

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pasar Modal

Tandelilin (2010) mengemukakan bahwa pasar modal (*capital market*) adalah pertemuan antara pihak yang memiliki kelebihan dana dengan pihak yang membutuhkan dana dengan cara memperjual-belikan sekuritas. Dengan demikian, pasar modal juga dapat diartikan sebagai pasar untuk memperjualbelikan sekuritas yang umumnya memiliki umur lebih dari satu tahun, seperti saham, obligasi, dan reksadana sedangkan tempat di mana terjadinya jual beli sekuritas disebut dengan Bursa Efek. Oleh karena itu, bursa efek merupakan arti dari pasar modal secara fisik. Untuk kasus di Indonesia terdapat dua bursa efek yaitu Bursa Efek Jakarta (BEJ) dan Bursa Efek Surabaya (BES) yang sejak tahun 2007 bergabung dan berubah nama menjadi Bursa Efek Indonesia (BEI). Perkembangan teknologi informasi memungkinkan setiap pelaku pasar modal melakukan akses dan transaksi dari berbagai tempat, tidak harus berkumpul pada satu lantai bursa efek transaksi dapat dilakukan melalui *online trading*.

Menurut Darmadji dan Fakhruddin (2006), pasar modal adalah pasar untuk berbagai instrumen keuangan jangka panjang yang bisa diperjualbelikan, baik dalam bentuk utang, ekuitas (saham), instrumen *derivatif*, maupun instrumen lainnya. Pasar modal merupakan sarana pendanaan bagi perusahaan maupun institusi lain (misalnya pemerintah) dan sarana bagi kegiatan berinvestasi.

2.1.1 Sekolah Pasar Modal

Menurut Irfan (2018), Sekolah Pasar Modal (SPM) adalah program edukasi dan sosialisasi pasar modal yang diselenggarakan secara berkala oleh Bursa Efek Indonesia (BEI). Seluruh masyarakat umum dapat menjadi peserta sepanjang telah melakukan pendaftaran sesuai dengan syarat dan ketentuan yang berlaku.

2.1.2 Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah sebuah proses yang dilakukan oleh seseorang atau suatu organisasi berupa kegiatan mencari, membeli, menggunakan, menikmati, mengevaluasi serta melepas produk yang telah mereka pakai atau nikmati (dikonsumsi) untuk melakukan kegiatan konsumsi memenuhi kebutuhannya (Dian, 2016).

Perilaku konsumen berlaku pada beberapa tahap, yaitu pada tahap awal sebelum pembelian, saat pembelian dan setelah pembelian. Sebelum melakukan pembelian para konsumen menggali informasi tentang produk yang mereka inginkan. sedangkan pada tahap pembelian, konsumen akan melakukan transaksi dengan produsen, membayar produknya. Pada tahap setelah pembelian, konsumen menggunakan dan menikmati produk yang dibelinya, melakukan evaluasi serta melepas atau membuang produknya ketika mereka sudah bosan.

Dilihat dari pengkonsumsian suatu produk perilaku konsumen dibedakan menjadi dua, yaitu :

1. Perilaku konsumen rasional

Suatu kegiatan konsumsi bisa dikatakan rasional jika beberapa hal di bawah ini diperhatikan :

- a. Produk tersebut bisa memberikan kepuasan dan nilai guna yang optimal
- b. Produk tersebut memang benar-benar dibutuhkan oleh konsumen.
- c. Kualitas atau mutu produk tersebut terjamin atau baik.
- d. Harga suatu produk sesuai dan setara dengan kemampuan yang dimiliki oleh konsumen.

2. Perilaku konsumen irasional.

Perilaku irasional adalah kebalikan dari perilaku rasional. Suatu perilaku yang dilakukan oleh konsumen bisa dikatakan irasional apabila konsumen melakukan pembelian produk tanpa memperkirakan kegunaan dari produk tersebut, contoh perilaku irasional antara lain :

- a. Tertarik dan terpujau pada promosi dan iklan dari suatu produk baik melalui media cetak, elektronik ataupun sosial.
- b. Merk yang dimiliki hanya merk terkenal.

c. Mengutamakan gengsi atau prestise.

Menurut Fadila dkk (2013), perilaku konsumen merupakan tindakan konsumen sebelum dan setelah proses menggunakan sebuah produk atau jasa. Sehingga termasuk di dalamnya proses pencairan informasi dan di masa serta bagaimana konsumen memperoleh atau mendapatkan produk, alternatif-alternatif kepuasan yang konsumen miliki sampai akhirnya memutuskan untuk membeli produk serta bagaimana konsumen mengevaluasi produk yang telah dibelinya untuk kemudian memutuskan berhenti membeli atau membeli ulang produk tersebut, bahkan untuk beberapa produk konsumen menjadikan proses pembelian sebagai suatu kebiasaan (habit), seperti pada pembelian makanan cepat saji, memonton saluran berita pada televisi dan menggunakan jasa transportasi bis.

2.1.3 Investasi

Tandelilin (2010), menjelaskan bahwa investasi adalah komitmen atas sejumlah dana atau sumber daya lainnya yang dilakukan pada saat ini, dengan tujuan memperoleh sejumlah keuntungan di masa datang. Seorang investor membeli sejumlah saham saat ini dengan harapan memperoleh keuntungan dari kenaikan harga saham ataupun sejumlah *dividen* di masa yang akan datang, sebagai imbalan atas waktu dan risiko yang terkait dengan investasi tersebut.

Menurut Jogiyanto (2013), investasi adalah penundaan konsumsi sekarang untuk dimasukkan ke aktiva produktif selama periode waktu yang tertentu. Dengan adanya aktiva yang produktif, penundaan konsumsi sekarang untuk diinvestasikan ke aktiva yang produktif tersebut akan meningkatkan utiliti total. Definisi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, investasi diartikan sebagai penanaman uang di suatu perusahaan atau proyek untuk tujuan memperoleh keuntungan. Berdasarkan definisi di atas, investasi adalah bagaimana memanfaatkan dana saat ini untuk mendapatkan keuntungan atau menghasilkan barang yang lebih besar di masa yang mendatang.

Untuk mencapai suatu efektivitas dan efisiensi dalam keputusan investasi terdapat beberapa tujuan dalam melakukan investasi (Tandelilin: 2010), yaitu:

- a. Mendapatkan kesejahteraan atau kehidupan yang lebih baik dimasa yang akan datang. Seseorang akan berfikir bagaimana untuk dapat meningkatkan taraf hidupnya untuk memperoleh kehidupan yang lebih layak di masa depan.
- b. Membantu mengurangi tekanan inflasi.
- c. Terciptanya keuntungan dalam investasi yang berkesinambungan (*continuity*).
- d. Penghematan pajak.

2.1.4 Minat

Triwijayati dan Koesworo (2006) dengan teori sikap yaitu *Theory of Reasoned Action* mengungkapkan adanya keinginan untuk bertindak karena adanya keinginan yang spesifik untuk berperilaku. Hal ini menunjukkan bahwa niat berperilaku dapat menunjukkan perilaku yang akan dilakukan oleh seseorang.

Pengertian minat dalam kamus besar bahasa Indonesia adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu gairah atau keinginan.

Menurut Suryabrata (2002), definisi minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan suatu hal diluar dirinya. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut semakin besar minatnya.

Menurut Crow and Crow (dalam Mahmud, 1990) bahwa ada 3 faktor yang menimbulkan minat seseorang yaitu :

1. Faktor dorongan yang berasal dari dalam kebutuhan ini dapat berupa kebutuhan yang berhubungan dengan jasmani dan kejiwaan.
2. Faktor motif sosial, timbulnya minat dari seseorang dapat didorong dari motif sosial yaitu kebutuhan untuk mendapatkan penghargaan dan lingkungan dimana mereka berada.
3. Faktor emosional, faktor ini merupakan ukuran intensitas seseorang dalam menaruh perhatian terhadap sesuatu kegiatan atau obyek tertentu.

Menurut Ginting (2005) mengungkapkan bahwa definisi minat sebagai kesukaan terhadap sesuatu yang dapat berjalan seiring waktu sehingga berjalan dengan baik dan dengan terarah pada kegiatan yang merupakan suatu hal yang menjadi hobi seseorang tersebut.

Minat disini bertujuan sebagai penggerak untuk melakukan kegiatan menyenangkan hati seseorang yang menyukainya sehingga dapat memberikan semangat bagi orang tersebut terhadap suatu kegiatan yang ia lakukan. Hal ini bisa dijadikan sebagai hal yang bisa membangkitkan semangat pada diri yang menyukai sesuatu terhadap dirinya sendiri. Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa minat adalah suatu semangat yang bisa berasal dari dalam atau dari luar diri seseorang yang dapat ditunjukkan dalam seberapa kerasupaya yang dilakukan seseorang dalam melakukan sesuatu atau aktivitas yang disenanginya.

2.1.6 Motivasi

Robbin (2006) mengembangkan teori motivasi Abraham Maslow mengatakan bahwa dalam diri seseorang terdiri dari lima jenjang kebutuhan, yaitu:

- (1) Psikologis
- (2) Kebutuhan Keamanan
- (3) Kebutuhan Sosial
- (4) Kebutuhan Penghargaan
- (5) Kebutuhan Aktualisasi Diri.

Ketika seseorang sudah dapat memenuhi kebutuhan substansialnya, maka kebutuhan berikutnya akan menjadi motivasi bagi seseorang untuk melakukan tindakan selanjutnya.

2.1.7 Edukasi

Tandio (2016) mengungkapkan bahwa edukasi tentang pasar modal kepada masyarakat adalah hal yang penting di canangkan karena bermanfaat untuk meningkatkan jumlah peminat agar berinvestasi di pasar modal.

2.1.8 Manfaat Investasi

Halim (2005) menambahkan bahwa pengorbanan yang dikeluarkan saat ini bersifat pasti dan keuntungan yang diharapkan bersifat tidak pasti. Investasi dilakukan didasari oleh adanya kebutuhan masa depan atau kebutuhan saat ini yang belum mampu untuk dipenuhi saat ini, adanya keinginan untuk menambah nilai asset, serta adanya kebutuhan untuk melindungi nilai aset yang sudah dimiliki karena adanya inflasi.

2.2 Penelitian Terdahulu

Sebelum penelitian ini dilakukan, terdapat beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang akan diteliti tentang Pengaruh SPM Terhadap Minat Berinvestasi di Pasar Modal.

Kusmawati (2011) melakukan penelitian yang berjudul Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Berinvestasi di Pasar Modal Dengan Pemahaman Investasi dan Usia sebagai Variabel Moderat dengan menggunakan 95 orang sebagai sampel yang dibagikan 68 kuesioner. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang diketahui bahwa dari 10 hipotesis yang diterima hanya hipotesis 7, yaitu Usia tidak bisa memoderasi hubungan antara motivasi penghargaan dan minat investasi, sementara hipotesis yang lain ditolak. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa hanya faktor usia berpengaruh dan itupun hanya terhadap hubungan antara motivasi pemenuhan kebutuhan sosial dengan minat wanita berinvestasi di pasar modal. Sementara pengaruh faktor usia terhadap hubungan antara motivasi penghargaan dan motivasi aktualisasi diri tetap ditolak.

Pajar (2017) melakukan penelitian yang berjudul Pengaruh Motivasi Investasi dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal Pada Mahasiswa FE UNY dengan menggunakan 127 Mahasiswa sebagai populasi dengan sampel 100 responden. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa terdapat nilai sig sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$). Dari hasil nilai tersebut menunjukkan bahwa “motivasi investasi berpengaruh terhadap minat berinvestasi di pasar modal pada mahasiswa FE UNY”. Hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa terdapat nilai sig sebesar

0,000 ($0,000 < 0,05$). Dari hasil nilai tersebut menunjukkan bahwa “pengetahuan investasi berpengaruh terhadap minat berinvestasi di pasar modal pada mahasiswa FE UNY”. Hasil pengujian F_{hitung} adalah sebesar 227,363 dan $sig F_{hitung} < 5\%$ ($0,000 < 0,05$), maka disimpulkan bahwa “motivasi investasi dan pengetahuan investasi secara simultan berpengaruh terhadap minat berinvestasi di pasar modal pada mahasiswa FE UNY, dengan demikian hipotesis terbukti. Besarnya koefisien determinasi (R^2) adalah sebesar 0,824. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas secara bersama-sama mempengaruhi variabel tidak bebas sebesar 82,4% sisanya sebesar 17,6% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Hermanto (2017) melakukan penelitian yang berjudul Perilaku Mahasiswa Ekonomi di Universitas Esa Unggul Dalam Melakukan Investasi di Pasar Modal dengan menggunakan 162 responden sebagai sampel. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa temuan penelitian ini berhasil membuktikan dukungan terhadap hipotesis 1 yaitu, Motivasi Investasi berpengaruh terhadap Minat investasi mahasiswa. Hal ini dapat mendorong minat mahasiswa melakukan kegiatan investasi di pasar modal. Mahasiswa perlu diberikan pengetahuan pentingnya informasi pentingnya melakukan kegiatan investasi di pasar modal demi mendorong minat mahasiswa untuk melakukan kegiatan dipasar modal. Return investasi yang diberikan oleh kegiatan investasi berupa *dividen* dan *capital gain* mampu memberikan impact terhadap minat mahasiswa, dimana dari *dividen* dan *capital gain* tersebut dapat meningkatkan kesejahteraan hidup mahasiswa.

Cahya dan Wahono (2017) melakukan penelitian yang berjudul Perspektif Pembelajaran Berinvestasi Pasar Modal dengan *Stimulus Free Opening Account* di Galeri Investasi Universitas Sarjan Wiyata Tamansiswa dengan menggunakan 100 responden sebagai sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembelajaran pasar modal berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi saham mahasiswa UST dengan tingkat signifikansi 0.967. Pengetahuan akan produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi saham mahasiswa UST dengan tingkat signifikansi 0.113. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi saham mahasiswa UST dengan tingkat signifikansi

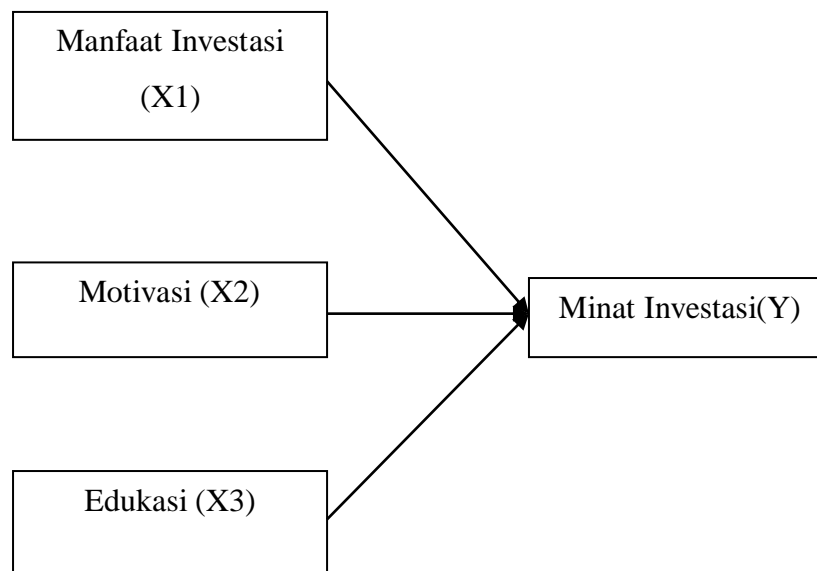
0.034. Tempat tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi saham mahasiswa UST dengan tingkat signifikansi 0.394. Pembelajaran pasar modal, pengetahuan akan produk, harga pembukaan rekening, serta tempat galeri Investasi BEI-UST secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi saham mahasiswa UST dengan tingkat signifikansi 0.006. Moderasi Stimulus Fasilitas *Free Opening Account* tidak berpengaruh signifikan terhadap pembelajaran pasar modal dengan keputusan investasi saham mahasiswa UST dengan tingkat signifikansi 0.328.

Riyadi (2016) melakukan penelitian berjudul Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Untuk Berinvestasi di Pasar Modal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel manfaat investasi berpengaruh terhadap minat investasi mahasiswa. Berdasarkan hasil uji t (parsial) variabel manfaat investasi mempunyai nilai beta sebesar 0.283 atau 28.3% dan memiliki nilai signifikansi sebesar $0.012 < 0.05$, sehingga variabel manfaat investasi memiliki pengaruh terhadap minat investasi mahasiswa di pasar modal. Hal ini disebabkan oleh mahasiswa FEBI UIN Sunan Kalijaga mengetahui akan pentingnya melakukan investasi untuk kehidupan dimasa yang akan datang seperti tunjangan untuk hari tua, kebutuhan akan dana yang mendesak, dan investasi dapat mengurangi tekanan inflasi terhadap kekayaan yang dimiliki, karena harta yang diinvestasikan akan meningkat jumlahnya apabila mendapatkan keuntungan dari investasi. Variabel modal investasi minimal berpengaruh terhadap minat investasi mahasiswa. Berdasarkan hasil uji t (parsial) variabel modal investasi minimal mempunyai nilai beta sebesar 0.275 atau 27.5% dan memiliki nilai signifikansi sebesar $0.010 < 0.05$, sehingga variabel modal investasi minimal memiliki pengaruh terhadap minat investasi mahasiswa di pasar modal. Responden sangat memperhatikan modal awal yang dikeluarkan saat melakukan investasi hal ini berkaitan dengan kestabilan keuangan bagi calon investor. Variabel motivasi berpengaruh terhadap minat investasi mahasiswa. Berdasarkan hasil uji t (parsial) variabel motivasi mempunyai nilai beta sebesar 0.239 atau 23.9% dan memiliki nilai signifikansi sebesar $0.027 < 0.05$, sehingga variabel motivasi memiliki pengaruh terhadap minat investasi mahasiswa di pasar modal calon investor akan

tertarik melakukan investasi apabila rekan, saudara dan lingkungan mereka telah melakukan investasi di pasar modal.

2.3 Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini membahas mengenai pengaruh Sekolah Pasar Modal (SPM) terhadap minat investasi mahasiswa dan mengetahui seberapa besar pengaruh tersebut terhadap minat investasi mahasiswa fakultas ekonomi dalam berinvestasi di pasar modal. Faktor-faktor yang mempengaruhi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

2.4 Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara terhadap suatu masalah penelitian yang kebenarannya harus diuji secara empiris. Berdasarkan hasil penelitian Riyadi (2016), Hermanto (2017) yang mendukung penelitian ini, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁: Manfaat investasi berpengaruh terhadap minat investasi setelah mengikuti sekolah pasar modal.

- H₂: Motivasi berpengaruh terhadap minat investasi setelah mengikuti sekolah pasar modal.
- H₃: Edukasi berpengaruh terhadap minat investasi setelah mengikuti sekolah pasar modal.
- X₁**: Manfaat Investasi berpengaruh terhadap minat investasi setelah mengikuti sekolah pasar modal.

Indikator pertama pada manfaat investasi adalah penghasilan tambahan. Mahasiswa memberikan sikap positif karena dengan melakukan kegiatan investasi di pasar modal mampu memberikan penghasilan tambahan berupa *dividen* maupun *capital gain*. Implikasinya penghasilan tambahan berupa *dividen* dan *capital gain* dapat memberikan kemauan kepada mahasiswa dalam melakukan kegiatan investasi.

Indikator kedua pada manfaat investasi adalah kesejahteraan. Mahasiswa memberikan sikap positif pada kesejahteraan hidup karena mereka berusaha meningkatkan kesejahteraan hidup mereka dengan cara melakukan kegiatan investasi di pasar modal. Proses peningkatan kesejahteraan hidup ini akan mempengaruhi mahasiswa untuk melakukan kegiatan investasi di pasar modal.

Indikator ketiga pada manfaat investasi adalah pembangunan ekonomi. Mahasiswa memberikan sikap positif terhadap pembangunan ekonomi negara dikarenakan membantu perusahaan yang terdaftar di perusahaan *go public* untuk mendapatkan modal tambahan untuk melakukan kegiatan perusahaan.

Indikator keempat pada manfaat investasi adalah manfaat di masa yang akan datang. Mahasiswa memberikan sikap positif karena dengan melakukan kegiatan investasi di pasar modal mampu menghindari nilai suatu mata uang (*time value for money*). Sikap obyektif tersebut akan mampu mendorong kegiatan mahasiswa dalam melakukan kegiatan investasi di pasar modal. Implikasinya pentingnya mahasiswa mengenai

nilai suatu mata uang dimasa mendatang akan semakin mendorong minat mahasiswa dalam melakukan kegiatan investasi.

X₂: Motivasi berpengaruh terhadap minat investasi setelah mengikuti sekolah pasar modal.

Indikator pertama pada motivasi adalah aman dari investasi bodong. Mahasiswa memberikan sikap positif karena setelah mengikuti sekolah pasar modal mahasiswa dapat terhindar dari investasi bodong. Semua jenis investasi di pasar modal dalam pengawasan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang bertugas mengontrol semua investasi yang ada di pasar modal. Dengan mengikuti sekolah pasar modal mahasiswa aman dari investasi bodong dan semua investasi yang ada di pasar modal resmi dan dalam pengawasan lembaga yang tepat.

Indikator kedua pada motivasi adalah tidak membutuhkan modal yang besar. Mahasiswa memberikan sikap positif karena setelah mengikuti sekolah pasar modal mahasiswa tidak membutuhkan modal yang besar untuk berinvestasi di pasar modal. Para investor yang ada di pasar modal di dominasi oleh mahasiswa cukup dengan modal yang sedikit mahasiswa bisa berinvestasi di pasar modal. Dengan keuntungan yang menggiurkan mahasiswa tertarik untuk berinvestasi di pasar modal

Indikator ketiga pada motivasi adalah memiliki banyak jenis investasi. Mahasiswa memberikan sikap positif karena setelah mengikuti sekolah pasar modal banyak jenis investasi yang ada dipasar modal. Ada beberapa jenis investasi di pasar modal yaitu Investasi Reksadana, Investasi Obligasi, dan Investasi Saham. Salah satu jenis investasi yang menarik minat mahasiswa adalah Reksadana. Pada investasi ini modal minimum yang dibutuhkan hanya Rp 100.000. Sehingga investor pemula yang memiliki keterbatasan modal bisa memilih investasi Reksadana sebagai alternatif investasi yang bisa diambil.

Indikator keempat pada motivasi adalah pengetahuan yang cukup tentang pasar modal. Mahasiswa memberikan sikap positif karena setelah mengikuti sekolah pasar modal mahasiswa memiliki pengetahuan yang

cukup tentang pasar modal. Dalam berinvestasi di pasar modal sangat penting untuk memahami bagaimana cara berinvestasi di pasar modal. Setiap calon investor terutama mahasiswa wajib untuk mengikuti Sekolah Pasar Modal untuk memahami cara berinvestasi dan jenis investasi yang ada di pasar modal.

X₃: Edukasi berpengaruh terhadap minat investasi setelah mengikuti sekolah pasar modal.

Indikator pertama pada edukasi adalah untuk meningkatkan jumlah investor baru. Sekolah Pasar Modal memberikan hasil positif karena meningkatkan jumlah investor baru di pasar modal. Dengan adanya Sekolah Pasar Modal dapat memberikan pengetahuan tentang pasar modal dan cara berinvestasi di pasar modal bagi para calon investor baru.

Indikator kedua pada edukasi adalah penting untuk mendapatkan edukasi pasar modal terlebih dahulu. Sekolah Pasar Modal memberikan hasil positif karena penting bagi para calon investor mendapatkan edukasi terlebih dahulu. Edukasi sangat penting bagi para calon investor untuk berinvestasi di pasar modal agar para calon investor mengetahui cara berinvestasi dan jenis investasi apa yang ada di pasar modal.

Indikator ketiga pada edukasi adalah memberi pengetahuan tentang investasi di pasar modal. Sekolah Pasar Modal memberikan hasil positif karena memberikan pengetahuan tentang pasar modal. Dengan berinvestasi di pasar modal para investor mendapatkan banyak pengetahuan dan manfaat di pasar modal. Salah satunya yaitu meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang ada di Indonesia.

Indikator keempat pada edukasi adalah memberikan informasi kepada peserta untuk cerdas mengelola keuangan. Sekolah Pasar Modal memberikan hasil positif karena memberikan informasi kepada peserta untuk cerdas mengelola keuangan. Para peserta Sekolah Pasar Modal diberikan beberapa materi pembahasan yaitu cara berinvestasi, jenis investasi, dan cerdas mengelola keuangan. Dengan mengikuti Sekolah Pasar Modal diharapkan

berinvestasi di pasar modal para peserta dapat cerdas dalam mengelola keuangan.

Y: Minat investasi setelah mengikuti sekolah pasar modal.

Indikator pada minat adalah berani dalam berinvestasi di pasar modal. Para calon investor harus memiliki keberanian yang kuat dalam berinvestasi karena resiko dalam berinvestasi sangat tinggi. Para calon investor harus pandai dalam memilih jenis investasi yang akan diambil di pasar modal.