai Siwo Metro yang saat ini telah beralih status menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.