

BAB V

PENUTUP

Pada bab ini akan menjelaskan kesimpulan, saran dan implikasi dari penelitian penulis. Kesimpulan dibuat berdasarkan tujuan penelitian penulis dan hasil penelitian yang diperoleh. Saran dan implikasi penelitian ditujukan kepada perusahaan yang digunakan sebagai obyek penelitian.

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi Indopremier Sekuritas dalam menetapkan *target market*, pengelolaan penetapan *target market* di Galeri Investasi Syari'ah, cara mencapai *target market* di Galeri Investasi Syari'ah serta untuk mengetahui hambatan yang dialami oleh Indopremier Sekuritas dalam memasarkan produknya di Galeri Investasi Syari'ah. Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa Galeri Investasi Syari'ah UIN Sunan Ampel Surabaya merupakan salah satu Galeri Investasi yang dimiliki oleh Indopremier Sekuritas. Pelaksanaan operasional Galeri Investasi Syari'ah tersebut diawasi dan dilaksanakan berdasarkan persetujuan dari Indopremier Sekuritas. Dalam pemasarannya mereka memiliki *target market* yaitu generasi millennial dan kaum mahasiswa. Adapun alasannya karena mereka adalah golongan yang memiliki pergerakan kuat terhadap kemajuan Pasar Modal di 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.

Penelitian ini memberikan manfaat bagi Galeri Investasi Syari'ah yaitu sebagai bahan pertimbangan dan referensi dalam pengambilan keputusan, khususnya dalam strategi penetapan dan pencapaian *target market* di Galeri Investasi Syari'ah UIN Sunan Ampel Surabaya.

5.2 Saran dan Implikasi Penelitian

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.

Hasil penelitian memiliki beberapa implikasi bagi Galeri Investasi Syari'ah UIN Sunan Ampel Surabaya. Kedepannya, dalam mencapai *target market* yang telah ditentukan diperlukan adanya edukasi Pasar Modal dengan cara yang 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 Syari'ah 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 Syari'ah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) mengenai Pasar Modal Syari'ah.



DAFTAR PUSTAKA

- 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/reksa-dana/>
- 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
- 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
- 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 MataramI). 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://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
- 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/hasmalaelymustain_analisispengaruhstrategipositioningterhadapkeputusanpembelianadakonsumenstarbuckscoffeedi~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

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.

