

**ANALISIS STRATEGI PENCAPAIAN *TARGET MARKET* PADA INDOPREMIER  
SEKURITAS DI GALERI INVESTASI SYARI'AH SURABAYA**

**ARTIKEL ILMIAH**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Penyelesaian Program Studi

D3 Perbankan dan Keuangan

STIE Perbanas Surabaya



**Disusun oleh :**

**AULIA YASFI HAMIDA FITRIANA**

**NIM. 2017110027**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS**

**SURABAYA**

**2020**

## PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Aulia Yasfi Hamida Fitriana  
Tempat, Tanggal Lahir : Bojonegoro, 07 Desember 1999  
NIM : 2017110027  
Progran Studi : Perbankan dan Keuangan  
Program Pendidikan : Diploma 3  
Judul : Analisis Strategi Pencapaian *Target Market* pada Indopremier  
Sekuritas di Galeri Investasi Syari'ah Surabaya

**Disetujui dan diterima baik oleh:**

Dosen Pembimbing,

Tanggal: 10 September 2020

**(Dr. Lutfi, SE., M.Fin)**

**NIDN. 709116502**

Ketua Program Studi Diploma 3,

Tanggal: 10 September 2020

**(Dr. Kautsar Riza Salman, SE., M.Si., Ak)**

**NIDN. 726117702**

# ANALISIS STRATEGI PENCAPAIAN *TARGET MARKET* PADA *INDOPREMIER SEKURITAS* DI GALERI INVESTASI SYARI'AH SURABAYA

Aulia Yasfi Hamida Fitriana

2017110027

e-mail: [2017110027@students.perbanas.ac.id](mailto:2017110027@students.perbanas.ac.id)

## ABSTRACT

*One of the programs used in developing the Capital Market is "Let's Save Stocks". The "Let's Save Stock" program is also carried out on campus through a collaboration between the Indonesia Stock Exchange, securities companies and universities by establishing an Investment Gallery. One of them is Indopremier Sekuritas and UIN Sunan Ampel Surabaya who collaborated in establishing the Sharia Investment Gallery. Broadly speaking, the purpose of this study is to find out how Indopremier Securities strategy in achieving the target market that has been determined through the Shariah Investment Gallery. The research method used is descriptive analysis. After conducting research it can be seen that Indopremier Sekuritas through the Sharia Investment Gallery establishes two market groups as the target market, namely millennial generation and students. The reason is because the market group is the most attractive group in the development and progress of the Capital Market in Indonesia. The success of the Sharia Investment Gallery in achieving the target market is done by creating creative, inspiring and innovative work programs, one of which is ASSALAM. ASSALAM is an activity to invest in shares using garbage capital. The obstacles experienced by the Sharia Investment Gallery in achieving the target market are that there are still students and the public who have the idea that investing in the Capital Market is haram. In overcoming these obstacles, a work program with the concept of Capital Market education is carried out.*

*Keyword: Target Market, Sharia Investment Gallery*

## PENDAHULUAN

Pasar Modal menjadi salah satu indikator perekonomian suatu bangsa. Dalam rangka mengembangkan Pasar Modal di Indonesia, Bursa Efek Indonesia (BEI) membuat program "Yuk Nabung Saham". Melalui program ini masyarakat dapat berinvestasi di Pasar Modal hanya dengan uang minimal Rp 100.000 saja. Dalam rangka mensukseskan program "Yuk Nabung Saham" Bursa Efek Indonesia melakukan kerja sama dengan perusahaan sekuritas dan Perguruan Tinggi di Indonesia. Bursa Efek Indonesia mencatat terdapat 43 perusahaan sekuritas yang sudah bekerja sama dalam program

"Yuk Nabung Saham" ini. Perusahaan sekuritas di Jawa Timur yang sudah bekerja sama menjalankan program ini sebanyak 52 perusahaan, adapun di Surabaya tercatat sebanyak 18 perusahaan. Semakin banyaknya perusahaan sekuritas yang tergabung dalam program "Yuk Nabung Saham" pada akhirnya memunculkan persaingan diantara mereka agar mampu menjadi yang terdepan. Dalam rangka membantu mensukseskan program "Yuk Nabung Saham" dan menjadi yang terdepan, perusahaan sekuritas melakukan kerja sama dengan Perguruan Tinggi untuk membuat Galeri Investasi. Terdapat 2 jenis galeri investasi di Indonesia yaitu Galeri Investasi

konvensional dan Galeri Investasi Syari'ah. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai strategi pencapaian *target market* perusahaan Indopremier Sekuritas di Galeri Investasi Syari'ah Surabaya.

Adapun rumusan masalah yang digunakan yaitu, bagaimana strategi Indopremier Sekuritas dalam menetapkan *target market*, bagaimana pengelolaan penetapan *target market* di Galeri Investasi Syari'ah, bagaimana cara pencapaian *target market* pada Galeri Investasi Syari'ah, dan apa saja hambatan yang dialami oleh Galeri Investasi Syari'ah dalam mencapai *target market* tersebut.

Tujuan dari penelitian ini antara lain untuk mengetahui penetapan *target market* oleh Indopremier Sekuritas, mengetahui pengelolaan *target market* di Galeri Investasi Syari'ah, mengetahui cara untuk mencapai *target market* di Galeri Investasi Syari'ah dan mengetahui hambatan yang dialami oleh Galeri Investasi Syari'ah dalam mencapai *target market* tersebut.

Manfaat penelitian dibagi kedalam 2 kelompok yaitu bagi pembaca dan bagi perusahaan. Manfaat bagi pembaca diharapkan melalui penelitian ini dapat memberikan pengetahuan dan menambah wawasan tentang strategi pencapaian *target market* pada Indopremier Sekuritas di Galeri Investasi Syari'ah. Adapun manfaat bagi perusahaan yaitu diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan dan referensi pengambilan keputusan untuk mengatasi permasalahan yang berkaitan dengan strategi pencapaian *target market* di Galeri Investasi Syari'ah.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Pengertian Strategi

Menurut Johnson dan Scholes (2016), strategi merupakan suatu arah perencanaan dan ruang lingkup suatu organisasi untuk jangka waktu yang panjang demi mencapai keuntungan yang diinginkan oleh organisasi tersebut melalui sumber daya yang dimilikinya untuk

memenuhi kebutuhan pasar. Strategi merupakan suatu cara yang digunakan untuk membantu memecahkan suatu permasalahan yang digunakan sebagai upaya mencapai tujuan.

### Aspek-Aspek Strategi

Strategi memiliki beberapa aspek yang terdapat didalamnya. Aspek-aspek tersebut antara lain (Prasojo, 2018):

1. Strategi sebagai pernyataan tujuan dan maksud  
Tujuan merupakan pengendali dari sebuah perusahaan. Sehingga harus disertai dengan sesuatu yang mampu menyempurnakan tujuan tersebut. Penyempurna tersebut dinamakan strategi.
2. Strategi sebagai suatu rencana tingkat tinggi  
Dalam sebuah perusahaan strategi berperan untuk mengambil pandangan akan suatu keadaan dimasa depan dengan cakupan yang luas. Cakupan tersebut meliputi tujuan dari perusahaan yang bersangkutan.
3. Strategi sebagai langkah untuk melawan kompetitor  
Persaingan merupakan hal yang wajar dalam bisnis. Oleh karena itu, diperlukan adanya langkah-langkah untuk melawan para pesaing. Langkah-langkah tersebut dituangkan dalam strategi.
4. Strategi sebagai bagian dari kepemimpinan  
Strategi berkaitan erat dengan kepemimpinan dalam suatu perusahaan. Setiap pemimpin memiliki sudut pandang dan cara yang berbeda-beda dalam memecahkan masalah termasuk dalam hal menyusun strategi.
5. Strategi sebagai perencanaan masa depan  
Strategi mengambil peran yang penting dalam perencanaan masa depan perusahaan. Dalam membuat perencanaan untuk masa yang akan datang, perusahaan tentunya akan

menyusun serangkaian strategi agar dia mampu bertahan dimasa depan dalam kondisi apapun.

6. Strategi sebagai unsur pembangunan  
Strategi merupakan suatu pola perilaku dari sebuah perusahaan atau yang biasa yang disebut dengan budaya perusahaan. Setiap perusahaan akan membuat dan menetapkan strategi sesuai dengan budaya organisasi mereka.

### **Pengertian *Target Market***

*Target market* adalah sekelompok pembeli (*buyers*) yang memiliki kebutuhan atau karakteristik yang sama yang menjadi tujuan promosi perusahaan (Kotler, 2012). Penetapan *target market* atau *targeting* digunakan oleh suatu perusahaan dalam rangka untuk mengoptimalkan pasar yang dituju. Dalam rangka mencapai pasar sasaran (*target market*) perusahaan tentu saja menggunakan program-program yang sesuai dengan pasar yang dituju.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2012), *target market* adalah proses evaluasi serta pemilihan suatu segmen pasar yang dinilai paling menarik dan berpotensi dalam mensukseskan program pemasaran perusahaan secara spesifik.

### **Penentuan *Target Market***

Dalam penentuan *target market* terdapat beberapa cara yang bisa digunakan, yaitu (Tjiptono, 2012):

#### **1. *Single-Segmen Concentration***

Penetapan *target market* pada alternatif ini dilakukan dengan cara perusahaan memilih satu segmen pasar saja. Dalam penentuan segmen pasar yang dituju perusahaan tidak serta merta melakukannya tanpa sebuah pertimbangan. Pertimbangan yang biasa dilakukan oleh perusahaan adalah masalah berapa banyak kompetitor yang sudah berada di pasar tersebut, apabila jumlah kompetitor masih sedikit hal ini dapat menjadi peluang

perusahaan untuk memasuki pasar tersebut dan menjadikannya *target market*. Hal lain yang menjadi pertimbangan yaitu berkaitan dengan dana yang dimiliki oleh perusahaan, apakah perusahaan memiliki cukup dana untuk melakukan serangkaian proses *marketing* pada pasar tersebut atau tidak.

#### **2. *Selective Specialization***

Alternatif ini dilakukan perusahaan apabila dirasa terdapat beberapa pasar yang mampu menjadi sasarannya. Dalam hal ini perusahaan akan memilih pasar yang menurutnya bersifat paling atraktif dan sesuai dengan tujuan perusahaan.

#### **3. *Market Specialization***

Spesialisasi pasar dilakukan apabila perusahaan fokus melayani segala kebutuhan yang diperlukan oleh suatu pasar saja.

#### **4. *Product Specialization***

Dalam alternatif ini perusahaan hanya memproduksi atau menjual produk tertentu saja yang sekiranya dibutuhkan atau digemari oleh suatu pasar.

#### **5. *Full Market Coverage***

Berbeda dengan beberapa alternatif lainnya, *full market coverage* merupakan suatu strategi perusahaan untuk menguasai pasar. Perusahaan yang menggunakan alternatif ini sebagian besar adalah perusahaan besar. Hal ini dikarenakan apabila perusahaan menggunakan *full coverage market* maka perusahaan tersebut harus mampu mencukupi segala macam kebutuhan pasar.

### **Pengertian Galeri Investasi**

Galeri Investasi merupakan sarana yang digunakan untuk memperkenalkan pasar modal kepada masyarakat luas yang merupakan hasil kerja sama antara Bursa Efek Indonesia (BEI), Perusahaan Sekuritas, dan Perguruan Tinggi. Galeri Investasi mulai berdiri sejak tahun 2000, dan sampai saat ini tercatat sebanyak 259

Galeri Investasi yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK), yang tersebar dari sabang sampai merauke (OJK, 2020).

### **Fungsi Galeri Investasi**

Galeri Investasi memiliki beberapa fungsi, sebagai berikut (BEI, 2020):

1. Memperkenalkan pasar modal pada dunia akademik sejak dini
2. Membuat civitas akademika tidak hanya mengetahui teori saja, namun juga mampu prakteknya
3. Langkah untuk mengenalkan Pasar Modal pada kelompok yang berpendidikan
4. Mendapatkan data publikasi dan bahan cetakan tentang perkembangan pasar modal yang penerbitannya dilakukan oleh Bursa Efek Indonesia termasuk peraturan dan Undang-Undang Pasar Modal
5. Dapat mengakses informasi dan data di Bursa Efek Indonesia
6. Merupakan salah satu sarana pembelajaran yang digunakan untuk mencerdaskan bangsa
7. Menjadi salah satu sarana bagi para akademisi dan masyarakat umum memperoleh informasi seputar Pasar Modal serta menjadi sarana bertransaksi secara langsung

## **METODE PENELITIAN**

### **Desain Penelitian**

Desain penelitian yang digunakan oleh penulis dalam Tugas Akhir ini adalah penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif ini berisi penjelasan mengenai penerapan strategi pencapaian target market pada Indopremier Sekuritas melalui Galeri Investasi Syari'ah di Surabaya serta berisi pembahasan mengenai hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis pada perusahaan tersebut.

### **Batasan Penelitian**

Pada batasan penelitian ini penulis akan fokus membahas strategi pencapaian *target market* yang digunakan oleh perusahaan yang bersangkutan yaitu Indopremier Sekuritas. Tujuan dari batasan penelitian ini digunakan untuk mempermudah penulis dalam memilih hal-hal yang ingin dikembangkan. Topik dalam penelitian ini adalah strategi pencapaian *target market* yang dimiliki oleh Indopremier Sekuritas yang diterapkan pada Galeri Investasi Syari'ah di Surabaya. Sampel dari penelitian ini adalah Galeri Investasi Syari'ah yang dimiliki oleh Indopremier Sekuritas yang berada di UIN Sunan Ampel Surabaya yang beralamat di Jl. Ahmad Yani No. 117, Gayungan, Kec. Wonocolo, Surabaya. Variabel penelitian yang digunakan penulis adalah strategi pencapaian *target market* serta kendala apa yang dihadapi dalam pelaksanaan strategi tersebut. Selain membahas kedua hal di atas, dalam penelitian ini akan disertakan pula pembahasan mengenai langkah-langkah apa saja yang dilakukan untuk mengatasi permasalahan tersebut.

### **Data dan Metode Pengumpulan Data**

Penelitian ini dilakukan pada semester 6 tahun ajaran 2019/2020. Pelaksanaan penelitian dilakukan bulan Maret-Mei 2020. Tempat penelitiannya adalah Galeri Investasi Syariah yang berada di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya yang berada di Jl. Ahmad Yani No. 117, Gayungan, Kec. Wonocolo, Surabaya. Penulis menggunakan 2 metode pengumpulan data yaitu lewat wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan secara *online* dengan narasumber yang terkait yaitu dengan cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan topik penelitian. Wawancara *online* dilakukan karena perusahaan sedang melakukan *lock down* akibat penyebaran COVID-19. Pada pelaksanaannya penulis berusaha menghubungi Kepala Laboratorium Galeri

Investasi Syari'ah dan Manajer Indopremier Sekuritas, tetapi beliau susah dihubungi dengan alasan sedang banyak pekerjaan selama adanya COVID-19. Alternatif yang penulis gunakan yaitu mewawancarai pengurus Galeri Investasi Syari'ah. Wawancara dilakukan dengan sekretaris Galeri Investasi Syari'ah melalui *chat whatsapp*. Penulis mengirimkan pertanyaan melalui *whatsapp*, kemudian sekretaris menjawabnya melalui *whatsapp* juga. Dokumentasi yang digunakan penulis dalam penelitian ini meliputi data nasabah Indopremier Sekuritas di Galeri Investasi Syariah UIN Sunan Ampel Surabaya. Tujuan dari dokumentasi ini adalah untuk memperoleh data yang valid dari perusahaan. Dokumentasi dilakukan dengan cara membaca berkas-berkas yang telah penulis sebutkan diatas.

### **Teknik Analisis Data**

Dalam penelitian Tugas Akhir ini teknis analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif. Analisis deskriptif dilakukan dengan cara mengumpulkan data dari perusahaan terkait dan kemudian mengembangkannya berdasarkan teori yang ada. Data tersebut penulis peroleh melalui proses wawancara, dan dokumentasi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Sejarah Singkat Perusahaan**

Galeri Investasi Syari'ah di UIN Sunan Ampel Surabaya didirikan pada tanggal 18 Oktober 2016 (GISUINSA, 2020). Galeri Investasi Syari'ah UIN Sunan Ampel Surabaya terbentuk melalui ide mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis angkatan 2013 yaitu Edi Murdiono dan Nurlaili Rizfa Faiza. Pada tahun 2016 Edi Murdiono menjabat sebagai Kahima Ekonomi Syari'ah dan diberi amanat oleh Kaprodi Ekonomi Syariah yaitu Ibu Siti Musfiqoh, M.Ei. beserta Dekan Fakultas

Ekonomi dan Bisnis Prof. Akh. Muzakki, M.Ag., Grad.Dip. SEA., M.Phil., Ph.D untuk mendirikan Pojok Bursa di Gedung FISIP dan diwacanakan ke Bursa Efek Indonesia (GISUINSA, 2016).

### **Visi dan Misi**

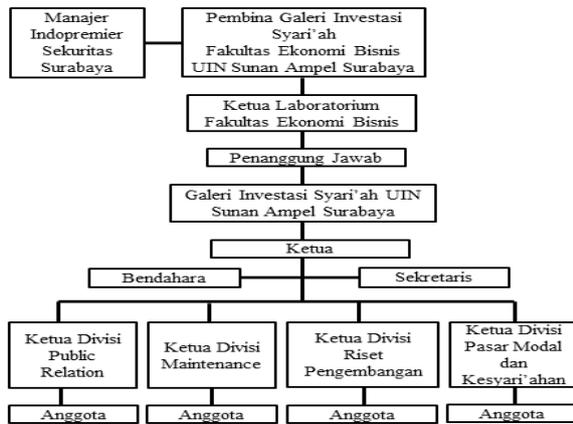
#### **VISI**

Menjadi pusat kegiatan dan pengembangan Pasar Modal Syari'ah sebagai sarana pembelajaran investasi berbasis syari'ah bagi civitas akademik dan masyarakat.

#### **MISI**

1. Melakukan edukasi tentang Pasar Modal Syari'ah melalui seminar dan pelatihan
2. Mengadakan kegiatan diskusi dan studi kelompok sebagai sarana pembelajaran, investasi, dan pembinaan dalam Pasar Modal Syari'ah
3. Mensosialisasikan Pasar Modal Syari'ah secara menyeluruh kepada civitas akademik dan masyarakat
4. Meningkatkan partisipasi masyarakat dalam berinvestasi di Pasar Modal Syari'ah untuk meningkatkan pertumbuhan perekonomian
5. Menghasilkan profesional muda untuk siap terjun di industri Pasar Modal Syari'ah

## Struktur Organisasi



Sumber: Galeri Investasi Syari'ah UIN Sunan Ampel Surabaya

**Gambar 1**  
**Struktur Organisasi Galeri Investasi Syari'ah UIN Sunan Ampel Surabaya**

### Profil Usaha

Galeri Investasi Syari'ah (GIS) ini merupakan hasil kerja sama antara PT Indopremier Sekuritas, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya (UINSA), PT Bursa Efek Indonesia (BEI), PT Kliring Penjamin Efek Indonesia (KPEI), dan PT Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI). Seperti Galeri Investasi pada umumnya, Galeri Investasi Syari'ah UIN Sunan Ampel Surabaya memiliki tujuan untuk mensosialisasikan Pasar Modal dan kegiatan ilmiah secara bersama-sama dalam rangka mengembangkan Pasar Modal Indonesia pada Perguruan Tinggi khusus dan pada umumnya bagi lingkungan masyarakat sekitar (GISUINSA, 2016).

Galeri Investasi Syari'ah UIN Sunan Ampel Surabaya berada di kampus UIN Sunan Ampel Surabaya di Jl. Ahmad Yani No. 117, Gayungan, Kec. Wonocolo, Surabaya, tepatnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Jam operasionalnya yaitu pada hari Senin hingga Jum'at mulai dari pukul 09.00-17.00 WIB. Pada awalnya Galeri Investasi Syari'ah ini ditujukan untuk mahasiswa UIN Sunan Ampel saja, tetapi

seiring dengan berjalannya waktu sekarang masyarakat luas bisa menjadi nasabah. Hal ini dikarenakan masyarakat mulai mengerti pentingnya investasi (GISUINSA, 2020).



Sumber: <http://gisuinsa.wordpress.com>

**Gambar 2**  
**Logo Galeri Investasi Syari'ah UIN Sunan Ampel Surabaya**

### Program Kerja

Program kerja yang dimiliki adalah sebagai berikut (GISUINSA, 2016):

1. SPMS
2. *Upgrading*
3. Seminar
4. *Stocklab*
5. Grup KSPMS
6. Bakti sosial
7. WPPE

### Produk

Berikut adalah produk-produk yang dimiliki oleh Galeri Investasi Syari'ah UIN Sunan Ampel Surabaya (GISUINSA, 2016):

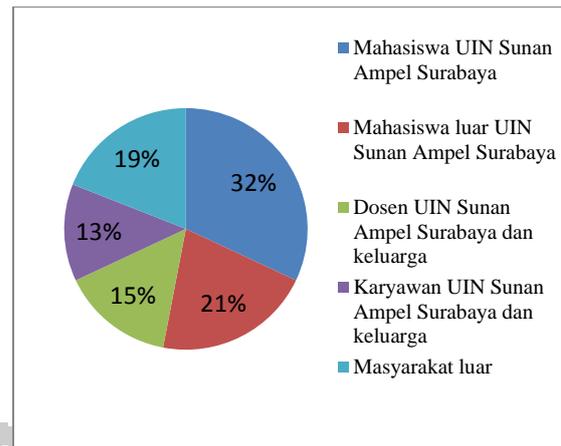
1. Saham
2. Reksa dana
3. Obligasi
4. *Exchange Trade Funds (ETF)*

Galeri Investasi Syari'ah UIN Sunan Ampel Surabaya juga menjual produk-produk yang dimiliki oleh Indopremier Sekuritas seperti IPOTGO, IPOTKU, IPOTSTOCK, IPOTFUND, IPOTPLAN dan IPOTNEWS.

### Hasil Penelitian

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis diperoleh temuan

mengenai strategi pencapaian *target market* yang dimiliki oleh Galeri Investasi Syari'ah UIN Sunan Ampel Surabaya. Dalam menjalankan operasional Galeri Investasi dilaksanakan berdasarkan instruksi dan saran dari Perusahaan Sekuritas yang melakukan kerjasama dengannya. Dalam hal ini Galeri Investasi Syari'ah UIN Sunan Ampel Surabaya bekerja sama dengan Indopremier Sekuritas. Dalam rangka mencapai visi dan misinya Galeri Investasi Syari'ah UIN Sunan Ampel Surabaya menetapkan *target market* yaitu para generasi millennial khususnya kalangan mahasiswa. Generasi millennial merupakan generasi yang lahir antara tahun 1980 hingga awal 2000 an. Alasannya adalah karena generasi millennial memiliki pergerakan yang kuat terhadap kemajuan pasar modal di Indonesia, mereka mampu mengembangkan pasar modal, serta dimasa depan mereka adalah generasi yang akan memajukan Pasar Modal di Indonesia. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan penulis dengan sekretaris Galeri Investasi Syari'ah UIN Sunan Ampel Surabaya yaitu Saudari Eka, nasabah yang dimiliki Galeri Investasi Syari'ah tersebut sebesar 68% adalah generasi millennial. Galeri Investasi Syari'ah UIN Sunan Ampel Surabaya mengelompokkan nasabah menjadi 5 yaitu mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya, mahasiswa luar UIN Sunan Ampel Surabaya, dosen UIN Sunan Ampel Surabaya, karyawan UIN Sunan Ampel Surabaya dan masyarakat luar. Komposisi nasabah Galeri Investasi Syari'ah UIN Sunan Ampel Surabaya yang dibagi menjadi 5 kelompok, berikut adalah persentasenya:



Sumber: Hasil wawancara dengan Galeri Investasi Syari'ah UIN Sunan Ampel Surabaya

**Gambar 3**  
**Diagram komposisi nasabah Galeri Investasi Syari'ah UIN Sunan Ampel Surabaya**

Dalam mengelola *target market* yaitu generasi millennial, Galeri Investasi Syari'ah UIN Sunan Ampel Surabaya melakukan beberapa cara agar *target market* tersebut mampu dicapai melalui beberapa langkah-langkah berikut ini:

1. Meningkatkan literasi pasar modal melalui pendekatan *financial planning*
2. Mengadakan edukasi pasar modal diseluruh elemen masyarakat
3. Melakukan inovasi dalam perkembangan pasar modal
4. Mengadakan *give away* melalui QnA (*Question and Answer*) soal pasar modal dan *update game* yang berhubungan dengan Pasar Modal
5. Melakukan *sharing to caring* dan *sharing discussion* tentang *financial planning* dan *financial freedom*
6. Memanfaatkan sosial media untuk mempromosikan pasar modal

Untuk mencapai *target market* yang telah ditetapkan yaitu generasi millennial dan para mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya maka Galeri Investasi Syari'ah UIN Sunan Surabaya membuat beberapa kegiatan atau program kerja. Program Kerja ini digunakan untuk melakukan edukasi Pasar Modal.

Adapun program kerja yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Membuat buku profil GIS (Galeri Investasi Syari'ah)
2. Membuat *e-book* atau modul
3. Membuat video, infografis, dan *morning news*
4. Sambang dulur
5. Grup Minion
6. Grup KSPM (Kelompok Studi Pasar Modal) dan KSPMS (Kelompok Studi Pasar Modal Syari'ah)
7. Seminar dan SPMS (Studi Pasar Modal Syari'ah)
8. Kopdar
9. *Sharing discussion*
10. Lomba
11. Ngaji Pasar Modal
12. *Tour de Faculty*
13. *Tour de Community*

Berdasarkan beberapa upaya pencapaian *target market* di atas yang paling efektif adalah kegiatan seminar. Melalui kegiatan seminar Galeri Investasi Syari'ah UIN Sunan Ampel Surabaya dapat melakukan edukasi Pasar Modal sekaligus memperoleh nasabah. Yang dampaknya kurang efektif adalah buku profil GIS (Galeri Investasi Syari'ah) dan *e-book* karena peruntukkannya hanya untuk nasabah Galeri Investasi Syari'ah UIN Sunan Ampel Surabaya.

Kendala yang dihadapi oleh Galeri Investasi Syari'ah UIN Sunan Ampel Surabaya dalam mencapai *target market* tersebut adalah sebagai berikut:

1. Minimnya pengetahuan masyarakat tentang Pasar Modal. Banyak masyarakat yang beranggapan bahwa Pasar Modal itu judi. Selain itu, mereka masih takut tentang investasi bodong.
2. Sebagian mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya yang masih belum mau menerima Pasar Modal dikarenakan mereka memiliki *mindset* yang berbeda mengenai Pasar Modal. Mahasiswa yang dimaksud adalah mahasiswa di luar Fakultas Ekonomi

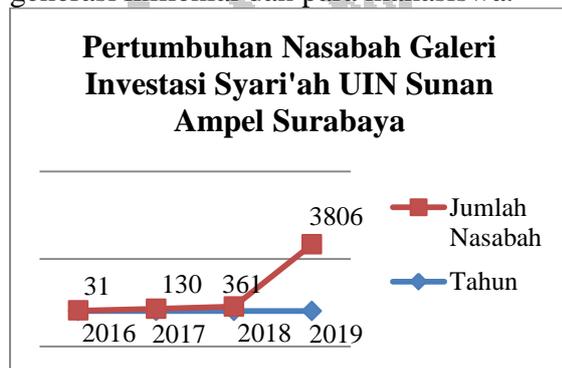
Bisnis, terutama Fakultas Usluhuddin. Fakultas ini masih memegang teguh ajaran-ajaran islam yang berpedoman pada ilmu Al-Qur'an dan tafsir. Sebagian mahasiswa dari Fakultas Usluhuddin masih beranggapan bahwa berinvestasi saham di Pasar Modal adalah haram karena dianggap sama seperti judi.

## Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di Galeri Investasi Syari'ah UIN Sunan Ampel Surabaya mengenai strategi pencapaian *target market* dapat diketahui bahwa *target market* mereka adalah para generasi millennial dan kalangan mahasiswa. Menurut Tjiptono dan Chandra (2012), *target market* adalah proses evaluasi serta pemilihan suatu segmen pasar yang dinilai paling menarik dan berpotensi dalam mensukseskan program pemasaran perusahaan secara spesifik. Berdasarkan uraian pengertian *target market* tersebut Galeri Investasi Syari'ah UIN Sunan Ampel Surabaya sudah menetapkan *target market* dengan tepat. Alasannya karena *target market* mereka yaitu generasi millennial memiliki pergerakan yang kuat terhadap kemajuan pasar modal di Indonesia, mereka mampu mengembangkan Pasar Modal, serta dimasa depan mereka adalah generasi yang akan memajukan Pasar Modal di Indonesia. Galeri Investasi Syari'ah UIN Sunan Ampel Surabaya termasuk dalam kelompok *selective specialization* yaitu perusahaan akan memilih beberapa pasar yang mampu menjadi sasarannya dan bersifat paling atraktif, serta sesuai dengan tujuan perusahaan (Tjiptono, 2012). Hal ini seperti yang dilakukan oleh Galeri Investasi Syari'ah UIN Sunan Ampel Surabaya yang menetapkan *target market* pada 2 pasar yaitu generasi millennial dan para mahasiswa. Segmentasi yang dipilih sudah tepat karena kedua *target market* tersebut bersifat paling atraktif dan dinamis dalam melakukan investasi di

Pasar Modal Indonesia, serta telah sesuai dengan tujuan Galeri Investasi Syari'ah UIN Sunan Ampel Surabaya. Berdasarkan data KSEI (Kustodian Sentral Efek Indonesia) pada tahun 2019 jumlah investor di Pasar Modal yang berasal dari generasi millennial semakin mendominasi yaitu sebesar 40,14% (KSEI, 2019). Hal ini adalah bukti bahwa generasi millennial sangat atraktif terhadap kemajuan Pasar Modal Indonesia.

Upaya yang dilakukan oleh Galeri Investasi Syari'ah UIN Sunan Ampel Surabaya dalam mencapai *target market* telah memperlihatkan hasilnya. Sejak tahun 2016 hingga tahun 2019 jumlah nasabah Galeri Investasi Syari'ah UIN Sunan Ampel Surabaya terus mengalami kenaikan. Jumlah nasabah pada tahun 2019 mengalami kenaikan yang signifikan. Hal ini dikarenakan pada tahun 2019 mulai diterapkan program menabung saham dengan modal sampah yang disebut dengan ASSALAM. Pada awal *launching* yaitu bulan September 2019 terdapat 3.178 orang yang membuka RDN (Rekening Dana Nasabah) lewat program ASSALAM. Berdasarkan data 68% dari nasabah tersebut berasal dari kelompok generasi millennial dan para mahasiswa.



Sumber: Data nasabah Galeri Investasi Syari'ah UIN Sunan Ampel Surabaya

**Gambar 4**

**Diagram pertumbuhan jumlah nasabah Galeri Investasi Syari'ah UIN Sunan Ampel Surabaya**

Evaluasi mengenai strategi pencapaian *target market* Galeri Investasi Syari'ah UIN Sunan Ampel Surabaya

digunakan untuk membantu Indopremier Sekiritas dan Galeri Investasi Syari'ah dalam rangka mempermudah untuk mencapai *target market*. Adapun evaluasinya sebagai berikut:

### Hambatan

1. Minimnya pengetahuan masyarakat tentang Pasar Modal  
Banyak masyarakat yang beranggapan bahwa Pasar Modal itu judi. Selain itu, mereka masih takut tentang investasi bodong.
2. Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya yang masih belum mau menerima Pasar Modal dikarenakan sebagian besar mahasiswa dari Fakultas Usluhuddin masih beranggapan bahwa berinvestasi saham di Pasar Modal adalah haram.

### Solusi

Dalam mengatasi hambatan yang dialami oleh Galeri Investasi Syari'ah UIN Sunan Ampel Surabaya terdapat beberapa solusi, antara lain:

- a. Melakukan edukasi Pasar Modal kepada masyarakat secara *offline* dan *online*  
Edukasi tentang pasar modal ini berupa seminar atau *sharing session* dan SPMS (Studi Pasar Modal Syari'ah). Galeri Investasi Syari'ah UIN Sunan Ampel Surabaya dapat melakukan *upload* hal-hal yang berkaitan dengan Pasar Modal di media sosial yang dimiliki seperti *instagram*, *wordpress* dan *youtube*. Apabila ingin memaparkan materi Pasar Modal yang lebih luas maka dapat digunakan media *wordpress* dalam bentuk makalah atau jurnal-jurnal, bahkan dapat melalui video edukasi yang di *upload* di *youtube*. Galeri Investasi Syari'ah UIN Sunan Ampel Surabaya juga dapat menggunakan buku profil GIS (Galeri Investasi Syari'ah) dan *e-book* sebagai media edukasi. Dilakukan dengan cara buku profil dan *e-book* jangan hanya

diperuntukan bagi nasabah tetapi disebarkan pula kepada calon nasabah. Tujuannya agar mereka lebih tau tentang profil Galeri Investasi Syari'ah dan tentunya tentang Pasar Modal.

Edukasi lain yang harus diberikan kepada masyarakat adalah mengenai investasi bodong. Edukasi ini dapat dilakukan melalui seminar atau *sharing session, morning news*, atau bahkan melalui video edukasi yang di *upload* di *youtube*. Diperlukan penjelasan kepada masyarakat bahwa investasi di Pasar Modal diawasi oleh OJK (Otoritas Jasa Keuangan). Keseluruhan data tentang pasar modal dapat diakses masyarakat di *website* resmi BEI (Bursa Efek Indonesia) yaitu [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Di sini telah tersedia berbagai macam informasi seperti data pasar, produk, perusahaan tercatat, IDX Syari'ah, anggota bursa dan partisipan, berita, peraturan, investor bahkan informasi BEI (Bursa Efek Indonesia).

- b. Memberikan kajian Pasar Modal dengan pendekatan syari'ah kepada mahasiswa Fakultas Usluhuddin UIN Sunan Ampel Surabaya

Saat ini kajian hanya dilakukan di UIN Sunan Ampel Surabaya, alternatif tambahan yang bisa dilakukan untuk melakukan kajian Pasar Modal Syari'ah adalah melalui audio visual. UIN Sunan Ampel Surabaya memiliki Laboratorium Audio Visual di Fakultas Dakwah yang terdiri dari Radio Suara Fakultas Dakwah (Sufada) FM dan stasiun Dakwah Televisi (Dtv). Galeri Investasi Syari'ah UIN Sunan Ampel Surabaya dapat melakukan kerja sama dengan pengelola Laboratorium Audio Visual tersebut untuk memberikan kajian Pasar Modal Syari'ah.

Kajian yang diberikan berupa penjelasan mengenai prinsip syari'ah di Pasar Modal Indonesia. Konteks syari'ah lebih diterima karena mereka berpegang teguh pada Al-Qur'an dan hadits. Prinsip Syari'ah di Pasar Modal telah diatur oleh Dewan Syari'ah

Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI). Peraturan tersebut diterbitkan dalam bentuk fatwa yang berhubungan dengan kegiatan investasi di Pasar Modal Syari'ah. Terdapat 17 fatwa DSN-MUI yang berhubungan dengan Pasar Modal Syari'ah, kemudian fatwa-fatwa tersebut di konversi oleh OJK (Otoritas Jasa Keuangan) ke dalam peraturan OJK No.15/POJK/04/2015. Terdapat 3 fatwa DSN-MUI yang menjadi landasan dalam pengembangan Pasar Modal syari'ah sebagai berikut (BEI, 2020):

1. Fatwa DSN-MUI No. 20/DSN-MUI/IV/2001 tentang Pedoman Pelaksanaan Investasi untuk Reksa Dana Syariah
  2. Fatwa DSN-MUI No. 40/DSN-MUI/X/2003 tentang Pasar Modal dan Pedoman Umum Penerapan Investasi Syariah di Bidang Pasar Modal
  3. Fatwa DSN-MUI No. 80/DSN-MUI/III/2011 tentang Penerapan Prinsip Syariah dalam Mekanisme Perdagangan Efek Bersifat Ekuitas di Pasar Reguler Bursa Efek
- c. Mewajibkan mahasiswa yang memprogram mata kuliah manajemen untuk membuka akun di Galeri Investasi Syari'ah UIN Sunan Ampel Surabaya
- Kebijakan ini dapat dilakukan dengan cara melakukan kerja sama dengan pihak program studi UIN Sunan Ampel Surabaya. Melalui kebijakan ini mahasiswa dapat belajar manajemen sekaligus investasi.
- d. Memaksimalkan media promosi yang dianggap paling berpengaruh dalam menarik minat nasabah untuk berinvestasi di Pasar Modal
- Beberapa upaya dan program kerja dalam mencapai *target market* kegiatan ASSALAM dan seminar yang memberikan dampak tersebar. Melalui kegiatan ASSALAM terdapat pertambahan lebih dari 3.000 nasabah. Dalam seminar yang diadakan oleh

Galeri Investasi Syari'ah UIN Sunan Ampel Surabaya setiap peserta yang mendaftar diwajibkan membuka akun rekening efek. Upaya yang dampaknya kurang begitu berpengaruh adalah buku profil GIS (Galeri Investasi Syari'ah) dan *e-book*. Hal ini dikarenakan buku profil dan *e-book* hanya diperuntukkan bagi nasabah, sehingga yang mengenal Pasar Modal dan Galeri Investasi Syari'ah hanya nasabah. Apabila masyarakat luas dapat membaca buku profil GIS dan *e-book* maka dapat membuat masyarakat tertarik untuk berinvestasi di Pasar Modal. Berdasarkan penjelasan di atas dapat diberikan solusi pada Galeri Investasi Syari'ah UIN Sunan Ampel Surabaya untuk memaksimalkan program kerja ASSALAM. Adapun *output* yang diharapkan agar semakin banyak masyarakat yang berinvestasi di Pasar Modal melalui ASSALAM.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Dalam rangka mencapai visi misi dan mensukseskan pemasarannya Galeri Investasi Syari'ah UIN Sunan Ampel Surabaya menetapkan 2 *target market* yaitu generasi millennial dan kalangan mahasiswa. Adapun alasannya karena mereka adalah golongan yang memiliki pergerakan kuat dalam terhadap kemajuan Pasar Modal Indonesia. Berdasarkan data yang diperoleh, sebesar 68% nasabah Galeri Investasi Syari'ah UIN Sunan Ampel Surabaya adalah generasi millennial. Dalam rangka untuk mencapai *target market* tersebut mereka memiliki program kerja. Salah satu program kerja yang memiliki pengaruh besar yaitu ASSALAM yang diluncurkan pada tahun 2019. Setelah adanya program ini jumlah nasabah mengalami kenaikan yang signifikan. Pada awal *launching* terdapat 3.178 yang membuka RDN (Rekening Dana Nasabah)

dan sebesar 68% adalah generasi millennial dan kaum mahasiswa.

Galeri Investasi Syari'ah UIN Sunan Ampel Surabaya memiliki 2 hambatan besar dalam mencapai *target market* tersebut. Pertama, minimnya pengetahuan masyarakat tentang Pasar Modal serta *mindset* buruk terhadap Pasar Modal. Kedua, mahasiswa Fakultas Usluhuddin UIN Sunan Ampel Surabaya belum mau menerima Pasar Modal karena sebagian besar mereka masih beranggapan bahwa investasi saham adalah judi. Solusi yang dapat digunakan yaitu melakukan edukasi pasar modal secara *online* dan *offline*, melakukan pendekatan Pasar Modal Syari'ah kepada mahasiswa Fakultas Usluhuddin, mewajibkan mahasiswa yang memprogram mata kuliah manajemen untuk membuka akun dan memaksimalkan media promosi yang paling efektif.

### **Saran**

Terdapat 2 saran bagi penelitian selanjutnya. Pertama, sebelum memulai sebuah penelitian alangkah lebih baik bagi peneliti untuk memahami terlebih dahulu konsep operasional dari obyek penelitian. Tujuannya agar saat melakukan penelitian penulis tidak kebingungan dengan istilah maupun bahasa yang terkadang terdengar asing. Setiap perusahaan memiliki strategi pemasaran yang berbeda dengan kekuatan dan kelemahannya masing-masing. Kedua, peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian serupa di perusahaan yang berbeda. Apabila ingin menggunakan obyek penelitian yang sama yaitu Galeri Investasi Syari'ah UIN Sunan Ampel Surabaya disarankan untuk melakukan penelitian dengan topik yang berbeda agar informasi yang diperoleh semakin banyak dan bervariasi.

### **Implikasi Penelitian**

Implikasi bagi Galeri Investasi Syari'ah adalah diharapkan ke depannya dalam memberikan edukasi Pasar Modal dilakukan secara kreatif dan kekinian.

Edukasi dapat dilakukan secara *online* dan *offline*. Salah satu caranya yaitu memanfaatkan media sosial secara maksimal seperti *instagram*, *wordpress*, dan *youtube*. Pelaksanaannya dapat mengadopsi dari langkah-langkah yang telah dilakukan oleh Badan yang bergerak dalam memajukan Pasar Modal Indonesia seperti Bursa Efek Indonesia (BEI). Selanjutnya yaitu pendekatan Pasar Modal Syariah bagi mahasiswa Fakultas Usluhuddin UIN Sunan Ampel Surabaya. Berdasarkan latar belakang dari Fakultas tersebut yaitu Al-Qur'an dan Hadits yang mana sebagian mahasiswanya masih memiliki *mindset* buruk tentang Pasar Modal yang dianggap seperti judi dapat diberikan penjelasan mengenai fatwa-fatwa yang diterbitkan oleh Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) mengenai Pasar Modal Syariah.

Edukasi dapat dilakukan secara *online* dan *offline*. Salah satu caranya yaitu memanfaatkan media sosial secara maksimal seperti *instagram*, *wordpress*, dan *youtube*. Pelaksanaannya dapat mengadopsi dari langkah-langkah yang telah dilakukan oleh Badan yang bergerak dalam memajukan Pasar Modal Indonesia seperti Bursa Efek Indonesia (BEI). Selanjutnya yaitu pendekatan Pasar Modal Syariah bagi mahasiswa Fakultas Usluhuddin UIN Sunan Ampel Surabaya. Berdasarkan latar belakang dari Fakultas tersebut yaitu Al-Qur'an dan Hadits yang mana sebagian mahasiswanya masih memiliki *mindset* buruk tentang Pasar Modal yang dianggap seperti judi dapat diberikan penjelasan mengenai fatwa-fatwa yang diterbitkan oleh Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) mengenai Pasar Modal Syariah.

## DAFTAR RUJUKAN

BEI. (2020). Dipetik 04 18, 2020, dari <http://www.idx.co.id/produk/saham/>

BEI. (2020). Dipetik 04 18, 2020, dari <http://www.idx.co.id/produk/surat-utang-obligasi/>

BEI. (2020). Dipetik 04 18, 2020, dari <http://www.idx.co.id/produk/reksadana/>

BEI. (2020). *Pedoman Galeri Investasi BEI*. Dipetik 03 20, 2020, dari [https://www.idx.co.id/Portals/0/StaticData/AboutUs/IDXProgram/IDXCorner/Pedoman-Galeri-Investasi-BEI-2013\\_version2-0.pdf](https://www.idx.co.id/Portals/0/StaticData/AboutUs/IDXProgram/IDXCorner/Pedoman-Galeri-Investasi-BEI-2013_version2-0.pdf)

BEI. (2020). *Fatwa dan Regulasi*. Dipetik 08 17, 2020, dari <https://www.idx.co.id/idx-syariah/fatwa-regulasi/>

DigitalLibrary. (2018). Dipetik 04 14, 2020, dari [digilib.uinsby.ac.id](http://digilib.uinsby.ac.id)

Fadlilah, A. (2019). Strategi Galeri Investasi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Negeri Mataram Dalam Upaya Meningkatkan Minat Mahasiswa Berinvestasi Di Pasar Modal Syariah. (Tugas Akhir / Skripsi, Universitas Negeri Mataram). Diunduh tanggal 08 Maret 2020 dari <https://www.trijurnal.lemlit.trhttp://etheses.uinmataram.ac.id/2878/1/Afganiatul%20Fadlillah1502131523.pdf>

GISUINSA. (2020). Dipetik 04 14, 2020, dari <http://gisuinsa.wordpress.com/about/>

GISUINSA. (2016). *Galeri Investasi Syariah Profile "Investasi Halal GaK Perlu Mahal"*. Surabaya.

Hermawan, W. (2014). *Pengertian dan Ruang Lingkup Pengambilan Keputusan*. Diunduh pada 30 Maret 2020 dari [repository.ut.ac.id](http://repository.ut.ac.id)

- [http://id.wikipwdia.org/wiki/Universitas\\_Islam\\_Negeri\\_Sunan\\_Ampel\\_Surabaya](http://id.wikipwdia.org/wiki/Universitas_Islam_Negeri_Sunan_Ampel_Surabaya). Dipetik 05 15, 2020
- IDX. (2020). Dipetik 03 17, 2020, dari IDX: <https://www.idx.co.id>
- IDX. (2020). Dipetik 03 19, 2020, dari <https://www.idx.co.id/produk/galeri-investasi-bei-komunitas-pasar-modal/>
- IDX. (2020). Dipetik 03 25, 2020, dari [https://www.idx.co.id/media/7683/20191028\\_database-galeri-investasixlsx.pdf](https://www.idx.co.id/media/7683/20191028_database-galeri-investasixlsx.pdf)
- IDX. (2020). Dipetik 04 15, 2020, dari <http://www.idx.co.id>
- IDX. (2020). Dipetik 04 15, 2020, dari <http://www.idx.co.id/produk/galeri-investasi-bei-komunitas-pasar-modal/>
- IDX. (2020). Dipetik 05 14, 2020, dari <http://www.idx.co.id/investor/sekolah-pasar-modal/>
- IDX. (2020). Dipetik 05 15, 2020, dari <http://www.idx.co.id/idx-syariah/>
- Indopremier. (2020). Dipetik 03 16, 2020, dari <https://www.indopremier.com>
- Indopremier. (2020). Dipetik 03 20, 2020, dari <https://www.indopremier.com/about.php?page=vision>
- Johnson, G. dan Kevan C. (2016). *Exploring Corporate Strategy*. Prentice Hall.
- KBBI. (2020). Dipetik 03 26, 2020, dari <https://kbbi.web.id/>
- Kartajaya, H. (2006). *Hermawan Kartajaya on Positioning*. Bandung: Mizan.
- Kotler, P. dan Kevin L. K. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- KSEI. (2019). *KSEI News*. Dipetik 05 22, 2020, dari <http://www.ksei.co.id>
- Muklis, F. (2016). Perkembangan dan Tantangan pasar modal Indonesia. 66. Diunduh pada 28 Maret 2020 dari <http://journal.febi.uinib.ac.id>
- Mustain, H. L. (2012). Analisis Pengaruh Strategi Positioning terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Starbucks Coffe di Makassar. *Skripsi Fakultas Ekonomin dan Bisnis, Universitas Hasanuddin Makassar*. Diunduh tanggal 08 Maret 2020 dari [http://repository.unhas.ac.id/bitstream/handle/123456789/1669/hasma-laelymustain\\_analisispengaruhstrategipositioningterhadapkeputusanpembelianpadaconsumenstarbuckscoffeedi~1.pdf?sequence=1](http://repository.unhas.ac.id/bitstream/handle/123456789/1669/hasma-laelymustain_analisispengaruhstrategipositioningterhadapkeputusanpembelianpadaconsumenstarbuckscoffeedi~1.pdf?sequence=1)
- Nugrahani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Surakarta.
- OJK. (2020). Dipetik 03 18, 2020, dari <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/10453>
- OJK. (2020). Dipetik 03 19, 2020, dari <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/10381>
- OJK. (2020). Dipetik 04 18, 2020, dari <http://sikapiuangmu.ojk.go.id>
- OJK. (2020). *Fatwa dan Regulasi*. Dipetik 08 17, 2020, dari <https://ojk.go.id/id/kanal/syariah/regulasi/fatwa-dsn-mui/Pages/fatwa-nomor-40-dsn-mui-x-2003.aspx>
- OJK. (2020). *Mengenal Pasar Modal Syariah*. Dipetik 08 17, 2020, dari <https://www.ojk.go.id>
- Penyusun, T. (2020). *Buku Pedoman Penulisan Tugas Akhir D3*.

Surabaya: STIE Perbanas  
Surabaya.

Prasojo, L. T. (2018). *Manajemen Strategi*.  
Yogyakarta: UNY Press. Diunduh  
tanggal 31 Maret 2020 dari  
[staffnew.uny.ac.id](http://staffnew.uny.ac.id)

Putri, B. R. (2017). *Manajemen  
Pemasaran*. Denpasar. Diunduh  
pada 31 Maret 2020 dari  
<http://simdos.unud.ac.id>

Tjiptono, F. dan Gregorius C. (2012).  
*Pemasaran Strategik*. Yogyakarta:  
Penerbit Andi

