

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada saat ini, investasi menjadi sebuah kebutuhan bagi masyarakat untuk membantu mencapai kebutuhan dan keinginan di masa mendatang. Berbagai macam kegiatan dan kebutuhan di masa mendatang menuntut siapa saja untuk mulai menyiapkannya sejak sekarang. Selain itu, investasi juga merupakan kegiatan muamalah yang sangat dianjurkan, karena dengan berinvestasi harta yang dimiliki akan lebih produktif dan juga bermanfaat bagi orang lain. Investasi juga merupakan cara agar harta dapat berputar sehingga tidak berhenti pada segelintir orang saja. Dengan investasi, maka akan mendorong distribusi pendapatan yang baik pada masyarakat. Bagi masyarakat modern, kata investasi tentu sudah tidak asing lagi, hampir setiap hari kata itu terdengar oleh telinga. Sebab, semakin tinggi pendidikan seseorang semakin tidak bersedia membiarkan asetnya tidak berkembang sehingga diperlukan suatu investasi. Untuk mengimplementasikan seruan investasi tersebut, maka harus diciptakan suatu sarana untuk berinvestasi, baik melalui lembaga keuangan seperti perbankan, asuransi atau melalui pendirian usaha.

Fitzgerald mengartikan investasi sebagai aktivitas yang berkaitan dengan usaha penarikan sumber-sumber (dana) yang dipakai untuk

mengadakan barang modal pada saat sekarang, dan dengan barang modal akan dihasilkan aliran produk baru di masa yang akan datang.¹

Dalam perspektif ekonomi praktis Jhon Downes dan Jordan E Goodman menyebutkan bahwa investasi merupakan penggunaan modal untuk menciptakan uang, baik melalui sarana yang menghasilkan pendapatan maupun melalui ventura yang lebih berorientasi ke resiko yang dirancang untuk mendapatkan perolehan modal. Berbeda dengan pengertian investasi pada umumnya, investasi dalam islam pada dasarnya adalah bentuk aktif dari ekonomi syariah. Dalam islam setiap harta ada zakatnya. Salah satu hikmah zakat ini adalah untuk mendorong setiap muslim agar menginvestasikan hartanya agar bertambah. Jadi investasi bukanlah semata-mata bercerita tentang berapa keuntungan materi yang bisa didapatkan, akan tetapi ada beberapa faktor yang mendominasi motivasi investasi dalam islam seperti aktualisasi diri, kebutuhan sosial dan agama.²

Motivasi muncul karena adanya kebutuhan dari diri seseorang. Kebutuhan sendiri muncul karena adanya rasa ketidaknyamanan (*state of tension*) antara yang seharusnya dirasakan dan yang sesungguhnya dirasakan. Kebutuhan seseorang meliputi kebutuhan sandang, pangan, papan, kebutuhan sosial dan lainnya. Kebutuhan tersebut mendorong seseorang untuk melakukan suatu tindakan.³

¹ Salim HS dan Budi Sutrisno, *Hukum Investasi di Indonesia*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2008), 31.

² Abdul Aziz, *Manajemen Investasi Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 30-31.

³ Nugraha J. Setiadi, *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*, (Jakarta: Prenada Media Grup), 35.

Para pakar menyatakan bahwa terdapat korelasi antara motivasi dan kebutuhan. Schiffman dan Kanuk menekankan bahwa motivasi merupakan suatu dorongan agar kebutuhan seseorang dapat terpenuhi. Solomon menekankan bahwa sekali dorongan kebutuhan terpenuhi, maka dorongan tersebut menurun. Sedangkan Neil, Quester, Hawkins menekankan bahwa motivasi merupakan dorongan seseorang untuk berperilaku dan mengarah kepada apa yang dibutuhkan. Dari ketiga penafsiran tersebut, dapat ditarik benang merah bahwa motivasi menimbulkan dorongan agar kebutuhan seseorang terpenuhi.⁴

Bagi para pelaku usaha, memahami unsur motivasi konsumen akan membuka peluang dalam memproduksi dan memasarkan barang atau jasa yang mampu merefleksikan aktualisasi seseorang. Pengaruh motivasi terhadap perilaku konsumen adalah timbulnya kebutuhan dan keinginan untuk memiliki suatu produk barang atau jasa. Dorongan kebutuhan dan keinginan tersebut akan menjadi lebih kuat apabila barang atau jasa yang ditawarkan sesuai dengan kepribadiannya, mengandung atau menyimpan pengalaman yang memuaskan dan dipersepsikan secara baik. Sedangkan pengaruh motivasi pada pelaku usaha adalah harus melakukan segala upaya agar dampaknya menimbulkan kebutuhan dan keinginan kepada konsumen untuk memiliki. Seluruh kegiatan yang dilakukan oleh para pelaku usaha tidak lain adalah

⁴ Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 44-45.

perencanaan strategi pemasaran yang dilandasi oleh unsur motivasi konsumen.⁵

Motivasi akan mempengaruhi proses keputusan seorang konsumen dalam membeli barang dan jasa. Selain itu, motivasi yang dimiliki setiap konsumen sangat berpengaruh terhadap keputusan yang akan diambil.⁶ Proses keputusan pembelian seorang konsumen bergantung pada cara konsumen memandang suatu masalah atau kebutuhan dan bagaimana motivasi yang muncul dalam dirinya.⁷ Sebelum mencapai keputusan pembelian, terdapat beberapa tahapan yang harus dilalui. Menurut Peter-Olson, tahapan keputusan pembelian meliputi pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.⁸

Dalam penelitian ini peneliti memilih obyek NUsantara MART Puncu Kediri. Untuk organisasi NU wilayah Kediri, Puncu merupakan tempat pertama yang berhasil mendirikan NUsantara MART. NUsantara MART Puncu merupakan salah satu usaha yang berbentuk swalayan untuk kebutuhan pokok sehari-hari masyarakat, didirikan oleh MWCNU Puncu Kabupaten Kediri berdasarkan amanah PWNU Jawa Timur. Latar belakang dibentuknya NUsantara MART adalah:

1. Membangun ekonomi untuk kemashlahatan umat dan tegaknya aqidah islam Ahlussunnah wal Jamaah.
2. Ekonomi sektor finansial dikuasai non muslim minoritas.

⁵ Ibid., 77.

⁶ Nugraha J. Setiadi, *Perilaku Konsumen.*, 35.

⁷ Morissan, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, (Jakarta: Kencana, 2010), 89.

⁸ Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen.*, 212-216.

3. Ekonomi riil dikuasai non muslim minoritas.
4. Umat islam belum memiliki kekuatan ekonomi.
5. Sejarah menunjukkan peradaban islam didukung dengan kesejahteraan ekonomi umat.
6. Saatnya Nahdlatul Ulama (NU) bangkit mengendalikan ekonomi umat.

Peran Nahdlatul Ulama' dalam program pemberdayaan ekonomi memang sangat penting. Hal ini berdasarkan firman Allah pada Q.S Al-Maidah (5): 2

... وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٢﴾

Artinya: “ ... Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran, dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya. (Q.S Al-Maidah:2)⁹

Berdasarkan ayat tersebut, sudah seharusnya sesama umat islam saling menguatkan dalam hal apapun, khususnya dalam bidang ekonomi. Untuk menguatkan ekonomi tersebut Nahdlatul Ulama' (NU) harus mencari alternatif serta peluang usaha pada era global ini.

Dalam menjalankan program-programnya, Nahdlatul Ulama (NU) dibantu oleh beberapa Banom (Badan Otonom) dan Lembaga dibawahnya. Lembaga Nahdlatul Ulama' merupakan perangkat departementasi organisasi yang berfungsi sebagai pelaksana kebijakan berkaitan dengan suatu bidang

⁹Departemen Agama Republik Indonesia, *al-Qur'ān dan Terjemah*. Semarang: CV. As-Syifa' Semarang. 1994. QS. Al-Maidah (5): 2.

tertentu. Dalam penanganan bidang ekonomi, Nahdlatul Ulama dibantu oleh Lembaga Perekonomian NU (LPNU).

Sebuah usaha yang didirikan melalui organisasi masyarakat terutama organisasi keagamaan akan mudah dilaksanakan. Hal yang demikian dikarenakan adanya suatu pandangan dan pemikiran tersendiri dari anggota organisasi. Ketika berbicara tentang organisasi khususnya keagamaan, dalam setiap tindakan terlintas dalam pikiran mereka berkaitan dengan urusan pahala atau dosa. Apabila mereka menganggap sesuatu akan menjadi sebab timbulnya pahala, tanpa ragu mereka akan melakukannya, begitu pula sebaliknya. Keadaan yang demikian menjadi suatu kesempatan dan peluang bagi masyarakat Nahdliyin khususnya untuk menciptakan kemandirian ekonomi. Sehingga munculah ide untuk mendirikan sebuah usaha guna membantu meningkatkan perekonomian masyarakat melalui pendirian NUsantara Mart dengan harapan dapat memberikan manfaat di masa mendatang. NUsantara MART dijalankan dengan menerapkan sistem saham untuk mendapatkan modalnya. Saham dijual dengan harga Rp 100.000,- per lembar dengan dibagikan kepada anggota yang berminat dari setiap ranting yang ada di wilayah tersebut. Adapun penyebaran kepemilikan saham ditujukan kepada anggota ranting yang ada di wilayah Puncu. Ranting merupakan struktur paling bawah dari organisasi Nahdlatul Ulama yang posisinya berada pada wilayah tertentu. Biasanya dibagi berdasarkan lingkup desa atau dusun. Hingga saat ini tercatat sebanyak 11 ranting di wilayah Puncu yang ikut serta dalam pembelian saham NUsantara MART. Ranting tersebut

terdiri dari ranting Gadungan, Wonorejo, Tanggung Mulyo, Asmoro Bangun, Puncu, Satak, Sidomulyo, Tegalrejo, Manggis, Sumber Bahagia dan Watu Gede. Selain ranting wilayah Puncu, ada pula pihak luar wilayah yang mengikutsertakan pembelian saham sehingga total keseluruhan menjadi 12 wilayah (ranting).

Berikut merupakan daftar realisasi penjualan saham per bulan yang tersebar di wilayah Kecamatan Puncu :

Tabel 1.1
Daftar Realisasi Penjualan Saham Per Bulan
NUsantara MART Puncu Kabupaten Kediri

Bulan	Pemilik (ranting)	Pemilik (orang)	Saham (lembar)
Oktober 2017	5	109	719
Nopember 2017	7	121	994
Desember 2017	10	100	971
Januari 2018	10	202	1.404
Februari 2018	9	126	592
Maret 2018	4	115	760
April 2018	6	102	715
Mei 2018	7	86	600
Juni 2018	7	47	172
Juli 2018	5	28	136
Agustus 2018	3	17	90
September 2018	3	12	53
Jumlah		1.065	7.206

Sumber Data : LPNU (Team 9 NusMart) MWCNU Puncu - 2018

Pemaparan data diatas menunjukkan hasil rekap bulanan pembeli saham yang ada di wilayah Puncu. Pada data tersebut menunjukkan keikutsertaan masyarakat dalam pembelian saham selama satu tahun mencapai 1.065 investor. Selanjutnya, peneliti melakukan observasi kepada sejumlah investor untuk mengetahui alasan mereka dalam melakukan pembelian saham.

Tabel 1.2
Alasan Investor Melakukan Pembelian Saham
di Nusantara Mart Puncu

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian		Jumlah Responden
Kebudayaan	Budaya	1
	Sub Budaya	0
	Kelas Sosial	0
Sosial	Kelompok	7
	Keluarga	2
	Peran dan Status	0
Pribadi	Usia dan tahap siklus hidup	0
	Pekerjaan	0
	Situasi ekonomi	2
	Gaya hidup	0
	Kepribadian dan kosep diri	1
Psikologis	Motivasi	13
	Persepsi	5
	Pembelajaran	6
	Keyakinan dan Sikap	0
Jumlah		37

Sumber: Data diolah peneliti

Pada tabel tersebut, diperoleh data bahwa dari beberapa investor yang dijadikan responden pada observasi memiliki lebih dari satu faktor yang menjadi alasan dalam melakukan pembelian saham di NUsantara MART. Akan tetapi, alasan terbanyak investor melakukan pembelian saham berasal

dari pengaruh faktor psikologis yaitu motivasi. Motivasi merupakan suatu faktor yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu aktifitas tertentu. Segala bentuk tindakan yang akan dilakukan oleh seseorang selalu berdasarkan motivasi dan minat tertentu¹⁰, termasuk tindakan untuk mengambil keputusan investasi.

Dengan demikian, peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul “PENGARUH MOTIVASI TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI SAHAM PADA NUSANTARA MART PUNCU KEDIRI”

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Motivasi Investasi Saham pada Nusantara Mart Puncu Kediri?
2. Bagaimana Keputusan Investasi Saham pada Nusantara Mart Puncu Kediri?
3. Bagaimana Pengaruh Motivasi terhadap Keputusan Investasi Saham pada Nusantara Mart Puncu Kediri?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui Motivasi Investasi Saham pada Nusantara Mart Puncu Kediri.
2. Mengetahui Keputusan Investasi Saham pada Nusantara Mart Puncu Kediri.
3. Mengetahui Pengaruh Motivasi terhadap Keputusan Investasi Saham pada Nusantara Mart Puncu Kediri.

¹⁰ Edy Sutrisno, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: Kencana, 2011), 109.

D. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan di atas, diharapkan penelitian ini dapat berguna untuk:

1. Kegunaan teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan khususnya dalam kajian ekonomi mengenai motivasi dan keputusan dalam melakukan investasi saham yang mana masih perlu mengkaji secara terperinci untuk mencapai tahap kesempurnaan.

2. Kegunaan praktis

- a. Bagi pembaca

Dari penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuan dalam melakukan sebuah penelitian ilmiah, serta sebagai bahan perbandingan antara teori yang diperoleh selama perkuliahan dengan prakteknya di lapangan. Selain itu untuk menambah wawasan keilmuan dan daya analisis penulis yang kelak akan dijadikan bekal bila terjun di masyarakat.

- b. Bagi lembaga

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumbangan pemikiran bagi perkembangan ilmu pengetahuan serta bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam menetapkan suatu kebijakan setelah mengetahui motivasi seseorang sehingga bersedia untuk memutuskan melakukan pembelian yang dalam hal ini adalah keputusan dalam membeli saham.

c. Bagi Peneliti Lainnya

Diharapkan dapat berguna sebagai rujukan untuk penelitian selanjutnya.

E. Telaah Pustaka

1. Skripsi Emi Mashlahatus Sahara yang berjudul “Strategi Nahdlatul Ulama Cabang Kabupaten Kediri dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Miskin Desa Rembang Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri”, skripsi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Kediri, 2009. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama menjelaskan tentang upaya Nahdlatul Ulama dalam melakukan kemandirian ekonomi masyarakat muslim NU. Perbedaannya adalah dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang menjelaskan tentang strategi Nahdlatul Ulama untuk menciptakan kemandirian ekonomi melalui pemberdayaan ekonomi masyarakat miskin dengan menciptakan program bank sampah dimana sasaran yang dituju adalah para pekerja kasar dan buruh tani di Desa Rembang Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan metode kuantitatif yang meneliti tentang pengaruh dari motivasi terhadap keputusan investasi saham pada Nusantara Mart Puncu Kediri.
2. Skripsi Moh. Atok Ilah yang berjudul “Kontribusi Muslimat NU Kabupaten Kediri terhadap Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Muslim”, skripsi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Kediri, 2015.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama menjelaskan tentang upaya menciptakan kemandirian ekonomi muslim oleh Nahdlatul Ulama. Perbedaannya adalah dalam penelitian ini upaya dilakukan oleh Badan Otonom (Banom) NU yaitu muslimat Kabupaten Kediri. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan sekarang merupakan upaya dari MWCNU Puncu dengan melibatkan ranting yang ada pada wilayah tersebut.

3. Skripsi Atina Hidayati yang berjudul “Pengaruh Motivasi Kerja terhadap Produktivitas Kerja Karyawan pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Kantor Cabang Pembantu Tulungagung-Blitar”, skripsi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Kediri, 2017. Penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh motivasi kerja yang signifikan terhadap produktivitas kerja karyawan PT Bank Muamalat Indonesia Tbk, Tulungagung-Blitar. Berdasarkan rumus korelasi diperoleh nilai r adalah 0,841 dan signifikansi 0,0000, berarti hubungan antara variabel motivasi kerja (X) dan produktivitas kerja (Y) searah positif dan signifikan. Hasil analisis menggunakan rumus regresi linear sederhana diperoleh hasil besarnya pengaruh motivasi kerja sebesar 0,844. Hasil R Square pengaruh variabel motivasi terhadap produktivitas kerja sebesar 70,7% sedangkan sisanya 29,3% dipengaruhi oleh variabel lain yaitu disiplin kerja, etika kerja, dan budaya organisasi. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti sekarang adalah pemilihan variabel X yaitu

motivasi. Sedangkan perbedaannya adalah pada objek penelitian dan variabel Y yang diteliti.

4. Skripsi Novie Agustin Ziera Setyowati yang berjudul “Pengaruh Motivasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Wardah di Hypermart Kediri”, skripsi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Kediri, 2014. Penelitian ini menghasilkan bahwa motivasi memiliki korelasi yang kuat dengan keputusan pembelian, dan didapat persamaan regresinya $Y = 3,777 + 0,478X$ selain itu nilai t_{hitung} 6,968 dan t_{tabel} 1,993. Hasil R Square pengaruh variabel motivasi terhadap produktivitas kerja sebesar 40,6% sedangkan sisanya 50,4% dipengaruhi oleh variabel lain. Selain itu juga diadakan analisis tentang pengaruh motivasi spiritual terhadap keputusan pembelian namun hasilnya kurang signifikan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti sekarang adalah penggunaan variabel X dan Y. Perbedaannya terletak pada pemilihan objek penelitian dimana penelitian sebelumnya dilakukan pada konsumen produk wardah, sedangkan penelitian yang akan dilakukan ditujukan kepada para investor saham NUsantara MART Puncu Kediri.

F. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara dari permasalahan yang diteliti,¹¹ selanjutnya dibuktikan kebenarannya secara empiris/nyata.¹²

Hipotesis penelitian dirumuskan atas dasar kerangka pikir yang merupakan

¹¹ Jhonatan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), 26.

¹² Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 31.

jawaban sementara atas masalah yang dirumuskan. Hipotesis kerja atau disebut hipotesis alternatif disingkat H_a menyatakan adanya hubungan antara variabel x dan y atau adanya pengaruh antar 2 kelompok, yakni antara variabel independen dan dependen.

Hipotesis nol disingkat H_0 . Hipotesis nol menyatakan tidak adanya pengaruh hubungan antara 2 variabel. Maka berdasarkan pengertian diatas, hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H_a : ada pengaruh motivasi terhadap keputusan investasi saham pada Nusantara Mart Puncu Kediri.

H_0 : tidak ada pengaruh motivasi terhadap keputusan investasi saham pada Nusantara Mart Puncu Kediri.