

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kajian Teori

1. Minat Investasi

a. Pengertian Minat

Minat didefinisikan sebagai keputusan yang diambil seseorang ketika ia menilai bahwa sesuatu itu bermanfaat, yang pada akhirnya hal itu akan mendatangkan kepuasan. Pengertian ini memberikan makna bahwa minat sebagai suatu keinginan terhadap sebuah objek dan maka akan membuat individu tersebut melakukan kegiatan. Dalam pengertian lain, minat merupakan dorongan yang kuat dalam seorang individu untuk mencapai sesuatu hal tertentu karena memiliki sesuatu yang dianggap penting pada objek tersebut.²¹

Menurut Tampubolon, mengatakan bahwa minat adalah suatu perpaduan keinginan dan kemauan yang dapat berkembang jika ada motivasi.²² Sedangkan Minat menurut Kotler & Keller adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang

²¹ Sutrisno, *Meningkatkan Minat Dan Hasil Belajar Tik Materi Topologi Jaringan Dengan Media Pembelajaran* (Malang: Ahlimedia Book, 2020).

²² Tampubolon, *Mengembangkan Minat Dan Kebiasaan Membaca* (Bandung: Angkasa, 1991). h. 41.

dilihatnya lalu muncul keinginan untuk membeli dan memilikinya.²³

Menurut Winkel, minat merupakan kecenderungan yang menetap dalam subjek untuk merasa senang dan tertarik pada bidang atau hal tertentu dan merasa senang berkecimpung dalam bidang tersebut.²⁴

Minat adalah kemampuan seseorang dalam melakukan sesuatu untuk memperoleh minat atau keinginan untuk melakukan sesuatu sehingga seseorang tertarik untuk melakukannya.²⁵ Menurut Malik yang dikutip oleh Alen Tri Wahyuni, investasi merupakan kegiatan faktor pertama yang memiliki pengaruh dan faktor yang tidak pasti terhadap pembangunan ekonomi. Oleh karena itu, investasi merupakan kegiatan yang mempengaruhi perekonomian dan merupakan unsur ketidakpastian.²⁶

Menurut PSAK No. 13, investasi adalah suatu aktiva yang digunakan emiten untuk pertumbuhan kekayaan (acceleration of wealth) melalui distribusi

²³ philip kotler and kevin lane keller, *Marketing Management*, 12th edn (Jakarta: PT. Indeks, 2016).

²⁴ W.S Winkel, *Psikologi Pengajaran* (Jakarta: PT. Gramedia Widia Sarana Indonesia, 1983). h. 30.

²⁵ Ahmad Qorib, Yoserizal Saragih, Dan Suwandi, *Pengantar Jurnalistik*, (Jawa Barat: Guepedia, 2019), H. 58.

²⁶ Alen Tri Wahyuni, Asnaini Asnaini, and Romi Adetio Setiawan, 'Pengaruh Perspektif Generasi Z Terhadap Keputusan Berinvestasi Di Pasar Modal Syariah', *Lab*, 6.02 (2023), 111–27.

hasil investasi (seperti bunga, royalti, dividen, dan uang sewa), untuk apresiasi nilai investasi atau untuk manfaat lain bagi emiten yang berinvestasi seperti manfaat yang diperoleh melalui hubungan perdagangan.²⁷ Investasi merupakan ikatan terhadap jumlah dana atau sumber yang lain, sedangkan komitmen untuk melakukan investasi berawal pada kata invest artinya menginvestasikan atau menanamkan uang atau modal.²⁸

Berdasarkan berbagai teori yang diberikan, minat investasi dapat disimpulkan sebagai dorongan yang muncul dalam diri individu untuk terlibat dalam aktivitas investasi karena adanya penilaian bahwa investasi tersebut memberikan manfaat yang dapat memuaskan kebutuhan atau keinginan mereka. Minat ini dipengaruhi oleh faktor internal seperti keinginan, kemauan, dan motivasi, serta rangsangan eksternal yang memicu keinginan untuk memiliki atau berpartisipasi dalam investasi. Dalam konteks investasi, minat ini mendorong individu untuk mengambil keputusan investasi dengan harapan

²⁷IAI, 'PSAK UMUM' <<https://web.iaiglobal.or.id/PSAK-Umum/15#gsc.tab=0>> [accessed 12 September 2024].

²⁸ Wahyu Agung Saputra, Romi Adetio Setiawan, and Evan Stiawan, 'Analisis Strategi PT. Fac Sekuritas Dalam Meningkatkan Jumlah Investor Di Pasar Modal Syariah', *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 6.2 (2023), 752–61.

memperoleh pertumbuhan kekayaan, distribusi hasil, apresiasi nilai, atau manfaat lain yang relevan.

b. Faktor yang mempengaruhi minat investasi

Menurut Diah Ayu Pitaloka faktor-faktor yang mempengaruhi minat, sebagai berikut:²⁹

1) Faktor Budaya

Faktor budaya meliputi keinginan untuk memperoleh nilai, persepsi, preferensi, dan perilaku dari institusi penting lainnya dan faktor perilaku yang paling mendasar. Faktor budaya memiliki pengaruh terbesar terhadap perilaku konsumen.

2) Faktor Sosial

Faktor sosial adalah divisi sosial yang relatif homogen dan bertahan lama dengan struktur hierarkis yang anggotanya memiliki nilai, minat, dan perilaku yang sama. Kelas sosial ditentukan oleh faktor-faktor seperti pendapatan, pendidikan, kekayaan, dan variabel lainnya. Dalam beberapa sistem sosial, anggota kelas yang berbeda memegang peran tertentu dan status sosial tidak dapat diubah.

²⁹ Diah Ayu Pitaloka, 'Pengaruh Efisiensi, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Tarik Tunai Tanpa Kartu Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Masyarakat Di Kota Cirebon)' (Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, 2022), H.27

3) Faktor Kepribadian

Faktor kepribadian didefinisikan sebagai karakteristik seseorang yang berbeda dari orang lain dan yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan tahan lama terhadap lingkungan. Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik individu, antara lain: Usia dan standar hidup, lokasi dan situasi ekonomi.

4) Faktor Psikologis

Faktor psikologis adalah wawasan tentang bagaimana pikiran kita bekerja. Pilihan pembelian konsumen dipengaruhi oleh empat faktor, antara lain: motivasi, persepsi, pembelajaran, dan keyakinan atau sikap .

c. Indikator Minat Investasi

Adapun indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur minat adalah sebagai berikut.³⁰

- 1) Ketertarikan, diartikan sebagai adanya pemusatan atau perhatian dan perasaan senang.
- 2) Keinginan, diartikan sebagai adanya dorongan untuk memiliki.

³⁰ Husna Fitri Amalia, 'Pengaruh Return Dan Risiko Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Di Galeri Investasi Institut Agama Islam Negeri Ponorogo' (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2019).

- 3) Keyakinan, diartikan sebagai adanya rasa percaya diri individu terhadap kualitas, daya guna dan keuntungan.

2. Media Sosial

a. Definisi Media Sosial

Media sosial saat ini bisa dikatakan sudah menjadi kebutuhan hidup setiap orang di berbagai belahan dunia. Banyaknya informasi dan fungsi yang disediakan oleh media sosial menjadikan media sosial sebagai hal yang bersifat primer dalam menghadapi arus globalisasi saat ini. Media sosial sendiri berasal dari dua suku kata yaitu media dan sosial. Media dapat diartikan sebagai sebuah sarana atau alat komunikasi yang bisa digunakan oleh setiap orang. Sedangkan arti kata sosial berasal dari kata “*socius*” yang merupakan bahasa latin yang mempunyai arti tumbuh, berkembang dalam kehidupan bersama.³¹

Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendeskripsikan media sosial sebagai sekumpulan aplikasi berbasis internet yang berlandaskan pada edialogi dan teknologi Web 2.0, serta memungkinkan

³¹ Nurul Istiani And Athoillah Islamy, ‘Fikih Media Sosial Di Indonesia’, *Asy Syar’Iyyah: Jurnal Ilmu Syari’Ah Dan Perbankan Islam*, 5.2 (2020), 202–25.

pengguna untuk menciptakan dan berbagi konten yang dihasilkan oleh mereka sendiri.³²

Menurut Kotler dan Keller media social merupakan sebuah komponen penting dari pemasaran digital, karena social media merupakan sarana bagi masyarakat untuk berbagi teks, gambar, audio, dan video informasi satu sama lain atau sebaliknya.³³

Menurut Rulli Nasrullah media sosial adalah Medium di internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.³⁴

Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi tetapi juga sebagai penggerak minat seseorang melalui penyebaran informasi, pembentukan komunitas, dan interaksi antar pengguna yang meperkuat kepercayaan dalam mengambil keputusan.

³² Andreas M Kaplan and Michael Haenlein, 'Social Media: Back to the Roots and Back to the Future', ed. by Helene Delerue, *Journal of Systems and Information Technology*, 14.2 (2012), 101–4.

³³ philip kotler and kevin lane keller.

³⁴ Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya Dan Sositoteknologi*, 2020.

Fungsi-fungsi teknologi media sosial :

- 1) Media sosial merupakan media yang didesain untuk memperluas interaksi atau orang dengan orang lain melalui internet dan teknologi web.
- 2) Media sosial mengubah praktik komunikasi seara media siaran dari satu institusi media ke banyak audience ke dalam praktik komunikasi dialogis antara banyak audience.
- 3) Media sosial mendukung demokratisasi pengetahuan dan juga informasi. Mengubah manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri.

Selain itu, pengguna media sosial berfungsi sebagai

:

- 1) Keunggulan membangun personal branding melalui sosial media adalah tidak mengenal trik atau popularitas semu, karena *audience* yang akan menentukan. Berbagai media sosial menjadi media untuk orang yang berkomunikasi, berdiskusi dan bahkan memberikan sebuah popularitas di media sosial.
- 2) Media sosial memberikan kesempatan untuk berinteraksi lebih dekat dengan konsumen. Media sosial menawarkan konten komunikasi yang lebih personal. Melalui media sosial, semua jenis

pemasar dapat belajar tentang kebiasaan konsumen dan terlibat dalam interaksi secara personal yang dapat membangun sebuah ketertarikan yang lebih dalam.³⁵

b. Indikator Media Sosial

Berikut ini merupakan indikator media sosial yaitu.³⁶

- 1) *Online Communities*, Penggunaan media sosial untuk membangun hubungan komunitas.
- 2) *Interaction*, Terdapat interaksi dengan menambahkan atau mengundang orang lain melalui media sosial dimana dapat menciptakan komunikasi satu sama lain.
- 3) *Sharing of Content*, Media pertukaran informasi dan juga menerima konten menggunakan media sosial.
- 4) *Accesbility*, Media sosial dapat diakses dengan mudah, biaya yang relatif lebih terjangkau dan tidak memerlukan keterampilan untuk mengaksesnya.

³⁵ Merci Souisa, Lilian Loppies, And Restia Christany, 'Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Dan Teknologi Media Sosial Terhadap Minat Berinvestasi Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Pattimura', *Jurnal Minfo Polgan*, 12.1 (2023), 1005–12.

³⁶ H. Abu-Rumman As'ad and Anas Alhadid, 'The Impact of Social Media Marketing on Brand Equity: An Empirical Study on Mobile Service Providers in Jordan', *Rev. Integr. Bus. Econ. Res.*, 3.1 (2014), 315–26.

5) *Credibility*, Perusahaan menyampaikan informasi yang jelas kepada konsumen sehingga dapat membangun hubungan emosional.

3. Religiusitas

a. Definisi Religiusitas

Religiusitas berasal dari kata bahasa latin, yaitu *religio* yang berarti agama, kesalehan dan jiwa keagamaan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), *religius* berarti bersifat religi atau keagamaan, atau yang bersangkutan paut dengan religi (keagamaan). Religiusitas adalah keberagamaan, yaitu suatu keadaan yang ada dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya kepada Agama.³⁷

Religiusitas merupakan perilaku keberagamaan yang berupa penghayatan terhadap nilai-nilai agama yang ditandai tidak hanya melalui ketaatan dalam menjalankan ibadah secara ritual, tetapi juga adanya keyakinan, pengalaman dan pengetahuan mengenai agama yang dianutnya. Religiusitas mengukur seberapa kokoh keyakinan, seberapa banyak

³⁷ KBBI, 'Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)' <<https://kbbi.web.id/religi>> [accessed 12 September 2024].

pelaksanaan ibadah dan kaidah, serta seberapa dalam penghayatan dalam agama yang dianutnya.³⁸

Menurut Glock dan Stark religiusitas merupakan sebuah komitmen yang meliputi hubungan agama atau keyakinan yang mana komitmen tersebut dapat diketahui melalui perilaku baik itu individu maupun kelompok dengan agama atau keyakinan iman mereka. Glock dan Stark mengelompokkan religiusitas dalam lima dimensi yaitu Dimensi Ideologis (keyakinan), Dimensi Ritualistik (praktik), Dimensi Eksperiensial (pengalaman), Dimensi Intelektual (pengetahuan), dan Dimensi Pengamalan (konsekuensi).³⁹

Berdasarkan uraian di atas, *religiusitas* adalah internalisasi nilai nilai agama dalam diri seseorang. Internalisasi dalam hal ini berkaitan dengan kepercayaan terhadap ajaran-ajaran agama baik di dalam hati maupun dalam ucapan. Dalam kehidupan sehari-hari, religiusitas seharusnya teraktualisasi dalam bentuk amal shaleh berupa segala ucapan dan tindakan yang baik dan bermanfaat. Hal tersebut sebagai bukti akan adanya tanggung jawab.

³⁸ Aldeana Meliani, Ahmad Mulyadi Kosim, And Hilman Hakiem, 'Pengaruh Religiusitas, Gaya Hidup, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Busana Muslim Di Marketplace', *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 2.3 (2021), 174–86.

³⁹ Glock Charles & Stark Rodney, *Religion and Society In Tension* (California: Chicago, 1966). h. 45.

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Relegiusitas

Menurut Thouless ada beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi relegiusitas adalah sebagai berikut:⁴⁰

- 1) Pengaruh pendidikan atau pengajaran dan berbagai tekanan sosial faktor sosial. Faktor ini meliputi semua pengaruh sosial dalam perkembangan keagamaan, termasuk pendidikan yang diberikan oleh orang tua, tradisi-tradisi sosial, tekanan dari lingkungan sosial untuk menyesuaikan diri dengan berbagai pendapat dan sikap yang disepakati oleh lingkungan.
- 2) Berbagai pengalaman yang membantu sikap keagamaan terutama pengalaman-pengalaman mengenai :
 - a) Keindahan, keselarasan, dan kebaikan didunia lain.
 - b) Konflik moral.
 - c) Pengalaman emosional keagamaan.
 - d) Faktor-faktor yang timbul dari kebutuhan-kebutuhan yang tidak terpenuhi sebelumnya.
- 3) Berbagai proses pemikiran verbal yaitu proses penalaran verbal atau rasionalisasi.

⁴⁰ Robert H. Thouless, *Pengantar Psikologi Agama* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2000). h. 71

c. Indikator Religiusitas

Berikut ini merupakan indicator religiusitas yaitu:⁴¹

1) Keyakinan (*Ideaologis*)

Dimensi ini merujuk pada seberapa tingkat keyakinan terhadap kebenaran ajaran-ajaran agamanya, terutama terhadap ajaran-ajaran yang bersifat fundamental dan dogmatik. Dimensi ini meliputi keyakinan tentang Allah, para Malaikat, Nabi/Rasul, kitab-kitab Allah, surga dan neraka, serta qada dan qadar.

2) Praktik Agama (*Ritualistik*)

Dimensi ini mencakup perilaku pemujaan, ketaatan dan hal hal yang dilakukan seorang untuk menunjukkan komitmen terhadap agama yang dianutnya.

3) Pengalaman (*Eksperensial*)

Berkaitan dengan pengalaman keagamaan, perasaan-perasaan, persepsi-persepsi dan sensasi-sensasi yang dialami seseorang atau identifikasi oleh suatu kelompok keagamaan yang melihat komunikasi walaupun kecil dalam suatu esensi ketuhanan yaitu Tuhan.

⁴¹ Fauziah.

4) Pengetahuan (*Intelektual*)

Yaitu sejauh mana individu mengetahui, memahami ajaran-ajaran agamanya terutama yang ada dalam kitab suci dan sumber lainnya. Dimensi ini menunjuk pada seberapa tingkat pengetahuan dan pemahaman muslim terhadap ajaran-ajaran pokok dari agamanya. Sebagaimana yang terdapat dalam kitab suci dengan harapan bahwa orang-orang yang beragama paling tidak memiliki sejumlah minimal pengetahuan mengenai dasar keyakinan dan tradisi-tradisi agama.

5) Pengamalan (*Konsekuensial*)

Sejauh mana perilaku individu dimotivasi oleh ajaran agamanya dalam kehidupan sosial. Dimensi ini mengarah pada akibat-akibat keyakinan agama, praktik, pengalaman, pengetahuan seorang dari hari ke hari. Menunjuk pada tingkat perilaku muslim yang dimotivasi oleh ajaran-ajaran agamanya. Seperti suka menolong dan adab bekerjasama.

4. Sukuk

1. Pengertian Sukuk

Secara “etimologi”, sukuk berasal dari kata ‘*Sakk*’ (صك) yang berarti (صكوك) Sukuk. Sertifikat atau dokumen adalah arti yang berasal dari bahasa Arab dan

bentuk jamak (plural). *Sakk* adalah buku berisi catatan dari seluruh aktivitas yang sebelumnya sudah terjadi dalam buku *Mu'jam Al Mustholahaat Al Iqtishodiyah Wal Islamiyah*, *sakk* diartikan menjadi surat berharga.⁴²

Secara umum sukuk adalah sertifikat kepercayaan sesuai dengan prinsip syariah yang merupakan kekayaan pendukung pendapatan yang bersifat stabil dan dapat diperdagangkan. Sukuk diterbitkan sebagai penyeimbang kekayaan yang terdapat dalam neraca keuangan pemerintah, penguasa otoritas moneter, bank dan lembaga keuangan, serta bentuk entitas lainnya yang memobilisasi dana masyarakat. Emiten atau pihak yang menerbitkan sukuk dapat berasal dari institusi pemerintah, perusahaan swasta, lembaga keuangan, otoritas moneter, maupun organisasi masyarakat yang memiliki asset untuk dapat dijadikan *underlying asset* dari sukuk tersebut.⁴³

Sukuk adalah jenis investasi yang bersifat esoterik dan tidak familiar bagi banyak investor. Beberapa investor mungkin menganggap sukuk sebagai investasi yang berisiko atau kurang likuid karena fitur-fiturnya

⁴²Miftah Khoiriaturrahmah, Iga Dwi Wardanah, And Maryam Batubara, 'Konsep Sukuk Dan Aplikasinya Di Indonesia', *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5.2 (2022), 480–89.

⁴³Yusnia Dewi Melati Firdaus, Moh. Amin, and Junaidi, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Investor Terhadap Sukuk', *Jurnal: E-Jra*, 07.03 (2018), 32–45.

yang khas dan kompleksitas strukturnya, mengingat instrumen ini masih relatif baru di pasar. Ada juga kesalahpahaman bahwa sukuk bergantung pada harga minyak karena volatilitasnya dianggap mengikuti naik turunnya harga minyak. Namun, asumsi-asumsi ini tidak benar, dan sebuah studi menunjukkan bahwa imbal hasil sukuk lebih sensitif terhadap kondisi keuangan global dan makroekonomi, serta tidak memiliki korelasi dengan harga minyak.⁴⁴

Definisi sukuk menurut *Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institution (AAOIFI) Sharia Standards* adalah sertifikat yang bernilai sama yang mempresentasikan bagian kepemilikan yang tak terbagi atas suatu asset berwujud, nilai manfaat asset (*usufruct*), dan jasa (*services*), atau atas kepemilikan asset dari suatu proyek atau kegiatan investasi tertentu.⁴⁵ Namun demikian representasi tersebut baru dapat diwujudkan setelah berakhirnya

⁴⁴ Romi Adetio Setiawan and Agung Suwandar, 'Risk of Islamic Securities (SUKUK) and a Proposed Reforms for Development: The Indonesian Experience', *Journal of Sustainable Finance and Investment*, April, 2024, 1–20.

⁴⁵ Andi Cahyono, 'Determinan Makro Ekonomi, Risiko Likuiditas Dan Risiko Operasional Terhadap Kinerja Keuangan Bank Umum Syariah Di Indonesia Periode 2007 – 2017', *Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta* (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018).

masa penerbitan, dan dana hasil penerbitan sukuk mulai digunakan untuk tujuan penerbitan sukuk tersebut.⁴⁶

Sukuk Menurut Fatwa DSN MUI Nomor: 32/DSN-MUI/IX/2002 pengertian sukuk (obligasi syariah) adalah suatu surat berharga jangka panjang berdasarkan prinsip syariah yang dikeluarkan emiten kepada pemegang obligasi syariah yang mewajibkan emiten untuk membayar pendapatan kepada pemegang obligasi syariah berupa bagi hasil serta membayar dana obligasi pada saat jatuh tempo.⁴⁷

Menurut UU nomor 8 tahun 1994 pasar modal syariah adalah perdagangan efek dan penawaran umum perusahaan publik dengan menerbitkan efek serta profesi dan lembaga yang berkaitan dengan efek yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Produk dalam pasar modal syariah mencakup saham syariah, reksadana syariah, *exchange traded fund syariah*, efek beragun aset syariah (EBA).⁴⁸ Sukuk merupakan bentuk jamak dari kata shakk, yang secara

⁴⁶ Adenia Rachma and Mardiana Mardiana, 'Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas Dan Akses Media Informasi Terhadap Minat Berwakaf Sukuk Wakaf', *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 4.1 (2022), 22–27.

⁴⁷ Sri Kasnelly, 'Sukuk Dalam Perkembangan Keuangan Syariah Di Indonesia', *Industry And Higher Education*, 3.1 (2021), 1689–99.

⁴⁸ Mely Afriani, Noor Shodiq Askandar, And Abdul Wahid Mahsuni, 'Pengaruh Penerbitan Sukuk Terhadap Reaksi Pasar Modal Syariah (Studi Empiris Di Bei Tahun 2018)', *E-Jra*, 08.03 (2019), 12–28.

terminologi adalah sebuah kertas atau catatan yang padanya terdapat perintah dari seseorang untuk pembayaran uang dengan jumlah tertentu pada orang lain yang namanya tertera pada kertas tersebut. Menurut *Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institution (AAOIFI)*, sukuk merupakan sertifikat bernilai sama yang menjadi bukti kepemilikan yang dibagikan atas suatu aset, hak manfaat dan jasa-jasa atau kepemilikan atas proyek atau kegiatan investasi tertentu.⁴⁹

2. Karakteristik dan Macam Sukuk

Karakteristik dari sukuk adalah sebagai berikut:

- a. Sukuk merupakan bentuk bukti kepemilikan atas aset yang berwujud atau hak dari manfaat;
- b. pendapatan (fee) dari sukuk berupa imbalan, margin, dan bagi hasil sesuai akad yang digunakan;
- c. Sukuk harus terbebas dari unsur riba, gharar, dan maysir;
- d. Sukuk harus memiliki *underlying aset*;
- e. Penggunaan hasil dari sukuk tidak boleh bertentangan dengan syariah Islam;

⁴⁹ Yusnia Dewi Melati Firdaus, Moh. Amin, and Junaidi, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Investor Terhadap Sukuk', *Jurnal: E-Jra*, 07.03 (2018), 32–45.

f. Penerbitan sukuk melalui suatu entitas khusus *Special Purpose Vehicle*.⁵⁰

Sukuk memiliki karakteristik diantaranya sebagai berikut:⁵¹

- a. Sukuk merupakan sertifikat bernilai sama yang diterbitkan oleh pihak penerbit untuk menetapkan klaim pemegang sukuk atas hak dan kewajiban finansial yang direpresentasikan dalam sukuk.
- b. Sukuk merepresentasikan kepemilikan bersama atas aset (*underlying asset*) yang ditujukan untuk kepentingan investasi. Asset dapat berupa asset berwujud, hak guna, jasa, atau berupa kombinasi dari kesemua asset tersebut ditambah intangible rights, hutang / piutang, dan asset moneter. Sukuk tidak merepresentasikan pemberian utang oleh investor kepada pihak penerbit sukuk.
- c. Sukuk diterbitkan berdasarkan akad-akad syariah. penerbitan sukuk dengan menggunakan akad syariah tersebut harus sesuai dengan aturan syariah yang terikat penerbitan dan perdagangannya.

⁵⁰ V P Cantika, U S Pinasti, And M D Pusparini, 'Pengaruh Literasi Keuangan Dan Supporting Environmental Protection Pada Generasi Z Terhadap Minat Investasi Green Sukuk Untuk Mewujudkan Indonesia Ramah Lingkungan', *At-Thullab Jurnal. Mahasiswa Studi Islam*, 4.2 (2022), 1138–55.

⁵¹ Dewi Astuti; Zaeni and Rike Ida Ayu Noor Safitri, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Investor Dalam Berinvestasi Sukuk', *Jurnal: IHTIYATH Manajemen Keuangan Syariah*, 4.1 (2020), 30–45.

- d. Perdagangan suatu jenis sukuk mengikuti ketentuan syariah yang mengatur mengenai perdagangan hak atas aset yang direpresentasikan dalam sukuk.
- e. Pemegang sukuk (investor) secara bersama-sama berbagi keuntungan yang dihasilkan (*return*) sesuai dengan yang dinyatakan dalam *prospectus*, dan berbagai kerugian sesuai dengan porsi kepemilikan sukuk.

3. Klasifikasi Sukuk Negara

Sukuk Negara merupakan surat berharga negara yang diterbitkan berdasarkan prinsip syariah, sebagai bukti atas bagian penyertaan terhadap aset SBSN, baik dalam rupiah maupun valuta asing (UU No 19, 2008 : 2). Sukuk Negara merupakan salah satu instrument pembiayaan APBN yang berbentuk SBN yang penerbitannya didasarkan pada Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2008. Sebagai instrument berbasis syariah, penerbitan Sukuk Negara memerlukan underlying asset baik berupa Barang Milik Negara (BMN) atau proyek APBN. Selain itu juga diperlukan Fatwadan Opini Syariah dalam setiap penerbitannya.⁵²

⁵² Nita Andriyani Budiman, 'Analisis Minat Masyarakat Dalam Berinvestasi Sukuk', *Al-Urban: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Filantropfi Islam*, 4.2 (2020), 141–52.

Menurut Dirjen Pengelolaan Pembiayaan dan Risiko Kementerian Keuangan, sukuk Negara memiliki beberapa klasifikasi sebagai berikut:⁵³

- 1) SR Sukuk Ritel, yaitu sukuk Negara jenis retail yang di jual khusus untuk investor individu Warga Negara Indonesia (WNI).
- 2) SNI sukuk valas (global) adalah sukuk Negara yang diterbitkan di pasar perdana internasional dalam denominasi valuta asing.
- 3) SDHI sukuk dana haji Indonesia, yaitu sukuk Negara yang diterbitkan khusus untuk penempatan dana haji pada sukuk Negara.
- 4) Sukuk IFR *islamic fixed rate* adalah sukuk Negara yang diterbitkan di pasar dalam negeri dengan denominasi rupiah.
- 5) SPN-S surat perbendaharaan Negara syariah adalah sukuk Negara yang diterbitkan dengan tenor kurang dari satu tahun.
- 6) PBS *project based* sukuk adalah sukuk yang diterbitkan dengan menggunakan proyek sebagai *underlying aset*

⁵³ Ulfy Sheila Pinasti And Siti Achiria, 'Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Cash Waqf Linked Sukuk Pada Gen Z', *Jurnal Khazanah*, 14.2 (2022), 72–82.

4. Jenis-Jenis Sukuk

Jenis sukuk berdasarkan Standar Syariah AAOIFI No.17 tentang Investment Sukuk, terdiri dari:⁵⁴

- 1) Sertifikat kepemilikan dalam aset yang disewakan.
- 2) Sertifikat kepemilikan atas manfaat, yang terbagi menjadi 4 (empat) tipe : Sertifikat kepemilikan atas manfaat aset yang telah ada, Sertifikat kepemilikan atas manfaat aset di masa depan, sertifikat kepemilikan atas jasa pihak tertentu dan Sertifikat kepemilikan atas jasa di masa depan.
- 3) Sertifikat salam.
- 4) Sertifikat istishna.
- 5) Sertifikat murabahah.
- 6) Sertifikat musyarakah.
- 7) Sertifikat muzara'a.
- 8) Sertifikat musaqa.
- 9) Sertifikat mugharasa

Adapun jenis sukuk yang diatur dalam UU No. 19 Tahun 2008 tentang SBSN di Pasal 3 adalah sebagai berikut:

⁵⁴ Fajri Ali, Pasar Modal Syariah', *Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia*, 1, 2021, 11 <<https://www.ojk.go.id/Id/Kanal/Syariah/Tentang-Syariah/Pages/Pasar-Modal-Syariah.aspx>>. [diakses, 20 April 2024].

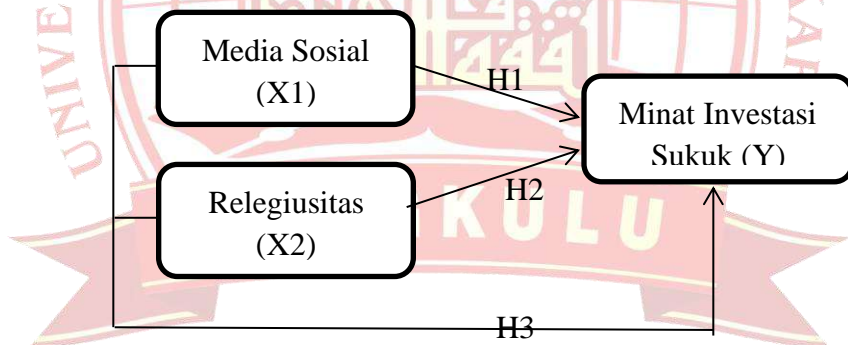
- 1) SBSN ijarah, yang diterbitkan berdasarkan akad Ijarah.
 - 2) SBSN *Mudharabah*, yang diterbitkan menggunakan akad *Mudharabah*.
 - 3) SBSN Musyarakah, yang diterbitkan dengan akad *Musyarakah*.
 - 4) SBSN *Istishna'*, yang diterbitkan dengan akad *Istishna'*.
 - 5) SBSN yang diterbitkan berdasarkan akad lain sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
 - 6) SBSN yang diterbitkan berdasarkan kombinasi dua atau lebih dari akad-akad yang tersebut diatas.
5. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat investasi sukuk
- 1) Media Sosial
Media sosial berfungsi sebagai saluran komunikasi yang efektif untuk memperkenalkan dan mempromosikan sukuk kepada masyarakat luas. Khususnya generasi muda yang aktif diplatform media sosial.⁵⁵
 - 2) Religiusitas
Menurut penelitian yang dilakukan Yudi Ahmad Faisal, religiusitas mempengaruhi seseorang untuk

⁵⁵ Khan and others.

membeli produk syariah. Religiusitas memberi pengaruh yang kuat dan luas pada perilaku konsumen.⁵⁶

B. Kerangka Berpikir Penelitian

Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.⁵⁷ Dari hasil analisis terhadap penelitian terdahulu serta tentang teori mengenai masing-masing variabel, maka dapat dirumuskan suatu kerangka pemikiran sebagai berikut :



Gambar 2.1 Kerangka Penelitian

⁵⁶ Yudi Ahmad Faisal and others, 'Examining the Purchase Intentions of Indonesian Investors for Green Sukuk', *Sustainability (Switzerland)*, 15.9 (2023), 1–12.

⁵⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: ALFABETA CV, 2019).

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, digambarkan bahwa seluruh variabel bebas yakni Media social (X1), dan Relegiusitas (X2) berpengaruh secara parsial terhadap variabel terikat yakni Minat Investasi Sukuk (Y). Dan variabel bebas berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat.

C. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan pendapat tersebut maka dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa hipotesis memberikan jawaban untuk sementara dari rumusan masalah penelitian, yang kebenarannya harus diuji terlebih dahulu yang berfungsi sebagai pengarah yang jelas terhadap penelitian yang akan dilakukan.

1. H0 = Tidak terdapat pengaruh media sosial terhadap minat investasi sukuk mahasiswa ekonomi syariah UIN FAS Bengkulu.

H1 = Terdapat pengaruh media sosial terhadap minat investasi sukuk pada mahasiswa ekonomi syariah UINFAS Bengkulu.

2. H0 = Tidak terdapat pengaruh religiulitas terhadap minat investasi sukuk pada mahasiswa ekonomi syariah UINFAS Bengkulu.

H2 = Terdapat pengaruh religiulitas terhadap minat investasi sukuk pada mahasiswa ekonomi syariah UINFAS Bengkulu.

3. H_0 = Tidak terdapat pengaruh media social dan religiulitas terhadap minat investasi sukuk pada mahasiswa ekonomi syariah UINFAS Bengkulu.

H_3 = Terdapat pengaruh media social dan religiulitas terhadap minat investasi sukuk pada mahasiswa ekonomi syariah UINFAS Bengkulu.

