

**PENGARUH PERSEPSI, TINGKAT PENDAPATAN, DAN PROMOSI BANK
TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI PRODUK REKSADANA**
(Studi Pada Nasabah Perbankan Selaku Investor Reksadana Kota Cirebon)

MICKI WATULANDI

micki.watulandi@uniku.ac.id

Program Manajemen Studi Fakultas Ekonomi, Universitas Kuningan

Abstract

This research is aimed to find out influence of perception, income level, and promotion in investment decisions through a mutualfund product. The method of collection sample used purposive sampling with criteria: respondents must be bank customer as an investor mutualfund product in Cirebon city. The number of samples are 100 respondents. The method used in this research is quantitative approach descriptive with model linear double regression with SPSS 16 version. The result shows that instrument in questionnaire to be stated valid and reliable. The coefficient of determination (R square) in this research is equal to 59,3% of perception, income level, and promotion influence investment decision through a mutualfund product, while 40,7% is explained by other factors. Simultaneously result shows the variables of perception, income level, promotion influence investment decision through a mutualfund product this is indicated by the value of $F(16,044) > F \text{ table}(3,28)$. Partially in this research result shows the variables of perception and promotion are significantly influence of investment decision through a mutualfund product, and the variable of income level is significantly influence investment decision through a mutualfund product.

Keywords : *Perception, income level, promotion, investment decision, mutualfund.*

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui berapa besar pengaruh persepsi, tingkat pendapatan, dan promosi terhadap keputusan investasi produk reksadana. Metode pengambilan Sample menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria, nasabah perbankan dan investor reksadana di kota Cirebon. Sample terdapat sebanyak 100 responden. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dengan menggunakan model regresi linier berganda dan bantuan pengolahan data menggunakan program SPSS versi 16. Hasil penelitian menunjukkan bahwa butir-butir pernyataan dalam kuesioner dinyatakan valid dan reliabel. Nilai koefisien determinasi (*R square*) pada penelitian ini sebesar 59,3% variabel persepsi, tingkat pendapatan, dan promosi mempengaruhi keputusan investasi, sedangkan 40,7% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. Secara simultan pada penelitian ini menunjukkan variabel persepsi, tingkat pendapatan, dan promosi mempengaruhi keputusan investasi pada produk reksadana, hal ini ditunjukkan dengan nilai $F \text{ hitung } 16,044 > \text{Nilai } F \text{ tabel } 3,28$. Secara parsial pada penelitian ini variabel persepsi dan promosi mempengaruhi keputusan investasi produk reksadana secara

signifikan, variabel tingkat pendapatan berpengaruh terhadap keputusan investasi produk reksadana secara signifikan.

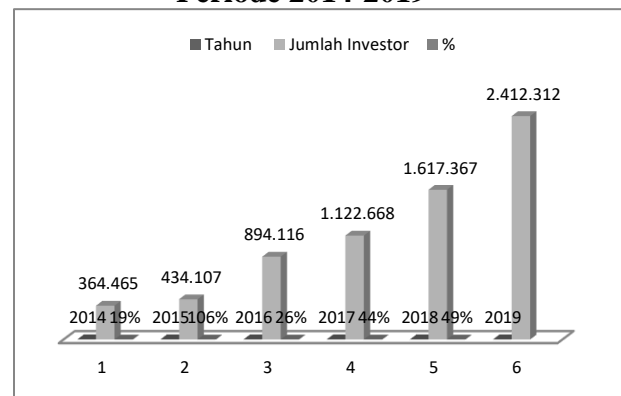
Kata Kunci : Persepsi, Tingkat Pendapatan, Promosi, Keputusan Investasi, Reksadana

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah penduduk terbesar di Asia setelah Cina dan India. Berdasarkan hasil publikasi BPS tahun 2019 jumlah penduduk Indonesia mencapai 267 juta www.bps.go.id. Banyaknya jumlah penduduk Indonesia merupakan kekuatan yang sangat besar dalam menopang kegiatan perekonomian khususnya investasi dipasar modal, hal tersebut dapat mendukung pertumbuhan ekonomi yang stabil melalui investor lokal dari dalam negeri sendiri. Dikutip melalui cnbcindonesia.com pada tanggal 27 September 2019 Bursa Efek Indonesia (BEI) menyatakan “pasar modal Indonesia memberikan kontribusi 46% terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Dengan kapitalisasi pasar yang mencapai Rp 7,16 triliun terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar US\$ 1 triliun atau sekitar Rp 15 triliun.

Jumlah investor pasar modal di Indonesia meningkat secara signifikan. Berdasarkan data Bursa Efek Indonesia Pada tahun 2014 tercatat sebanyak 364.465 jumlah investor pasar modal, dan pada akhir tahun 2019 berdasarkan data OJK jumlah investor pasar modal meningkat menjadi 2.412.312 investor. Jumlah tersebut tumbuh sebanyak 2.047.847 investor atau naik sebanyak 561% dalam kurun waktu 5 tahun terakhir. Pertumbuhan jumlah investor tersebut dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 1.1
Pertumbuhan Jumlah Investor Pasar Modal Indonesia
Periode 2014-2019



Sumber : Bursa Efek Indonesia IDX

Walaupun pertumbuhan jumlah investor pasar modal naik secara signifikan namun jika dibandingkan dengan jumlah penduduk Indonesia, jumlah investor pasar modal kita masih sebesar 0.92% dari 267 juta penduduk Indonesia.

Indonesia sendiri tertinggal oleh Singapura dan Malaysia dalam presentase jumlah investor berbanding jumlah penduduk. Dikutip melalui www.kumparannews.com pada tanggal 1 November 2017 dinegara Malaysia penduduk yang berinvestasi dipasar modal sebesar 12.8%, sedangkan Singapura sebesar 30% penduduknya telah berinvestasi di pasar modal. Keputusan investor harus memiliki dasar yang relevan untuk mencapai tujuan investasi yaitu memaksimalkan keuntungan dan meminimalkan risiko (Maulana, 2020).

Pada pasar modal terdapat jenis-jenis efek sebagai pilihan masyarakat berinvestasi diantaranya saham, obligasi, pasar uang dan reksadana. Reksadana merupakan bagian dari

industri pasar modal, reksadana dapat dimanfaatkan sebagai alternatif investasi masyarakat, terutama investor pemula yang belum memiliki pengetahuan mengenai pasar modal dan tidak memiliki cukup waktu untuk memantau perkembangan dunia pasar modal, hal tersebut dirasakan sangat sesuai dengan investor-investor muda yang baru mengenal investasi di pasar modal. Karena reksadana merupakan kumpulan investasi kolektif dari seluruh investor yang dijalankan atau dikelola secara profesional oleh Wakil Manager Investasi (WMI), yang dipercayakan oleh perusahaan Agen Penjual Reksadana dan diawasi oleh regulator pasar modal.

Keuntungan investasi pada reksdana menurut (Musraroh, Aini 2014:93-94 dalam jurnal salam filsafat budaya dan hukum) diantaranya sebagai berikut :

1. Dikelola oleh manajemen profesional
2. Diversifikasi Investasi
3. Transparansi Informasi
4. Likuiditas yang tinggi
5. Biaya rendah

Selain kelima hal diatas, investor pun bisa mendapat keuntungan *return* yang lebih tinggi dari sekedar bunga tabungan dan deposito di produk perbankan, yang merupakan *capital gain* dari perubahan Nilai Aktiva Bersih (NAB). dengan nominal Rp 10.000,- hal ini dilakukan untuk menjangkau kaum milenial anak-anak muda di Indonesia.

Dikutip melalui www.bareksa.com pada tanggal 28 Februari 2020 Ketua Dewan Komisiner Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Wimboh Santoso mengatakan “Jumlah investor reksadana yang tercermin dari jumlah SID (*single investor identification*) per Januari 2020 mencapai 1.846.516 investor. Jumlah itu meningkat 24 % atau bertambah 72.023 investor dibandingkan Desember 2019 yang sebanyak 1.774.493

investor. Seiring bertambahnya jumlah investor, jumlah unit penyertaan reksadana pun bertambah dari 424,79 miliar pada Desember 2019 menjadi 428 miliar pada Januari 2020 “ujar Wimboh Santoso. Berikut tabel jumlah investor reksadana dan besarnya total unit penyertaan reksadana yang dikelola oleh manager investasi di Indonesia.

Tabel 1.2 Jumlah Investor & Unit Penyertaan Reksadana

No	Periode	Jumlah Investor (SID)	Jumlah Unit Penyertaan
1	Des-17	623.510	324,223,922,190.67
2	Mar-18	691.763	352,609,314,445.53
3	Jun-18	782.376	355,868,522,743.98
4	Sept-18	897.498	366,092,446,536.35
5	Des-18	995.510	372,323,594,781.91
6	Mar-19	1.143.801	383,000,728,081.04
7	Juni-19	1.306.890	381,680,563,370.74
8	Sept-19	1.534.155	413,189,045,599.64
10	Des-19	1.774.493	424,796,068,151.00
11	Jan-20	1.846.516	428,005,048,809.00

Sumber OJK.go.id

Dari tabel diatas dapat dilihat pertumbuhan jumlah investor reksadana di Indonesia dari Desember 2017 sejumlah 623.510 investor ke bulan januari 2020 sejumlah 1.846.516 meningkat sebanyak 1.223.006 investor atau tumbuh sebesar 196%. Pertumbuhan ini ditopang oleh semakin besar minat investor untuk berinvestasi di produk reksadana dan semakin mudahnya transaksi reksadana melalui elektronik digital.

Saluran pemasaran produk reksadana dilakukan melalui agen-agen penjual reksadana yang telah memiliki lisensi/sertifikasi APERD (agen penjual reksadana), agen penjual reksadana diantaranya :

1. Perbankan
2. Sekuritas
3. Asset Management

Terdapat 62 jumlah perusahaan Agen Penjual Reksadana (APERD) di Indonesia,

sebanyak 32 APERD adalah perusahaan perbankan. Sebagian besar perusahaan APERD berasal dari perbankan dan nama-nama perbankan tersebut telah dikenal oleh masyarakat Indonesia baik bank BUMN atau bank swasta nasional. Contohnya seperti Bank Mandiri, Bank Rakyat Indonesia,

Pertumbuhan investor reksadana di Indonesia secara nasional memang meningkat secara signifikan, namun pertumbuhan tersebut masih berpusat pada pulau Jawa dan kota-kota besar belum merata pada setiap daerah.

Provinsi Jawa Barat menempati posisi ke dua setelah DKI Jakarta dalam jumlah investor reksadana di Indonesia, yaitu sebanyak 344.244 investor per Desember 2020. Kota Bandung menempati posisi pertama Jumlah investor reksadana di provinsi Jawa Barat, namun jumlah investor reksadana masih terpusat pada kota-kota besar di Jawa Barat. Hal ini membuktikan bahwa sebaran jumlah investor masih belum menjangkau ke daerah-daerah diluar perkotaan. Jika kita bandingkan antar kota di Jawa Barat. Kota Bandung memberikan kontribusi terbesar sebesar 13.8%, dengan jumlah investor 49.538, disusul kedua oleh Kota Bekasi sebesar 12.6% dengan jumlah investor sebanyak 45.516. Peringkat ke tiga ditempati oleh Kota Bogor sebesar 5.1% dengan jumlah investor 18.428 dan pada posisi empat ada Kota Cirebon memberikan kontribusi sebesar 1.5% dengan jumlah sebanyak 5.416 investor. Untuk lebih jelas dapat di gambarkan dalam tabel sebagai berikut.

Tabel 1.3
Jumlah Investor Reksadana Empat Kota di Jawa Barat
Periode Januari 2020

No	Kota / Kabupaten	Total Investor	%
1	BANDUNG KOTA	49.538	13.8%
2	BEKASI KOTA	45.516	12.6%
3	BOGOR KOTA	18.428	5.1%

4	CIREBON KOTA	5.416	1.5%
---	--------------	-------	------

Sumber : OJK Statistik Pasar Modal Januari 2020

Kota Cirebon memiliki selisih angka kontribusi yang cukup besar dalam jumlah investor reksadana dengan Kota lain. Padahal Kota Cirebon merupakan Kota yang maju dan memiliki indeks pendidikan dan pendapatan yang cukup tinggi. Seharusnya Kota Cirebon bisa menjadi basis Investor di Jawa Barat.

Kota Cirebon merupakan salah satu kota maju di Jawa Barat yang terletak di pesisir utara pulau Jawa atau yang dikenal dengan jalur pantura yang menghubungkan Jakarta-Cirebon-Semarang-Surabaya. Kota Cirebon merupakan salah satu kota maju di Jawa Barat dengan luas Kota sebesar 37,54 km². Dengan jumlah penduduk sebanyak 315.800 jiwa berdasarkan data BPS Provinsi Jawa Barat tahun 2019. Jika kita bandingkan jumlah investor reksadana di kota Cirebon dengan jumlah penduduk kota Cirebon yaitu 5.416 : 315.8000 Jiwa baru 1.7% penduduk kota Cirebon yang menjadi investor reksadana. Angka tersebut sejalan dengan ditingkat provinsi Jawa Barat, jumlah investor reksadana kota Cirebon hanya memberikan kontribusi sebesar 1.5%.

Industri perbankan di kota Cirebon sudah sangat maju, hampir seluruh Bank BUMN dan Bank Swasta Nasional ada di kota Cirebon Adapun jumlah perusahaan perbankan sebagai APERD di kota Cirebon sebagai berikut :

Tabel 1.4
Jumlah Bank APERD Kota Cirebon

No	Nama Bank APERD
1	PT Bank Maybank Indonesia Tbk
2	PT Bank CIMB Niaga Tbk
3	PT Bank Danamon Indonesia Tbk
4	PT Bank OCBC NISP Tbk

5	PT Bank Mandiri (Persero) Tbk
6	PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk
7	PT Bank Sinar Mas Tbk
8	PT Bank Commanwealth Tbk
9	PT Bank BJB Banten Tbk
10	PT Bank Central Asia Tbk
11	PT Bank Panin Tbk
12	PT Bank Permata Tbk

Sumber : Data Internal OJK November 2018

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa nasabah perbankan di kota Cirebon, rendahnya pembelian produk investasi reksadana dipengaruhi beberapa hal. Salah satunya yaitu: mereka kurang paham mengenai investasi di reksadana, walaupun mereka memiliki kemampuan secara finansial untuk membeli produk invesatsi reksadana, pengetahuan nasabah masih sangat minim mengenai reksadana bagaimana dana tersebut diinvestasikan, jenis efek apa saja yang ditransaksikan, berapa lama jangka waktu investasinya, aman atau tidak dan apakah ada lembaga penjamin atau tidak.

Pada sebagian kecil nasabah perbankan yang sudah melakukan keputusan investasi pada produk reksadana, mereka mengatakan “Reksadana sebagai pilihan investasi yang hasil *returnnya* bisa melebihi produk deposito perbankan. Pemilihan Wakil Manager Investasi (WMI) juga menjadi pertimbangan utama pengalaman, nama baik, dan besarnya dana kelolaan, serta laporan kinerja investasi produk reksadana tersebut”. Atas pertimbangan tersebut investor reksadana melakukan keputusan investasi pada produk reksadana.

Adanya permasalahan-permasalahan yang dijelaskan diatas dan yang ditemui dalam wawancara memberikan gambaran persepsi bahwa investasi reksadana akan menimbulkan resiko menghilangkan dana investasi, nasabah yang memiliki kemampuan secara finansial masih tidak yakin untuk berinvestasi pada reksadana, bahkan promosi-promosi yang dilakukan oleh perbankan masih dianggap tidak menarik oleh nasabah untuk membeli produk investasi reksadana.

Permasalahan diatas akan menimbulkan sesuatu yang dapat mempersulit dan menghalangi investasi pada reksadana. Sehingga fenomena tersebut dapat menyebabkan kurangnya keputusan pembelian produk investasi reksadana.

Untuk menjelaskan permasalahan tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian kepada nasabah perbankan di kota Cirebon, selaku investor reksadana yang telah melakukan keputusan investasi pada produk rekadana. Agar mendapat gambaran yang lebih jelas melalui sudut pandang investor secara langsung. Dengan menjelaskan menggunakan teori-teori dalam manajemen pemasaran, manajemen investasi, manajemen resiko, yang akan memberikan gambaran tentang Persepsi, Tingkat Pendapatan dan Promosi. Dimana seseorang mempersepsikan suatu produk dengan tingkat pendapatan tertentu dan promosi produk yang nantinya akan mempengaruhi keputusan investasi pada produk.

TINJAUAN PUSTAKA

Persepsi

Persepsi dilekatkan pada suatu kondisi, produk, layanan atau jasa. Persepsi itu sendiri dapat memberikan gambaran, kesan, atau pengalaman terhadap sesuatu yang dialami oleh seseorang. Adapun pengertian persepsi menurut (Setiadi, 2015 dalam Prasetyo,

Adrian Yudya 2018) Persepsi merupakan proses dimana kita memilih, mengatur, menerjemahkan masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia. Menurut (Schiffman dan Kanuk, 2000 dalam Wahyuni, Dewi Urip 2018) menyatakan *Perception is process by which an individuals select, organizes, and interprets stimuli into the a meaningful an*

Slameto, dalam Asra Yunita 2016) menjelaskan ada dua macam bentuk persepsi yaitu :

1. Persepsi Positif yaitu persepsi atau pandangan terhadap suatu objek dan menuju pada suatu keadaan dimana subjek yang mempersepsikan cenderung menerima objek yang ditangkap karena sesuai dengan pribadinya.
2. Persepsi Negatif yaitu persepsi atau pandangan terhadap suatu objek yang menunjuk pada keadaan dimana subjek yang mempersepsi cenderung menolak objek yang ditangkap karena tidak sesuai dengan kepribadiannya.

Tingkat Pendapatan

Dalam kegiatan ekonomi rumah tangga perusahaan maupun perorangan, pendapatan merupakan faktor yang penting dalam menentukan arah kebijakan perusahaan maupun keluarga. Pendapatan bisa menjadi sumber utama dalam penggerak roda ekonomi baik itu konsumsi, produksi dan investasi. Adapun pengertian Pendapatan menurut (Suroto, 2000) merupakan seluruh penerimaan baik berupa uang maupun berupa barang yang berasal dari pihak lain maupun hasil industri yang dinilai atas dasar sejumlah uang dari harta yang berlaku saat itu. Pendapatan merupakan sumber penghasilan seseorang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan sangat penting.

Sedangkan menurut (Antonio,2001: 204), pendapatan adalah kenaikan kotor dalam asset atau penurunan dalam lialibilitas atau gabungan dari keduanya selama periode yang dipilih oleh pernyataan pendapatan yang berakibat dari investasi yang halal, keuntungan, seperti manajemen rekening investasi terbatas.

Jika dilihat dari besar kecilnya pendapatan berdasarkan tarif PPh 21 Pasal 17 ayat 1 UU PPh. Kriteria pendapatan berdasarkan tarif pajak pribadi sebagai berikut :

Tabel 2.1
Kriteria Pendapatan Berdasarkan Pajak

No	Pendapatan Per Tahun	Tarif Pajak	Kriteria
1	Rp 50,000,000 - Rp 250,000,000	15%	Sedang
2	Rp 250,000,001 - Rp 500,000,000	25%	Menengah
3	> Rp 500,000,000	30%	Tinggi

Sumber : PPh 21 Pasal 17 ayat 1 UU PPh

Dalam penelitian ini, tingkat pendapatan erat sekali hubungan dengan besarnya tabungan / *saving* yang akan di investasikan biasanya seseorang yang berpendapatan tinggi akan mengalokasikan tabungan / *saving* lebih besar sesuai dengan teori keynes dalam makro ekonomi besarnya tabungan yang dilakukan oleh rumah tangga bukan tergantung kepada tinggi rendahnya tingkat suku bunga. Tabungan tergantung dari besar kecilnya tingkat pendapatan rumah tangga. Makin besar pendapatan rumah tangga, semakin besar jumlah tabungan yang akan dilakukan oleh perekonomian. Adapun rumus notasi matematika dari fungsi tabungan adalah :

$$S = Y - C$$

$$S = \text{Tabungan}$$

$$Y = \text{Pendapatan}$$

$$C = \text{Konsumsi.}$$

Dari teori keynes diatas dapat kita uraikan bahwa semakin besar pendapatan keluarga seharusnya semakin besar alokasi tabungan, sehingga orang dalam rumah tangga akan

dapat memilih mengalokasikan simpanan ke berbagai jenis produk dilembaga keuangan seperti tabungan, deposito, obligasi, reksadana dan lain-lain.

Promosi

Promosi merupakan bentuk kegiatan yang sangat penting dalam penyampaian informasi dan komunikasi, terutama di bidang pemasaran. Promosi yang efektif akan menghasilkan efek yang positif bagi perusahaan yang mempromosikan barang atau jasanya sehingga akan lebih mudah dikenal, diketahui dan diminati oleh masyarakat. Pengertian promosi menurut (Kotler 2000:119) Promosi ialah bagian dan proses strategi pemasaran sebagai cara untuk berkomunikasi dengan pasar dengan menggunakan komposisi bauran promosi "promotional mix".

Sedangkan (Tjiptono 2002:219) mengemukakan definisi promosi adalah bentuk komunikasi pemasaran artinya aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Keputusan Investasi

Dalam keseharian kita sering mendengar kata investasi, adapun investasi kaitannya sangat dekat dengan dunia keuangan, namun masih banyak masyarakat yang belum mengenal mengenai pengertian dan tujuan investasi. Berikut pengertian investasi menurut (Abdul Halim, dalam Irham Fahmi, 2006:2) Investasi pada hakekatnya merupakan penempatan sejumlah dana dengan harapan memperoleh keuntungan dimasa yang akan datang.

Sedangkan menurut PSAK Nomor 13 dalam Standar Akuntansi Keuangan per 1 Oktober 2004 investasi adalah suatu aktiva yang digunakan oleh perusahaan untuk menumbuhkan kekayaan (*accretion wealth*) melalui distribusi hasil investasi (seperti bunga, royalti, deviden dan uang sewa), untuk apresiasi nilai investasi atau untuk manfaat lain bagi perusahaan yang berinvestasi seperti manfaat melalui hubungan perdagangan.

Sedangkan keputusan investasi Menurut (Purnamasari, dkk 2009) adalah keputusan yang melibatkan pengalokasian dana dari dalam maupun dana dari luar perusahaan dalam bentuk berbagai investasi.

Dalam menentukan keputusan investasi seseorang akan menetapkan keputusan sedemikian rupa hingga menentukan jenis investasi yang paling tepat untuk dirinya. Investasi berdasarkan jenisnya, terbagi dalam 2 jenis, menurut (William F.Sharpe, dalam Irham Fahmi, 2006:3) investasi pada umumnya dikenal dalam dua jenis, yaitu :

1. Investasi Nyata (*Real Investment*)
Yaitu investasi yang secara umum melibatkan aset berwujud, seperti tanah, mesin-mesin, pabrik, bangunan dan lain-lain.
2. Investasi Keuangan (*Financial Investment*)
Yaitu investasi yang melibatkan kontrak tertulis seperti saham, obligasi dan surat-surat berharga lainnya.

Dari kedua jenis investasi tersebut (William F.Sharpe, dalam Irham Fahmi, 2006:3) menegaskan, pada perekonomian primitif hampir semua investasi lebih condong pada investasi nyata, sedangkan pada perekonomian modern, lebih banyak dilakukan investasi keuangan. Saat ini kita dapat melihat perkembangan pasar modal di Indonesia berkembang sangat pesat,

didukung oleh lembaga-lembaga investasi yang memberikan fasilitas berinvestasi secara nyata melalui pembelian surat-surat berharga berupa saham, obligasi, reksadana dan lainnya. Sehingga bisa kita lihat salah satu ukuran ekonomi suatu negara dikatakan maju, dapat dilihat dari keberadaan dan kualitas bursa efeknya yang diakui oleh para investor.

Resiko

Dalam pengambilan keputusan investasi tidak akan terlepas dari resiko, karena dalam berinvestasi akan mendapatkan hasil (*return*) yang belum pasti. Sehingga resiko dalam investasi dilihat sebagai hasil dari realisasi *return* terhadap *return* yang diharapkan. Adapun definisi resiko menurut (Ricky W. Griffin dan Ronald J. Ebert, dalam Irfah Fahmi, 2006:103). Resiko adalah *uncertainty about future event* dalam arti kata resiko adalah kejadian yang tidak pasti dimasa depan.

Dalam keputusan investasi hasil (*return*) dan resiko mempunyai hubungan yang positif, semakin besar resiko yang ditanggung dalam investasi, semakin besar pula *return* yang harus dihasilkan. Hal ini selaras dengan prinsip "*high risk, high return*". Sehingga resiko merupakan hal yang tidak dapat dihindari dalam investasi.

Sedangkan menurut (Suryani, Arna 2017, dalam Jurnal Manajemen dan Sains, 4 (1), 111-117) menyatakan terdapat jenis jenis resiko pada investasi di pasar modal yang bisa menjadi tolak ukur atau indikator dalam menentukan keputusan investasi yaitu :

1. Resiko Suku Bunga

BI Rate merupakan suku bunga acuan, menurut (Tandelilin, 2007 dalam Suryani, Arna 2017) perubahan suku bunga mempengaruhi variabilitas *return* suatu investasi. Artinya jika suku

bunga meningkat maka harga saham akan turun demikian pula sebaliknya.

2. Resiko Pasar

Menurut (Halim, 2005 dalam Suryani, Arna 2017) Resiko pasar adalah resiko yang timbul akibat perekonomian negara yang berubah-ubah dipengaruhi oleh resesi dan kondisi perekonomian lainnya. Resiko pasar merupakan resiko yang tidak dapat dihilangkan, karena fluktuasi resiko ini dipengaruhi faktor-faktor makro secara keseluruhan.

3. Resiko Inflasi

Menurut (Tandelilin, 2007 dalam Suryani, Arna 2017) Bahwa inflasi yang meningkat akan mengurangi daya beli rupiah yang telah diinvestasikan. Oleh karena itu resiko inflasi bisa disebut resiko daya beli.

4. Resiko Bisnis

Menurut (Gitman dan Jiehnk 2008, dalam Suryani, Arna 2017) Resiko bisnis merupakan tingkat ketidakpastian yang berhubungan dengan pendapatan dari suatu investasi dan kemampuan dari suatu investasi dalam membayar sejumlah *return* kepada investor.

5. Resiko Finansial

Resiko finansial termasuk kedalam resiko sistematis yang timbul karena perusahaan. Menurut (Fahmi, 2012 dalam Suryani, Arna 2017) resiko finansial jika menggunakan utang dalam membiaya perusahaan maka akan meningkatkan resiko finansial perusahaan tersebut.

6. Resiko Likuiditas

Menurut (Tandelilin, 2007 dalam Suryani, Arna 2017) Resiko likuiditas adalah resiko yang berkaitan dengan kecepatan suatu

sekuritas yang diterbitkan perusahaan dapat diperdagangkan dipasar skunder. Semakin cepat sekuritas diperdagangkan, semakin likuid sekuritas tersebut, demikian sebaliknya.

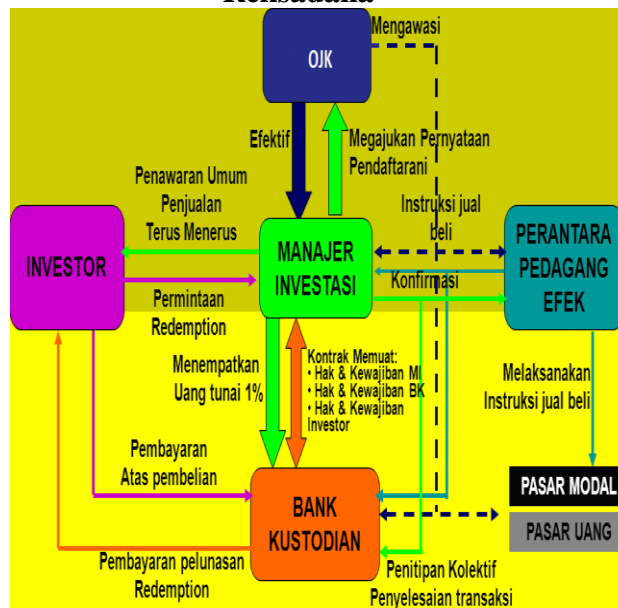
Reksadana

Industri reksadana di Indonesia memiliki sejarah yang panjang, dimulai pada tahun 1976, saat pemerintah Indonesia menerbitkan PP No.25 tahun 1976 dan mendirikan PT Danareksa, dengan tujuan untuk mempercepat proses perluasan keikutsertaan masyarakat melalui pasar modal. PT Danareksa merupakan pelopor industri reksadana pada tahun 1978 menerbitkan reksadana pertama di Indonesia yang disebut “Sertifikat Danareksa” sebagai wadah untuk mengumpulkan dana masyarakat dan mendorong perdagangan surat berharga di pasar modal.

Reksadana sendiri diambil dari bahasa sangsekerta yaitu “reksa” berarti jaga atau pelihara, dan “dana” yang berarti uang, asset atau kekayaan. Sedangkan pengertian reksadana menurut Undang Undang No. 8 Tahun 1995 pasal 1, ayat (27) : adalah wadah yang dipergunakan untuk menghimpun dana masyarakat pemodal yang selanjutnya diinvestasikan dalam portofolio Efek oleh Manajer Investasi. Sedangkan (Nofie, Iman dalam Marojahan et al. 2014) menjelaskan bahwa reksadana adalah produk investasi yang mengumpulkan uang dari berbagai individu yang jumlahnya juga bervariasi, yang nantinya kumpulan dana ini akan dikelola secara kolektif oleh manajer investasi yang memiliki pengetahuan dan pengalaman yang matang dalam investasi.

Berikut gambar mekanisme kegiatan reksadana :

Gambar Mekanisme Kegiatan Reksadana



Sumber : Musraroh, Aini (2014:86) *Jurnal, salam filsafat budaya dan hukum*

Berdasarkan jenisnya reksadana di Indonesia secara umum terdiri dari beberapa jenis. Menurut (Musraroh, Aini 2014:86 dalam jurnal salam filsafat budaya dan hukum) secara garis besar reksadana di Indonesia terdiri dari :

Tabel 2.2
Jenis-Jenis Reksadana

No	Type Reksadana	Jenis Reksadana
A	Reksadana Konvensional	1 Reksadana Saham
		2 Reksadana Pendapatan Tetap
		3 Reksadana Pasar Uang
		4 Reksadana Campuran
B	Reksadana Terstruktur	1 Reksadana Terproteksi
		2 Reksadana Penjamin
		3 Reksadana Indeks
C	Reksadana ETF (Exchange Trade Fund)	
D	Reksadana Syariah	1 Reksadana Saham
		2 Reksadana Pendapatan Tetap
		3 Reksadana Pasar Uang
		4 Reksadana Campuran
		5 Reksadana Indeks Syariah

Sumber : Musraroh, Aini (2014:88) *Jurnal, salam filsafat budaya dan hukum*

Resiko Reksadana

Sebelum investor melakukan investasi produk reksadana ada baiknya mengetahui resiko-resiko investasi pada produk reksadana. Dikutip melalui *duwitmu.com* 18 April 2019 (diunduh 22 Mei 2020) Adapun resiko produk reksadana adalah sebagai berikut :

1. Return reksadana tidak pasti
Banyak yang menganggap reksadana sama dengan tabungan atau deposito. Hal tersebut merupakan hal yang keliru, karena kedua instrumen ini sangat berbeda. Resiko reksadana lebih tinggi dan keuntungannya tidak pasti. Return reksadana tidak pasti bisa untuk bisa rugi dikarenakan

instrumen dalam reksadana merupakan efek-efek pada produk pasar modal. Untuk menghadapi ketidakpastian tersebut investor yang ingin membeli reksadana harus memilih reksadana yang tepat sesuai dengan tujuan keuangan investor. Resiko biasanya linier terhadap hasil, semakin tinggi resiko semakin tinggi keuntungan, hal ini dapat terlihat dari tabel resiko dan hasil keuntungan dari setiap jenis reksadana.

Gambar 2.3 Risk & Return



Sumber:triharyono.com

2. Tidak Dijaminan pemerintah
Reksadana tidak dijamin oleh pemerintah seperti tabungan atau deposito. Jika reksadana rugi, maka kerugian tersebut harus ditanggung oleh nasabah itu sendiri. Tidak ada perlindungan dari pemerintah. Oleh karena itu dikarenakan tidak terdapat penjaminan dari pemerintah calon investor harus benar-benar selektif dalam memilih produk investasi reksadana.
3. Reksadana bisa dibubarkan
Produk reksadana sewaktu-waktu dapat dibubarkan oleh OJK sebagai badan pengawas Jasa Keuangan.

Pembubaran tersebut dapat dilakukan dengan kondisi sebagai berikut :

- a. Diperintahkan langsung oleh OJK sesuai dengan peraturan dan perundangan yang berlaku.
 - b. Jika nilai aktiva bersih (NAB) reksadana menjadi kurang dari nilai Rp 25.000.000.000, -(dua puluh lima miliar rupiah) selama 90 (sembilan puluh) Hari bursa berturut-turut, hal tersebut akan berlaku pembubaran terhadap produk reksadana tersebut.
4. Pencairan tidak bisa dilakukan
- Secara normal pencairan reksadana dapat dilakukan dalam 3 (tiga) hari bursa, namun ada yang disebut resiko likuiditas. Penjualan kembali produk reksadana tergantung kepada likuiditas dari portofolio atau kemampuan manajer investasi untuk membeli kembali dan menyediakan uang tunai. Resiko likuiditas dapat timbul jika pada saat bersamaan semua investor melakukan penjualan reksadana dan Manjer Investasi gagal menyediakan dana tunai untuk nasabah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan tujuan untuk mendeskripsikan objek penelitian ataupun hasil penelitian. Adapun pengertian deskriptif menurut Sugiyono (2012 : 29) adalah metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum.

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi dan objek penelitian adalah nasabah industri perbankan selaku investor reksadana

di kota Cirebon yang telah mengambil keputusan investasi di produk reksadana. Berdasarkan data OJK (Otoritas Jasa Keuangan) statistik pasar modal pad Januari 2020 terdapat sebanyak 5.416 investor reksadana di kota Cirebon. Populasi tersebut tersebar di seluruh perbankan kota Cirebon yang terdaftar sebagai APERD (Agen Penjual Reksadana), namun tidak diketahui jumlah nasabah selaku investor produk reksadana di masing-masing perbankan.

Alasan berikutnya, peneliti memilih nasabah industri perbankan selaku investor reksadana adalah untuk mengetahui hasil penelitian dari sisi investor yang sudah mengambil keputusan investasi pada produk reksadana.

Dalam penelitian ini berdasarkan pertimbangan peneliti dan keterbatasan peneliti, maka sampel yang diambil adalah sebanyak 100 responden, Menurut (Sedarmayanti dan Syarifudin Hidayat, 2011) Penelitian bersifat deskriptif, sampai minimal berukuran 30 sehingga secara teori jumlah minimal sampel untuk penelitian telah terpenuhi.

Instrumen pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Menurut (Sugiyono 2017:142) Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan secara memberi perangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Mengumpulkan data dan mengirim pertanyaan kepada responden secara digital dibantu dengan media google.docs kuesioner akan disebarakan melalui aplikasi whats app sehingga memudahkan peneliti untuk memberikan perangkat pertanyaan atau pernyataan. Penggunaan kuesioner bertujuan untuk mendapat informasi yang dibutuhkan serta mendukung penelitian.

Responden memilih salah satu jawaban yang telah disiapkan. Pengukuran kuesioner menggunakan skala Likert. Menurut Sugiyono (2017:93) Skala Likert digunakan

untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala Likert, maka variable yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel.

HASIL PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di kota Cirebon pada industri perbankan dengan populasi nasabah perbankan kota Cirebon yang telah berinvestasi pada produk reksadana. Responden dipilih sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti, yaitu nasabah perbankan di kota Cirebon dan telah berinvestasi produk pada reksadana kita sebut investor. Responden dalam penelitian ini terdiri dari 100 orang merupakan investor dari perbankan yang terdaftar sebagai APERD (Agen Penjual Reksadana). Dari 12 Bank APERD yang terdaftar di OJK (Otoritas Jasa Keuangan) kota Cirebon, hasil pengisian kuesioner di dapat dari responden 10 perbankan kota Cirebon yang terdaftar sebagai APERD diantaranya dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 4.1
Daftar Bank Responden

No	Nama Bank
1	PT Bank Central Asia Tbk
2	PT Bank CIMB Niaga Tbk
3	PT Bank Commanwealth Tbk
4	PT Bank Danamon Indonesia Tbk
5	PT Bank Mandiri (Persero) Tbk
6	PT Bank Maybank Indonesia Tbk
7	PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk
8	PT Bank OCBC NISP Tbk
9	PT Bank Panin Tbk
10	PT Bank Sinar Mas Tbk

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2020

Sesuai dengan tingkat pendapatan, data responden dapat dikelompokkan sebagai berikut :

Tabel 4.2
Persentase Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan

Tingkat Pendapatan	Jumlah Orang	Persentase
Sedang Rp 50.000.000 – Rp 250.000.000	11	29,73%
Menengah Rp 250.000.001 – Rp 500.000.000	26	70,27%
Tinggi > Rp 500.000.000	0	0,00%
Total	37	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2020

Dari data tabel 4.2 diatas, dapat disimpulkan bahwa berdasarkan tingkat pendapatan, karakteristik responden dalam penelitian ini hanya terdiri dari dua kategori tingkat pendapatan yaitu : tingkat pendapatan menengah berkisar Rp 250.000.001 – Rp 500.000.000 sebanyak 26 orang atau 70,27%. Kemudian tingkat pendapatan sedang Rp 50.000.000 – Rp 250.000.000 sebanyak 11 orang atau 29,73%. Dapat dikatakan nasabah perbankan selaku

investor reksadana kebanyakan memiliki penghasilan dikalangan tingkat menengah, yang artinya telah mampu secara keuangan untuk mengalokasikan dananya untuk berinvestasi.

Variabel Persepsi (X1)

Variabel persepsi diukur berdasarkan pernyataan di dalam kuesioner yang diisi oleh respondendari hasil pernyataan maka nilai rata-rata mengenai persepsi adalah dengan total skor 152,3 terletak pada daerah setuju.

Variabel Tingkat Pendapatan (X2)

Variabel Tingkat Pendapatan diukur berdasarkan pernyataan di dalam kuesioner yang diisi oleh responden. Hasil pernyataan responden mengenai tingkat pendapatan adalah dengan total skor 139 terletak pada daerah setuju.

Variabel Promosi (X3)

Variabel Promosi diukur berdasarkan pernyataan di dalam kuesioner yang diisi oleh responden. Adapun jawaban responden. Hasil pernyataan responden mengenai promosi adalah dengan total skor 149,27 terletak pada daerah setuju.

Variabel Keputusan Investasi (Y)

Variabel Keputusan Investasi diukur berdasarkan pernyataan di dalam kuesioner yang diisi oleh responden. Adapun jawaban responden nilai rata-rata dari hasil pernyataan responden mengenai promosi adalah dengan total skor 148,71 terletak pada daerah setuju.

Uji Validitas

Uji validitas merupakan seperangkat ukuran untuk melihat apakah instrumen penelitian (kuesioner) dalam penelitian ini

apakah sudah valid dalam mengukur variabel-variabel penelitian yaitu persepsi, tingkat pendapatan, promosi dan keputusan investasi produk reksadana.

Uji ini dilakukan dengan membandingkan nilai r-hitung dengan r-tabel dan nilai r tabel pada taraf kepercayaan 95% atau signifikansi 5% ($\text{sig} = 0,05$) dengan jumlah responden $N = 100$, didapat nilai r tabel adalah $= 0,325$. Maka jika nilai r-hitung $>$ dari r-tabel maka butir pernyataan tersebut adalah valid, tetapi jika r-hitung $<$ dari pada r-tabel maka butir pernyataan tersebut tidak valid. Dari tabel hasil uji validitas variable persepsi, tingkat pendapatan, promosi, terhadap Keputusan Investasi, nilai r hitung dari masing-masing pernyataan $>$ nilai r tabel yaitu nilai r hitung $> 0,325$. Maka dapat dikatakan pernyataan yang diajukan sudah valid, karena memiliki korelasi disetiap pernyataan memiliki nilai r-hitung $> 0,325$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator pernyataan sudah valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk melihat apakah alat ukur yang digunakan menunjukkan dapat atau tidaknya dipercaya suatu instrumen penelitian. Nilai reabilitas dinyatakan baik jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$, maka instrumen penelitian dinyatakan reliable. Berikut adalah hasil perhitungan uji reliabilitas dalam tabel sebagai berikut.

Tabel 4.3
Hasil Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.898	31

Pengolahan Data dengan SPSS 16

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* adalah 0,898 nilai ini lebih besar dari $> 0,60$. Maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan dari variabel Persepsi (X1), Tingkat Pendapatan (X2), Promosi (X3) dan Keputusan Investasi (Y) dianggap reliabel.

Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini untuk menguji apakah model regresi variabel memiliki distribusi normal. Dalam penelitian ini menggunakan metode uji normalitas *c*. Jika nilai signifikan berada diatas $> 0,05$ maka dapat dikatakan variabel memiliki distribusi normal. Berikut adalah hasil perhitungan SPSS 16.

Hasil Uji Kolmogorov-Sminrov Test

Hasil dari perhitungan diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikan *Kolmogorov-Smirnov* se besar $0,944 >$ nilai signifikan $0,05$, maka variabel memiliki distribusi normal.

Berikutnya pengujian menggunakan metode *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Berikut hasil gambar *probability-plot* melalui out put SPSS.

Tabel 4.4

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.84555732
Most Extreme Differences	Absolute	.087
	Positive	.087
	Negative	-.085
Kolmogorov-Smirnov Z		.527
Asymp. Sig. (2-tailed)		.944

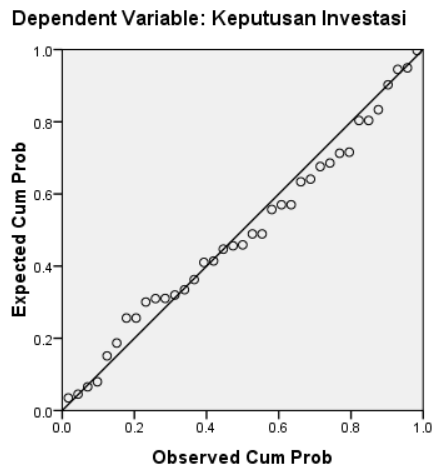
a. Test distribution is Normal.

Sumber: Pengolahan Data dengan SPSS 16

Hasil dari perhitungan diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikan *Kolmogorov-Smirnov* se besar $0,944 >$ nilai signifikan $0,05$, maka variabel memiliki distribusi normal.

Berikutnya pengujian menggunakan metode *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Berikut hasil gambar *probability-plot* melalui out put SPSS.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 4.1 Normal P-Plot
Sumber: Pengolahan Data dengan SPSS 16

Hasil dari gambar output SPSS diatas, normal *p-plot* terlihat bahwa data pada *chart* diatas menyebar namun masih dalam garis lurus diagonal tersebut, tidak tersebar jauh dari garis. Maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa uji normalitas dapat dipenuhi.

Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas dalam penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Dalam uji multikolonieritas dapat diketahui dengan melakukan uji *Variance Inflating Factor* (VIF), jika nilai t (toleransi) berada $> 0,1$ dan nilai $VIF < 10$ maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat multikolonieritas. Hasil perhitungan dengan SPSS 16 Dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 4.5
Hasil Uji Multikolonieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 Persepsi	.880	1.136
Tingkat Pendapatan	.860	1.163
Promosi	.781	1.280

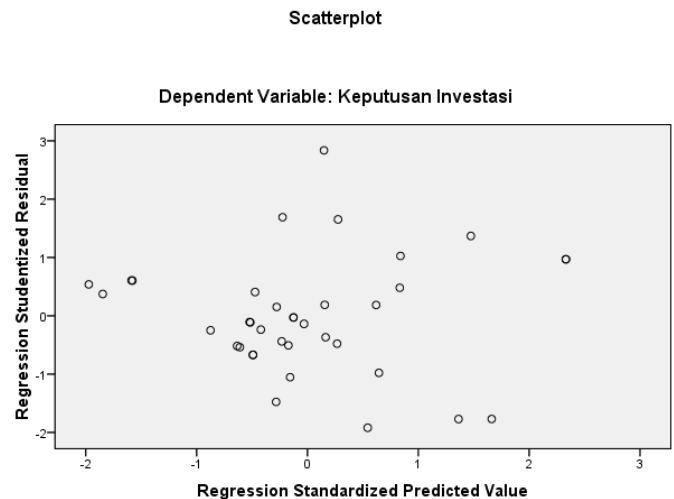
Sumber : Pengolahan Data dengan SPSS 16

Pada uji ini terjadinya korelasi antar sesama variabel bebas. Pada uji ini dapat dilihat pada tabel *coefficients* dan lihat kolom *collinearity statistic* di model 1 yang menunjukkan nilai $t > 0,1$ dan nilai $VIF < 10$,

maka dapat disimpulkan pada uji ini tidak terjadi multikolonieritas.

Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas dapat dilakukan melalui pengamatan terhadap pola *scatter plot* yang dihasilkan melalui *out put* SPSS 16. Dari grafik *scatter plot* pada Keputusan Investasi tampak titik-titik tidak membentuk pola tertentu. Diagram pancar tersebut tidak menggambarkan pola tertentu. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa regresi tidak mengalami gangguan heterokedastisitas sehingga model regresi dapat dan layak untuk memprediksi keputusan investasi berdasarkan pengaruh atau masukan dari variabel bebas. Pada uji ini dapat dilihat pada gambar *scatter plot* berikut:



Gambar Scatterplot

Sumber : Pengolahan Data dengan SPSS 16

Pengujian Hipotesis

Analisis Linier Berganda

Analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi liner berganda. Regresi liner berganda digunakan untuk mengetahui besar pengaruh variabel independen yaitu : persepsi, tingkat pendapatan, promosi terhadap variabel dependen keputusan investasi produk reksadana. Maka dapat dibuat hasil pengujian regresi berganda dengan menggunakan SPSS 16 dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.6
Hasil Uji Regresi

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.158	2.794		2.204	.035
Persepsi	.084	.025	.403	3.407	.002
Tingkat Pendapatan	.101	.218	.056	.464	.646
Promosi	.252	.062	.508	4.046	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Investasi

Sumber : Pengolahan data dengan SPSS 16

Dari hasil tabel diatas menunjukkan bahwa hasil persamaan regresi liner berganda terbentuk sebagai berikut :

$$Y = a + b.X1 + b.X2 + b.X3 + e$$

$$Y = 6,158 + 0,084 X1 + 0.101 X2 + 0.252 X3 + e$$

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut

1. Nilai konstanta a sebesar 6,158 berarti jika variabel persepsi (X1), tingkat pendapatan, dan promosi adalah tetap maka variabel keputusan investasi nilainya tidak akan mengalami perubahan.
2. Nilai koefisien regresi variabel tingkat pendapatan (X2) sebesar

0,101 menunjukkan bahwa variabel tingkat pendapatan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan investasi, yang berarti jika tingkat pendapatan meningkat 1% maka keputusan investasi pada produk reksadana meningkat 0,101. Sebaliknya jika tingkat pendapatan menurun 1% maka keputusan investasi produk reksadana menurun 0,101.

3. Nilai koefisien regresi variabel promosi (X3) sebesar 0,252 menunjukkan bahwa variabel promosi memiliki pengaruh positif terhadap keputusan investasi, yang berarti jika promosi meningkat 1% maka keputusan investasi pada produk reksadana meningkat 0,252. Sebaliknya jika persepsi menurun 1% maka keputusan investasi produk reksadana menurun 0,252.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi dapat digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel bebas (X) menerangkan variabel terikat (Y). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Bila nilai koefisien determinasi sama dengan 0, artinya variasi dari Y tidak dapat diterangkan oleh X sama sekali. Sementara bila nilai koefisien determinasi sama dengan 1, artinya variasi dari Y seluruhnya dapat diterangkan oleh X. Maka dapat disimpulkan semakin tinggi nilai koefisien determinasi maka semakin kuat kemampuan variabel X menerangkan variabel Y. Hasil uji ini dapat dilihat dari tabel sebagai berikut:

Tabel 4.7
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.770 ^a	.593	.556	1.61751

a. Predictors: (Constant), Promosi, Persepsi, Tingkat Pendapatan

b. Dependent Variable: Keputusan Investasi

Sumber : Hasil Perhitungan data Primer dengan SPSS 16

Dapat dilihat pada tabel diatas bahwa nilai R Square sebesar 0,593 atau 59.3%, maka dapat diartikan variabel bebas (X) yaitu persepsi, tingkat pendapatan, promosi secara bersama-sama dapat menerangkan sebesar 59,3% terhadap variabel (Y) keputusan investasi. Sedangkan sisanya sebesar 40,7% diterangkan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji T (Parsial)

Uji T (parsial) dalam penelitian ini digunakan untuk menguji signifikansi setiap variabel bebas (X) yaitu persepsi, tingkat pendapatan, promosi terhadap variabel terikat (Y) yaitu keputusan investasi. Dalam penelitian ini menggunakan taraf kepercayaan 95% atau signifikansi 5% ($\text{sig} = 0,05$), maka didapat perhitunga t-tabel sebesar 2,034. Pedoman yang digunakan untuk menerima atau menolak hipotesis adalah apabila nilai t hitung $>$ t tabel dan nilai $\text{sig} < 0,05$ maka H_a diterima, sebaliknya apabila nilai t hitung $<$ t tabel dan nilai $\text{sig} > 0,05$ maka H_a ditolak. Hasil uji T dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.8
Hasil Uji T Parsial
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.158	2.794		2.204	.035
	Persepsi	.084	.025	.403	3.407	.002
	Tingkat Pendapatan	.101	.218	.056	.464	.646
	Promosi	.252	.062	.508	4.046	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Investasi

Sumber : Hasil Perhitungan data Primer dengan SPSS 16

Berdasarkan hasil uji T (parsial) pada tabel 4.15 diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

Uji Hipotesis 1

Sesuai dengan tabel 4.15 yaitu hasil uji T (parsial) menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh persepsi terhadap keputusan investasi adalah $0,002 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,407 > 2,034$ maka H_0 di tolak dan **H1 diterima**. Artinya terdapat pengaruh positif persepsi terhadap keputusan investasi secara signifikan.

Uji Hipotesis 2

Sesuai dengan tabel 4.15 yaitu hasil uji T (parsial) menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh tingkat pendapatan terhadap keputusan investasi adalah $0,646 > 0,05$ dan nilai t hitung $0,464 < 2,034$ maka H_0 di terima dan **H2 ditolak**. Artinya tidak terdapat pengaruh tingkat pendapatan terhadap keputusan investasi secara signifikan.

Uji Hipotesis 3

Sesuai dengan tabel 4.15 yaitu hasil uji T menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh promosi terhadap keputusan investasi adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $4,046 > 2,034$ maka H_0 di tolak dan **H3 diterima**. Artinya terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan investasi secara signifikan.

Uji F (Simultan)

Uji F (simultan) dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Hasil perhitungan Uji F dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.9
Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	125.931	3	41.977	16.044	.000 ^a
	Residual	86.340	33	2.616		
	Total	212.270	36			

a. Predictors: (Constant), Promosi , Persepsi, Tingkat Pendapatan

b. Dependent Variable: Keputusan Investasi

Sumber : Hasil Perhitungan data Primer dengan SPSS 16

Hasil uji F (simultan) yang telah dilakukan dapat dilihat sesuai tabel di atas diketahui nilai F hitung adalah sebesar 16,044 dengan nilai signifikansi 0,000, maka dapat dinyatakan pengaruh persepsi (X1), tingkat pendapatan (X2), dan Promosi (X3) terhadap keputusan investasi (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$. Untuk nilai F dan F hitung $16,044 >$ nilai F tabel 3,28 hal tersebut membuktikan H_0 ditolak dan **H4 diterima**.

Artinya terdapat pengaruh persepsi (X1), tingkat pendapatan (X2), dan promosi (X3) terhadap keputusan investasi secara signifikan.

PEMBAHASAN

Hasil temuan dalam penelitian ini mengenai pengaruh persepsi, tingkat pendapatan, promosi terhadap keputusan investasi, maka dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel persepsi terhadap keputusan investasi, hal ini diartikan semakin tinggi nilai persepsi atau semakin positif nilai persepsi terhadap produk reksadana maka semakin meningkat pula keputusan investasi pada produk reksadana.
2. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel tingkat pendapatan terhadap keputusan investasi, hal ini dapat diartikan dalam keputusan investasi pada produk reksadana para nasabah tidak melihat dari besar atau kecilnya tingkat pendapatan. Jadi semua kalangan bisa melakukan investasi pada produk reksadana.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel promosi terhadap keputusan investasi, hal ini berarti semakin meningkat kegiatan promosi dari industri perbankan maka semakin meningkat pula keputusan investasi pada produk reksadana.

Dari uraian temuan penelitian ini tindakan yang dapat dilakukan oleh industri perbankan adalah sebagai berikut :

1. Meningkatkan kegiatan-kegiatan yang mampu menambah nilai persepsi positif terhadap produk reksadana diantaranya :
 - a. melakukan penawaran produk reksadana keseluruhan kalangan

- nasabah di tingkat pendapatan manapun.
- b. memberikan kemudahan akses informasi mengenai produk reksadana.
 - c. memberikan persepsi yang baik mengenai keuntungan reksadana sebagai sarana perencanaan keuangan untuk masa yang akan datang.
 - d. membuat dan menginformasikan kinerja produk reksadana kepada nasabah sehingga nasabah mengetahui produk reksadana mana yang memiliki kinerja masa lampau yang baik.
2. Meningkatkan kegiatan promosi yang lebih kreatif dan kekinian sehingga nasabah tidak merasa dipaksa / *push selling* dalam mendapat penawaran dari perbankan, diantaranya :
- a. Tingkatkan promosi melalui publisitas dengan mengundang nasabah dalam kegiatan *customer gathering* dengan pembicara yang ahli di bidang industri pasar modal dan produk reksadana. Hal ini akan menambah pengetahuan nasabah perihal reksadana sehingga saat dilakukan penawaran nasabah sudah memahami perihal investasi pada reksadana.
 - b. Tingkatkan kemampuan tenaga penjual (*marketing dan customer service*) mengenai produk reksadana, dengan memberi pelatihan dan pendidikan perihal pengetahuan reksadana. Sehingga saat melakukan penjelasan dan penawaran kepada nasabah para tenaga penjual sudah menguasai produk reksadana.
 - c. Memanfaatkan media sosial untuk melakukan promosi secara

- berkesinambungan. Dengan membuat konten-konten yang menarik, mulai dari pengetahuan dasar reksadana, manfaat reksadana, keuntungan reksadana dan penawaran investasi pada reksadana.
- d. Membuat promosi yang menarik berupa hadiah langsung untuk pembuka rekening reksadana bisa berupa *gimmick, cash back, discount fee* dll.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Fahmi, Irham, *Analisis Investasi Dalam Perspektif Ekonomi*, Bandung, Refika Aditama, 2006.
- Gozali, Ahmad *Habiskan Saja Gajimu*, Jakarta, Trans Media Pustaka, 2013.
- Keller & Kotler (*Manajemen Pemasaran Edisi Ke 13 Jilid 1 & 2*), Jakarta Erlangga, 2009.
- Nur'aini, Fajar *Panduan Melakukan Riset Pemasaran*, Yogyakarta, PT. Anak Hebat Indonesia, 2016.
- Sedarmayanti, Syarifudin Hidayat *Metodologi Penelitian*, Bandung, CV Mandar Maju, 2011.
- Sembel, R Sembel-Lapian, *Energizing Your Life*, Jakarta, Elexmedia Komputindao, 2007
- Sugiyono, *Metode Peneletian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, Bandung: Alfabeta, 2008.
- Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2006.
- Tandelilin, Eduardus *Pasar Modal Manajemen Portofolio & Investasi*, Yogyakarta PT. Kanisius, 2017.

Teguh Wiyono, *25 Model Analisis Statistik dengan SPSS 17*, Jakarta PT. Elex Media Komputindo 2009

Wijaya Filbert, Ryan (2013) *Negative Investment*, Jakarta PT Elex Media Komputindo

Jurnal

Abdi, Muhammad Nur dan Muhamad Hidayat (2016) Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Resiko Investasi Terjadap Perusahaan Farmasi Yang Listing Di Busrsa Efek Indonesia, *Jurnal Economix* Volume 4 Nomor 1 Juni 2016, Universitas Muhammadiyah Makasar, Makasar

Arifin, Suprpto Hadi, Ikhsan Fuady, Engkus Kuswarno (2017) Analisa Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Mahasiswa UNTIRTA Terhadap Keberadaan Perda Syariah Di Kota Serang, *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik* Vol. 21 No.1, Juli : 88-101. Fakultas Ilmu Komunikasi Universita Padjadjaran Bandung.

Asra Yunita (2016) Analisis Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Matic Di Dealer Prima Motor Pasir Pangaraian, Fakultas Manajemen Universitas Pangaraian Riau.

Hastjarjo, Dicky. (2005) Sekilas Tentang Kesadaran (Consciousness), *Buletin Psikologi UGM*, Volume 13, No. 2 Desember 2005, 81.

Kawitan Jesica dan Gesti Memarista (2015) Faktor-faktor yang Mempengaruhi Investasi di Reksadana, *Finesta* Vol. 3, No.2, (2015) 49-54. Universitas Kristen Petra, Jakarta.

Maulana, Y. (2020). Stock investment portfolio analysis with single index model. *Indonesian Journal Of Business And Economics*, 3(2).
<https://doi.org/10.25134/ijbe.v3i2.3717>

Masruroh, Aini (2014) Konsep Dasar Investasi Reksadana, *Salam; Jurnal Filsafat Budaya Hukum*. Fakultas Syariah dan Hukum UIN, Jakarta

Rahmawati, Dan Maslichah (2017) *Minat Berinvestasi Di Pasar Modal : Aplikasi Theory Planned Behaviour Serta Persepsi Berinvestasi Di Kalangan Mahasiswa*, 42-45

Samosir, Charlie Bernando Halomoan dan Arief Bowo Paryoga K (2015) Jurnal Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Enervon-C, *Jurnal Imiah Manajemen dan Bisnis*, Vol. 1, No 3, November 2015.

Nangoy, Selvie, Selvy L Mandey, Lotje Kawet (2016) Pengaruh Promosi, Harga, Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pada Matahari Department Store Manado (Studi Kasus Di Matahari Department Store

Manado Town Square, *Jurnal Ilmiah Society*. PSP
Pascasarjana Unsrat, Manado

<https://tirto.id/tipisnya-jumlah-investor-pasar-modal-indonesia-cHXg> [akses 17 Agustus 2020]

Saputra, Rico dan Prof. Hatane Semuel
(2013) Analisa Pengaruh Motivasi, Persepsi, Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Xenia di Sidoarjo, *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol. 1, No.1, (2013) 1-12

Tim edusaham (2020)

<https://www.edusaham.com/2019/03/tujuan-dan-manfaat-pasar-modal.html> [akses 20 Agustus 2020]

Sari, Diana Yunita, Endang Tjahjaningsih, Kartika Anindita Hayuningtias
(2018) *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Kapur Barus Merek Bagus (Studi Pada Konsumen Giant BSB Semarang)*. Universitas Stikubank, Semarang.

Abdul, Malik (2020)

[Internet]<https://www.bareksa.com/id/text/2020/02/28/ketua-dk-ojk-wimboh-s-jumlah-investor-reksadana-januari-2020-tembus-184-juta/24441/news> [akses 24 Mei 2020]

Undang-undang Pasar Modal No 8 Tahun 1995 pasal 1 ayat 27 tentang reksadana
www.bps.go.id
www.OJK.go.id

Website

Triharyono (2018)

[Internet]<https://www.triharyono.com/2018/07/investasi-reksadana-dengan-modal-seratus-ribu-diBursa-Efek-Indonesia.html> [akses 25 Mei 20]

Monica, Wareza (2019)

[Internet]<https://www.cnbcindonesia.com/market/20191230142312-17-126472/hari-terakhir-bursa-2019-investor-pasar-modal-capai-24-juta> [akses 1 juni 2020]

Muhammad, Hendartyo (2018)

<https://bisnis.tempo.co/read/1134075/ojk-tingkat-literasi-keuangan-di-sektor-pasar-modal-masih-rendah/full&view=ok> [akses 17 Agustus 2020]

Ringkang, Gumiwang (2018)