

Edukasi Menumbuhkan Minat Investasi Dikalangan SMA Kota Samarinda

Siti Rohmah¹, Diana Anggraini², Alvin Rafi Rizqullah³

Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda

sitirohmah1407@uwgm.ac.id

Abstrak

Tujuan kegiatan ini adalah memberikan sosialisasi dan edukasi dalam memberikan minat investasi bagi pemula ataupun yang sudah terjun dibidang bisnis maupun perorangan. Jika digeluti dengan baik investasi ini bisa menjanjikan prospek keduanya. Metode pengabdian yang digunakan adalah Pemberian sosialisasi edukasi secara tepat dan terbukti bisa menjadi solusi dari permasalahan dan yang kesulitan untuk berkembang. Dengan edukasi yang tepat, para pemula (masyarakat umum maupun siswa) dapat merasakan keuntungan yang lebih sebanding dengan waktu kerja mereka. Tidak hanya itu, bermain saham dalam investasi yang lebih disiplin juga ditekankan karena berkaitan langsung dengan keberhasilan dalam berinvestasi. Pengabdian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan minat pemula (masyarakat umum maupun mahasiswa) maupun pelaku bisnis dalam menekuni kegiatan bisnisnya. Memberikan kesadaran pentingnya Edukasi yang diberikan dalam bentuk seminar dan forum diskusi, mulai dari memperkenalkan saham, bentuk saham lalu teknik bermain saham yang baik. Perlu strategi penting dalam memberikan sosialisasi dan edukasi agar pegetahuan yng didapat dapat luas dan merata dan menumbuhkan minat investasi dipasar modal.

Kata kunci : Sosialisasi dan Edukasi, Minat Berinvestasi, Pasar Modal

LATAR BELAKANG

Kalangan pelajar khususnya para siswa SMA adalah mereka yang akan menjadi generasi perubahan era perdagangan bebas sesuai dengan Pakta The Regional Comprehensive Partnership (RECP) yang telah disepakati Janurai 2022. Maka para generasi ini sudah harus dipersiapkan sejak dini.

Perkembangan pasar modal konvesnsional maupun syariah, salah satunya didukung oleh peranan berbagai pihak terutama dalam melakukan sosialisasi dan edukasi (Gunawan, 2011). Sosialisasi dan edukasi dilakukan untuk masyarakat, baik institusi maupun perorangan, dunia pendidikan, dan sosialisasi secara nasional maupun internasional (OJK, 2015).

Sosialisasi dan edukasi bertujuan salah satunya adalah untuk meningkatkan jumlah investor di pasar modal (www.ksei.co.id). Di samping itu juga untuk meningkatkan kepercayaan investor terhadap pasar modal konvesnsional maupun syariah (Ferry, 2018). Berbagai dukungan tersebut pada faktanya belum menemui hasil yang diharapkan. Hasil Survei Nasional Literasi Keuangan dalam Roadmap Pasar Modal Syariah (2015-2019), mayoritas masyarakat Indonesia (lebih dari 90%) masih belum mengenal pasar modal. Penggunaan instrumen pasar modal masih sedikit, yakni hanya kurang dari 1%. Jika dibandingkan dengan negara-negara Asia lainnya, Indonesia seharusnya memiliki potensi yang lebih besar dalam meningkatkan jumlah investor pada efek-efek syariah di pasar modal. Namun demikian, jumlah investor di pasar modal masih sangat rendah, yaitu 0,33 juta (0,14%) dibanding negara-negara Asia lainnya (Tim Kajian Minat Investor Terhadap Efek Syariah di Pasar Modal: 2011).

Dengan demikian, pada dasarnya minat masyarakat Indonesia dalam berinvestasi masih terbilang rendah, terutama investasi di pasar modal syariah. Idealnya Indonesia memiliki potensi yang tinggi dalam hal jumlah investor syariah, karena mayoritas penduduk Indonesia adalah muslim. Hal ini disebabkan karena kurangnya pemahaman masyarakat tentang pasar modal syariah, dan juga kurangnya sosialisasi dan kepada masyarakat tentang pasar modal syariah (Supriadi & Hariyanto, 2017). Hal ini dipertegas dalam penelitian Khotimah, Warsini, & Nuraeni (2016) yang mengaskan bahwa sosialisasi dan pengetahuan berpengaruh terhadap minat investasi di pasar modal pada efek syariah. Hasil penelitian Peristiwa (2016) menunjukkan bahwa rendahnya minat investasi disebabkan karena kurangnya edukasi dan sosialisasi terutama berkaitan dengan efek syariah. Dengan demikian, penelitian bertujuan untuk mengidentifikasi peran sosialisasi dan edukasi terhadap minat investasi di pasar modal syariah. Secara khusus penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi berbagai sosialisasi dan edukasi yang sudah dilakukan, mengidentifikasi peranan media sosialiasai terhadap minat investasi, mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat, serta menganalisis efektivitas sosialisasi dan edukasi pasar modal syariah.

METODE

Persiapan

Pada tahap persiapan tim akan mendata sekolah yang bersedia menginstruksikan para siswa untuk mengadari kegiatan sosilisasi secara offline. Selain itu juga dilakukan wawancara awal mengenai materi yg akan disampaikan apakah pernah menerima di sekolah.

Tim juga mempersiapkan peralatan serta materi yang digunakan.

Pelaksanaan

Sosialisasi ini dilakukan secara offline berbentuk seminar interaktif dimana tim yang terdiri dari

Dian Irma Aprianti MM (Dosen)
Siti Anis Juni Asma Wati (mahasiswa)
Siti Rohmah M.Ak (Dosen)
Diana Anggraini (Mahasiswa)
Alvin Rafi Rizqullah (Mahasiswa)

akan memaparkan materi lalu bertanya jawab dan melakukan praktek

Adapun tahapan sosialiasi ini yaitu :

1. Pengenalan diri oleh pemateri dilanjutkan oleh peserta
2. Setelah perkenalan Pemateri akan mengevaluasi penyampaian perkenalan diri peserta untuk disesuaikan dengan teori yang akan disampaikan
3. Orientasi : berupa pengenalan materi sosialiasi termasuk negosiasi serta tips dan trick berbicara di depan umum
4. Drill : berupa latihan dengan Teknik berkomunikasi di depan umum kemudian dievaluasi oleh tim.
5. Feedback: seusai latihan, peserta diberikan umpan balik, apakah ada pertanyaan mengenai hal yang belum dikuasai, atau ada kendala, jika terdapat kendala lalu diberikan pemantapan lagi, sebaliknya jika semua berjalan lancar, langkah berikut dilanjutkan

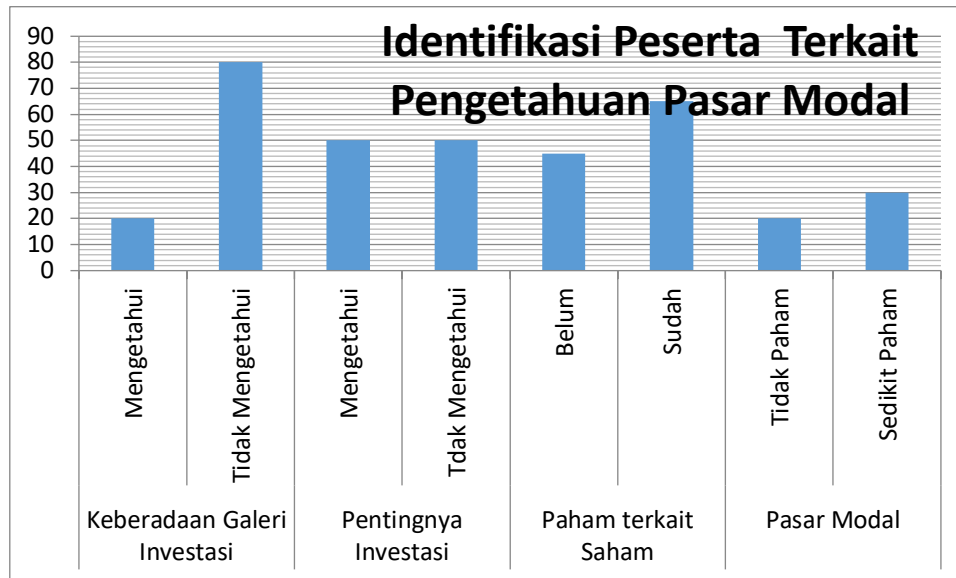
HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Waktu Pelaksanaan Program

sosialisasi dilakukan pada Madrasah Aliyah Negeri 2 Samarinda pada :

Hari : Jum'at
 Tanggal : 10 Juni 2022
 Waktu : 09.00 – 11.00 Wib
 Peserta : siswa kelas 11 IPA 3

Peserta yang mengikuti meliputi siswa Man 2 Samarinda. Sebelum melakukan edukasi dan sosialisasi menyebarkan kuisioner kepada peserta pengabdian untuk mengukur sejauh mana pengetahuan terkait investasi dan pasar modal. Hasil penyebaran dapat dijabarkan dalam grafik dibawah ini dibawah ini :



Gambar 1. Kuisioner terkait pengetahuan awal

Dari hasil identifikasi awal terlihat bahwa masih banyak peserta yang belum mengetahui terkait dengan investasi. Oleh karena itu diharapkan setelah dilakukan edukasi dan sosialisasi dapat menumbuhkan minat dalam investasi khususnya pada Galeri Investasi yang ada di Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda.

Peran Sosialisasi dan Edukasi dalam menumbuhkan minat Investasi

Berdasarkan data yang sudah didapat diawal memudahkan bagi kami untuk menjelaskan terkait saham, pentingnya saham, cara mudah berinvestasi dan mengenalkan galeri investasi. Peran masing-masing pengisi materi memberikan pengarahan dan edukasi. Kami mensosialisasikan dibantu dengan pihak terkait yaitu pihak PT. BEI yang memahami secara langsung terkait investasi di pasar modal baik konvensional maupun syariah. Terdapat hal-hal yang menjadi faktor menghambat, pendukung dalam menumbuhkan minat investasi dapat dijelaskan dibawah ini :

Pentingnya Sosialisasi dan Edukasi dalam membangun minat investasi pada Pasar Modal

Motivasi atau minat investasi bagi siswa perlu dibangun sedemikian rupa agar dapat menjadi investor yang handal serta dapat mengajak orang lain, terutama masyarakat di sekitarnya atau di lingkungannya. Minat investasi pada dasarnya adalah tujuan sekunder, akan tetapi tujuan sebenarnya yang perlu dibangun pada diri siswa adalah pengetahuan ataupun kompetensi pasar modal baik konvensional maupun syariah. . Minimnya pengetahuan tentang pasar modal juga berdampak pada keraguan terkat berinvestasi. Dengan demikian, faktor penghambat seperti tidak tahu caranya,

tidak tahu tempatnya, dan ragu adalah disebabkan karena faktor minimnya pengetahuan. Jadi untuk solusi yang terbaik adalah dengan meningkatkan dan mengoptimalkan sosialisasi dan edukasi pasar modal. Faktor penghambat yang paling dominan adalah tidak adanya modal dan takut mengalami kerugian.

Faktor pendukung juga dapat dimanfaatkan sebagai strategi untuk meningkatkan minat investasi. jika berdasarkan pada temuan di atas, faktor pendukung yang mendominasi adalah adanya keuntungan. Dengan berdasarkan pada faktor ini strategi yang perlu diterapkan adalah dengan cara memfasilitasi masyarakat ataupun siswa untuk melakukan simulasi ataupun trading langsung dengan modal yang ringan. Ketika para mahasiswa sudah mendapatkan keuntungan dan merasakannya, dengan sendirinya minat untuk investasi akan terbangun. Faktor pendukung lainnya sangat berkaitan erat dengan faktor keuntungan, seperti investasi, ingin sukses atau kaya, ingin memiliki saham dan wadah investasi yang menjanjikan. Sementara faktor lain seperti ingin tahu, ingin belajar, memajukan pasar modal di Indonesia, dan faktor pengalaman orang lain dan merupakan faktor yang mengarah pada edukasi.

Dengan demikian, strategi yang terbaik adalah dengan mengoptimalkan sosialisasi dan edukasi yang lebih intensif. Strategi mengoptimalkan sosialisasi dan edukasi adalah dengan cara memanfaatkan berbagai informan dan media sosial. Semakin beragamnya informan dan media sosial tentu akan semakin memperluas dan juga semakin merata informasi pasar modal.

Berdasarkan hasil di atas menunjukkan bahwa informasi yang memiliki pengaruh besar adalah memberikan edukasi dan sosialisasi. Misalnya siswa bisa melalui dosen atau tenaga pendidik melalui edukasi (seminar). Strategi yang bisa dilakukan dengan mengoptimalkan peran sosialisasi dan edukasi dan salah satu strategi yang terbaik adalah dengan membangun sinergi antara pihak kampus dengan pihak sekuritas.

Sosialisasi dan edukasi yang melalui media sosial yang meliputi facebook, BBM, line, blog, whatsapp, instagram, kakaotalk, buku, twitter, internet (searching google), wechat, juga dapat dimanfaatkan sebagai strategi untuk mengoptimalkan sosialisasi dan edukasi. Media sosial tersebut memiliki intensitas yang beragam serta memiliki peran atau pengaruh yang beragam pula. Berdasarkan temuan facebook adalah media sosial yang mendominasi baik secara intensitas maupun peranannya. Dengan berdasarkan pada media sosial ini sosialisasi dan edukasi dapat dioptimalkan dengan memanfaatkan media facebook. Namun demikian, media lainnya juga masih diperlukan sebab akses setiap orang terhadap media berbeda-beda dan beragam. Jadi semua media masih diperlukan, hanya saja untuk media yang memiliki pengaruh kecil perlu adanya evaluasi dan perbaikan.

Informasi melalui media ataupun terjun langsung keduanya mempunyai peran masing-masing. Oleh karena itu, perlu diperluas dan dipotimalkan. Hal ini dikarenakan setiap orang mempunyai karakter yang berbeda-beda dalam menyerap informasi, ada yang lebih suka dengan mendengarkan, ada pula yang lebih suka dengan melihat (membaca atau menonton), adapula yang lebih suka dengan praktik langsung. Hal ini terbukti dengan beragamnya sebab yang kemudian menyebabkan mereka berminat untuk investasi, ada yang termotivasi melalui seminar, ada yang termotivasi melalui perkuliahan, ada yang termotivasi karena membaca buku, ada yang termotivasi karena media sosial, ada yang termotivasi karena media baik cetak maupun elektronik, ada yang termotivasi karena internet, ada yang termotivasi karena ikut organisasi, ada yang termotivasi karena datang ke galeri investasi, ada pula yang termotivasi karena datang langsung dan sebagainya. Dengan demikian semua aspek tersebut harus terus

dikembangkan dan ditingkatkan serta lebih disinergikan agar sosialisasi dan edukasi lebih merata.

KESIMPULAN

Tim Pelaksana menyimpulkan bahwa kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berjalan dengan lancar sesuai dengan tujuan awal. Selain itu keberhasilan kegiatan ini didukung oleh semangat dari Siswa Man 2 Aliyah Samarinda untuk mendapat informasi tentang Edukasi menumbuhkan minat dalam berinvestasi. Materi disampaikan dengan menggunakan metode tanya jawab interaktif, sesuai dengan kapasitas. Berprinsip pada azas asah, asih dan asuh dengan suasana kekeluargaan dan diperlukan rencana tindak lanjut yang konsisten. Berdasar hasil kegiatan yang dilakukan, masih diperlukan pertemuan-pertemuan untuk belajar bersama dan tukar pengalaman serta berbagi informasi yang terkait dengan menumbuhkan minat investasi. Perlu pemetaan lebih lanjut dengan mengklasifikasikan jenis usaha, lama usaha, dan kelompok usaha agar kegiatan pengabdian masyarakat berikutnya lebih efektif dan efisien

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, Burhan, 2013, Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi; Format-format Kuantitatif dan Kualitatif untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen, dan Pemasaran, Jakarta: Kencana.
- Direktorat Pasar Modal Syariah Otoritas Jasa Keuangan, 2015, Roadmap Pasar Modal Syariah 2015- 2019; Membangun Sinergi untuk Pasar Modal Syariah yang Tumbuh Stabil, dan Berkelanjutan.
- Gunawan. (2011). Pengaruh Analisis Fundamental Terhadap Harga Saham (Studi Empiri Terhadap Saham-Saham Syariah Di Jakarta Islamic Indeks). Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil, 1(April), 47– 58.
- Idrus, Muhammad, 2009, Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif, Yogyakarta: Erlangga.
- Roadmap Pasar Modal Indonesia 2016-2021(Online). (<http://www.ojk.go.id>,