
STRATEGI KOMUNIKASI KANTOR PERWAKILAN BURSA EFEK INDONESIA (KP BEI) JATENG II DALAM LITERASI PASAR MODAL

Oleh

Atik Nurfatmawati¹, Dedi Rismanto², Nadhiroh³

^{1,2,3} Sekolah Tinggi Agama Islam Mulia Astuti, Wonogiri

Email: ¹tanyaatiknurfatmawati@gmail.com, ²dedirismanto10@gmail.com,

³nadespos@gmail.com

Article History:

Received: 16-04-2023

Revised: 19-05-2023

Accepted: 20-06-2023

Keywords:

Communication Strategy,
Indonesian Stock Exchange
Representative Office Central
Java II, Literacy, Capital
Market

Abstract: The Central Java II Indonesia Stock Exchange Representative Office (KP BEI) has 26 Investment Galleries located in the former Surakarta Residency area. The purpose of this research is to find out the communication strategy used by KP BEI Central Java II in providing education about the capital market. The socialization process cannot be separated from the role of the Financial Services Authority (OJK) and Securities. The purpose of this study was to determine the communicator's strategy, message strategy and media use strategy in implementing capital market literacy education. The study used a qualitative descriptive approach with data sources obtained through observation, interviews and documentation. The results showed that the communicator's strategy of KP BEI Central Java II was to collaborate with educational institutions to form a capital market study group to establish an investment gallery, while also involving micro, small and medium-sized businesses that have an influence on the community. Determination of the audience strategy consists of the general public, educational institutions such as schools and colleges and business actors. Message strategy through seminars, webinars, training, talk shows, advertisements. In the communication process there are several factors that must be considered, namely the communicator as the sender of the message, the communicator as the recipient of the message, and the means of communication. After communication there is a response in the form of a response from the recipient of the message to the sender of the message. The general message is to recognize the importance of learning about stocks and saving stocks. Strategies for using media through electronic, online and social media. For example, talk shows on radio, podcasts, live Instagram and Facebook, hybrid webinars linked to YouTube.

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan ekonomi membuat orang berpikir untuk mendapatkan penghasilan selain gaji di luar tempat kerja mereka. Untuk mendapatkannya, Anda harus berinvestasi. Investasi ini merupakan kegiatan penanaman modal, baik langsung maupun tidak langsung, dengan harapan pemilik modal pada akhirnya akan memperoleh manfaat

dari hasil investasinya (Putra, I.P.S, et al, 2016). Pesatnya perkembangan teknologi dan informasi menyebabkan perubahan ilmu investasi untuk beradaptasi dengan kondisi saat ini. Saat ini, keputusan dan tindakan investasi tidak serumit dulu, ketika kedua belah pihak perlu hadir dan sepakat (Sugianto, L.O, 2020).

Strategi komunikasi yang dibangun oleh Bursa Efek Indonesia (BEI), selama ini sangat efektif disamping generasi milenial dan generasi Z, berbondong-bondong untuk berinvestasi di pasar modal, (BEI) juga mendapat keuntungan dari pengguna saham, strategi komunikasi yang di aplikasikan melalui media sosial sangatlah luar biasa, seperti pepatah “satu peluru menembus satu kepala, sedangkan satu tulisan bisa menembus ratusan hingga ribuan orang”. Di era yang semakin maju dan modern semakin pesat digitalisasi yang digunakan. Perkembangan Bursa Efek Indonesia (BEI), semakin maju ditandai dengan persaingan pasar semakin tinggi dan inovatif, dengan adanya literasi digital sangat membantu bagi para investor muda untuk mengembangkan bisnis dipasar modal, literasi digital juga sebagai sumber pengetahuan dan kecakapan, untuk menggunakan media digital, alat-alat komunikasi, atau menggunakan, membuat informasi dan memanfaatkannya secara bijak, cerdas, cermat, tepat, dan patuh hukum sesuai dengan kegunaannya dalam rangka membina komunikasi dan interaksi dalam kehidupan sehari-hari (Wikipedia).

Strategi adalah perencanaan, untuk membahas perencanaan media atau strategi komunikasi, diperoleh dua konsep utama, yaitu strategi dan komunikasi. Rencana atau strategi lebih didekati dengan konsep manajemen. Suatu strategi atau rencana pada hakekatnya adalah suatu usaha yang dilakukan secara sadar dan terus menerus serta berhasil untuk memilih alternatif terbaik di antara berbagai alternatif guna mencapai tujuan tertentu (Cangara, 2013:22). Dalam bisnis, Anda memerlukan strategi. Dengan menggunakan strategi atau rencana yang baik, tujuan kita memperkenalkan barang atau jasa akan cepat mencapai massa. Tentunya juga diimbangi dengan komunikasi yang baik. Menurut Liliweri (2011: 28), tujuan dari strategi adalah:

Tujuan utama dari strategi komunikasi adalah untuk mengumumkan ketersediaan informasi yang berkualitas (salah satu tujuan pertama dari strategi komunikasi Anda adalah untuk mengumumkan ketersediaan informasi yang berkualitas). Oleh karena itu, informasi yang akan dipromosikan sejauh mungkin terkait dengan informasi utama dari semua informasi penting ini (Liliweri, 2011: 28). Agar BEI dapat memberikan informasi sebanyak-banyaknya dari isi pesan khususnya untuk membantu menstabilkan perekonomian pasca pandemi Covid 19. Melalui bantuan surat kabar cetak dan jejaring sosial dengan gambar-gambar yang menarik. Menarik investor untuk berpartisipasi (BEI) dan bekerja sama untuk mencapai tujuan Bursa Efek Indonesia

Motivasi (*motivation*) Penyebaran informasi harus diupayakan agar informasi yang disebarluaskan dapat memotivasi masyarakat untuk menyibukkan diri. Tidak hanya mendapatkan es krim yang enak, masyarakat turut membantu mengurangi sampah atau sampah kemasan makanan atau minuman. Dengan demikian, pot dengan warna menarik yang dibuat seperti wadah es krim dapat digunakan kembali sebagai media tanam (Liliweri, 2011: 28).

Pengetahuan mengenai pengelolaan keuangan membantu setiap individu untuk membuat keputusan keuangan, khususnya keputusan dalam perencanaan investasi.

Investasi merupakan keputusan utama yang memiliki peranan penting dalam pengelolaan keuangan (*financial management*). Pemilihan investasi yang tepat dapat menghasilkan sumber pemasukan yang berkelanjutan bagi perusahaan maupun individu (Susdiani, 2017:61).

Education (edukasi) Mendidik masyarakat bahwa toples yang digunakan sebagai wadah atau kemasan es krim dapat digunakan sebagai media tanam (Liliweri, 2011: 28).

Dissemination (pemberitahuan) Salah satu tujuan dari strategi komunikasi adalah menyebarkan informasi kepada publik atau khalayak sasaran kita. Upaya yang dilakukan agar informasi yang disebarluaskan akurat dan faktual (Liliweri, 2011: 28).

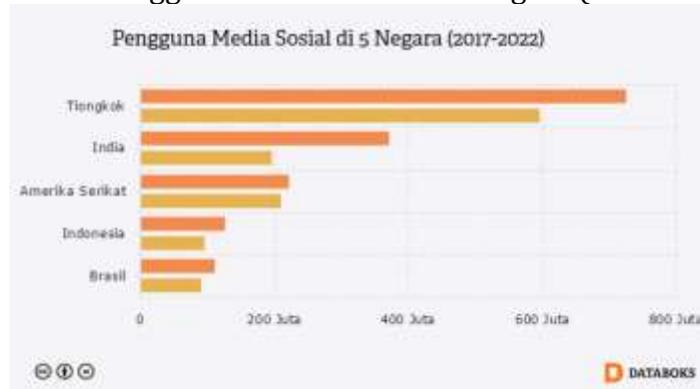
Pendukung Pengambil Keputusan (*Decision Support*) Untuk membuat keputusan, informasi dikumpulkan, diklasifikasikan, dan dianalisis sehingga dapat digunakan sebagai informasi kunci bagi para pengambil keputusan. Perencanaan atau strategi merupakan salah satu elemen terpenting dalam suatu organisasi atau manajemen, menurut Cangara (2013:23), perencanaan dilakukan sedemikian rupa sehingga dapat berfungsi untuk:

Pertama. Mengidentifikasi dan mendefinisikan masalah. 2. Memberi arahan (fokus) atau nasehat terhadap tujuan yang ingin dicapai. 3. Meminimalkan pemborosan sumber daya untuk mencapai tujuan secara efisien.

Buat perkiraan kemungkinan kendala dan hasil. 5. Melaksanakan pengendalian agar pelaksanaannya selalu dalam koridor perencanaan yang telah ditetapkan. 6. Memberikan kemampuan untuk memilih alternatif terbaik untuk mendapatkan hasil yang lebih baik. 7. Mengatasi kompleksitas dengan mencari jalan keluar dari masalah saat ini. 8. Prioritaskan apa yang perlu dilakukan terlebih dahulu. 9. Menentukan mekanisme pemantauan dan alat pengukuran untuk tujuan evaluasi. Lebih lanjut, menurut Benard Berelson dan Garry A. Stainer, komunikasi adalah: "Komunikasi adalah penyampaian informasi, ide, perasaan, keterampilan, dsb., dengan menggunakan simbol atau kata, gambar, dsb., angka, grafik, dsb. Tindakan atau proses pemberian yang sering disebut komunikasi.

Strategi komunikasi perlu digunakan dalam penanaman modal bagi investor untuk mencari keuntungan yang lebih banyak. Dan pertumbuhan pengguna media sosial di setiap negara mengalami peningkatan yang signifikan.

Gambar . Pengguna Media Sosial di 5 Negara (2017-2022)



Menurut Sunariyah pasar modal adalah suatu sistem keuangan yang terorganisir yang meliputi bank, bank umum dan semua perantara di sektor keuangan, serta semua lembaga keuangan lainnya, surat berharga yang beredar. Di sinilah para pelaku pasar, baik perorangan maupun perusahaan dengan kelebihan dana, berinvestasi pada surat berharga

yang ditawarkan emiten. Di sisi lain, di tempat ini, perusahaan (badan) yang membutuhkan modal akan menawarkan untuk menjual efek dengan mendaftarkan efek tersebut pada regulator pasar modal sebagai penerbit (Sunariyah, 2011: 4).

Berinvestasi di pasar modal tidak hanya mendatangkan keuntungan, tetapi juga membantu meningkatkan perekonomian negara. Dalam UU no. 8 Tahun 1995, pasar modal adalah kegiatan yang berkaitan dengan penawaran dan perdagangan efek kepada publik, perusahaan publik yang terkait dengan efek yang diterbitkan, serta organisasi dan profesi yang terkait dengan efek.

Pengertian pasar modal, sebagai bagian dari literasi keuangan, adalah pengetahuan keuangan dan kemampuan menerapkannya atau pengetahuan dan kemampuan (Lusardi, 2007:35). Ada pula yang mengartikan literasi keuangan sebagai kemampuan memahami pengetahuan dan keterampilan mengelola sumber daya keuangan untuk mencapai kesejahteraan. Dalam penelitian ini, istilah literasi pasar modal dan literasi keuangan dapat dipertukarkan atau dapat digunakan dalam arti yang sama sepanjang tidak secara khusus didefinisikan sebagai istilah untuk bank, asuransi, dana pensiun, pegadaian, dan lain-lain.

Direktur BEI Jateng II Wira Adibrata mengatakan penambahan itu berarti tahun ini akan ada 26 galeri investasi pasar modal di Solo Raya. Wira mengatakan, penambahan galeri investasi dilakukan tidak hanya di lingkungan kampus, tetapi juga di lingkungan kelembagaan atau masyarakat serta di tingkat SMA. Sekarang di tingkat menengah atas ada mata kuliah di pasar modal, kami ingin mendidik siswa lebih awal (www.detik.com).

Galeri Investasi merupakan komitmen dari berbagai pihak untuk bersama-sama membangun literasi dan edukasi baik di wilayah sekolah menengah atas (SMA), perguruan tinggi maupun masyarakat umum, Dengan adanya galeri investasi tersebut, pemahaman masyarakat mengenai konsep investasi yang benar diharapkan akan semakin baik, dan bisa mendorong generasi milenial dan gen Z untuk berinvestasi di pasar modal dengan bantuan Galeri Investasi.

Galeri investasi pasar modal lainnya adalah galeri investasi digital. Galeri khusus untuk instansi yang tidak memiliki kantor tetap seperti komunitas atau LSM. Adapun galeri investasi digital ini dibuat di dalam organisasi UMKM yaitu Generasi Digital Indonesia (Gradasi) di kota Surakarta. Diharapkan para pelaku komersial akan lebih memahami dan menggunakan pasar modal sebagai sarana atau peluang untuk meningkatkan kekayaan mereka. Selain empat lokasi tersebut, enam galeri investasi lainnya telah didirikan di STMIK Sinar Nusantara, Politeknik Pratama Mulia Surakarta, Fakultas Ekonomi, Universitas Nahdlatul Ulama Surakarta, Universitas Setia Budi, Fakultas Hukum dan Bisnis, Universitas Duta Bangsa Surakarta, dan galeri investasi dari Universitas Surakarta, STAIMAS Wonogiri.

Upaya Bursa Efek Indonesia (BEI). Melalui Galeri Investasi, platform berbasis teknologi informasi menjadi wadah dimana emiten (pemilik usaha) dan investor (pemegang saham) dapat menghimpun modal untuk memenuhi kebutuhan modal pemilik usaha secara berkala.

Jumlah investor pasar modal milenial di Solo paling banyak di antara kota-kota lain. Memecahkan rekor Muri, pasar modal mendobrak tembok istana dari data Bursa Efek Indonesia (BEI) Solo yang mencatat kontribusi investor generasi muda hingga 65% dari total 74.885 investor pada 2021. Jumlah investor dari kalangan milenial di Kota Solo memang paling tinggi. Mayoritas kalangan milenial di kota ini paham dan banyak yang

mencoba berinvestasi di pasar modal, pasar modal bisa membantu masyarakat untuk mendapatkan percepatan finansial yang ujungnya untuk meningkatkan kesejahteraan. Apalagi di masa pandemi yang membuat keterpurukan perekonomian saat ini. Founder Komunitas Bintang Saham Indonesia (BISA-IN), Solo termasuk salah satu kota yang punya pertumbuhan jumlah investor milenial lebih tinggi dibanding daerah lain (jateng.inews.id).

Fenomena investor pemula maupun calon investor sangat erat kaitannya dengan behavioral finance. Bukan hanya ilmu ekonomi yang hanya menjadi faktor dalam pengambilan keputusan, melainkan juga beberapa ilmu lainnya dalam hal ini menggunakan pendekatan psikologis guna mempelajari perilaku individu dalam pengambilan keputusan. Behavioral finance sendiri merupakan ilmu yang menjelaskan 2 fenomena psikologi yang mempengaruhi perilaku keuangan (Shefrin, 2005: 10).

Untuk di lingkungan SMA, ada tiga galeri investasi edukasi yang dibuka, yakni di SMA Muhammadiyah 1 Sragen, SMA MAN 2 Surakarta, dan SMK Negeri Jenawi. Meski demikian, untuk tingkat SMA tidak ada target khusus jumlah pembukaan rekening saham karena secara aturan, yakni berdasarkan Undang-Undang (UU) Pasar Modal yang boleh membuka rekening adalah yang sudah memiliki kartu tanda penduduk (KTP). BEI juga mempunyai program pelatihan Sekolah Pasar Modal (SPM). Pelatihan ini dibuka gratis untuk seluruh masyarakat, dan dibukakan rekening efek oleh perusahaan sekuritas dan bisa langsung praktik terjun di pasar modal.

Dengan adanya pasar modal kegiatan penawaran umum dan efek dari perusahaan public yang berkaitan dengan efek, dengan menyediakan alternatif bagi para investor selain alternatif investasi lainnya, yang seperti menabung di bank, membeli emas, asuransi, tanah dan bangunan dan lain sebagainya, dalam hal ini pasar modal sebagai penghubung, antara investor dengan dengan perusahaan ataupun institusi pemerintah melalui perdagangan instrumen melalui jangka Panjang seperti obligasi, saham, dan lainnya.

Literasi keuangan merupakan pemahaman, perencanaan dan pengaturan kondisi keuangan perusahaan dengan mempertimbangkan resiko sebelum mengambil keputusan untuk berinvestasi baik jangka pendek maupun jangka panjang demi kesejahteraan individu tersebut. Literasi keuangan berperan penting dalam proses pengambilan keputusan untuk melakukan investasi produk keuangan.

Kebutuhan tentang literasi keuangan belakangan ini semakin mendesak dengan adanya berbagai upaya yang dilakukan individu atau sekelompok orang untuk menawarkan investasi baik dalam sektor riil maupun non riil. Namun tidak sedikit dari investasi yang ditawarkan tersebut ternyata bodong atau berkedok penipuan. Menurut beberapa pengamat investasi, ada keyakinan bahwa banyaknya korban penipuan dalam kasus investasi bodong diakibatkan lemahnya literasi keuangan yang dimiliki korban. Otoritas Jasa Keuangan – OJK dalam penelitiannya tahun 2016 mengungkapkan masyarakat Indonesia memiliki literasi keuangan yang masih rendah dimana hanya sekitar 29% masyarakat Indonesia yang sudah melek keuangan, untungnya persentasi ini meningkat dari tahun ke tahun.

Literasi keuangan merupakan kemampuan untuk menimbang dan mengambil keputusan yang efektif sehubungan dengan penggunaan dan pengelolaan uang. (Noctor et al., 1992). Sementara literasi keuangan personal adalah kemampuan untuk membaca, menganalisa, mengatur dan mengkomunikasikan tentang keadaan keuangan personal yang

mempengaruhi kesejahteraannya secara materi, dalam hal ini termasuk cara melihat pilihan keuangan, mendiskusikan masalah keuangan tanpa ada ketidaknyamanan, rencana masa depan yang mempengaruhi keputusan keuangan setiap harinya, meliputi kegiatan dalam ekonomi secara umum (Vitt et al., 2000). Sementara menurut Kim (2001) literasi keuangan adalah kemampuan dasar yang dibutuhkan masyarakat agar dapat bertahan hidup dalam kehidupan modern. Literasi keuangan merupakan kemampuan personal untuk memahami dan membuat konsep keuangan yang berguna dalam hidupnya (Servon and Kaestner, 2008).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian adalah suatu cara ilmiah untuk mendapatkan data yang dapat diuji kebenarannya, dikembangkan, atau dibuktikan, suatu pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah dalam bidang tertentu (Sugiono, 2016)

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kualitatif dimana peneliti menggunakan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen), dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, pengambilan sample sumber dan data dilakukan secara purposive, Teknik pengumpulan data dilakukan dengan triangulasi (gabungan) analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna dari pada generalisasi(Sugiono, 2016).

Dari definisi makna diatas dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang dimaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, Tindakan lain-lain dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan Bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah (Mulyana, 2007).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bursa Efek Indonesia (BEI) bersama Otoritas Jasa Keuangan (OJK) memberikan kembali stimulus untuk pemangku kepentingan pasar modal. Khususnya perusahaan tercatat dan calon perusahaan tercatat berupa pemotongan 50 persen untuk biaya pencatatan awal saham dan pencatatan saham tambahan. Dari perhitungan nilai masing-masing biaya bagi perusahaan tercatat dan calon perusahaan tercatat, Kebijakan ini diharapkan dapat mendorong perusahaan-perusahaan di daerah, khususnya di eks Karesidenan Surakarta agar lebih tertarik lagi untuk bisa go public. Pemotongan biaya 50 persen untuk pencatatan itu bisa mendorong perusahaan di wilayah Solo bisa *listing* di BEI.

Kepala BEI Jawa Tengah II M Wira Adibrata di Solo, Selasa mengatakan hingga saat ini sekitar 100 pelaku UMKM di Solo Raya menjadi pendatang baru di Pasar Modal Indonesia. Wira mengatakan kelompok UMKM menjadi salah satu sasaran edukasi karena pelaku usaha umumnya sudah mengerti pengelolaan keuangan (jateng.antaranews.com). Meski demikian, belum tentu mereka tidak terkecoh dengan iming-iming menggiurkan investasi bodong," ia berkata. Oleh karena itu, diperlukan edukasi tentang investasi,

termasuk risiko yang dihadapi oleh pelaku usaha. Dengan begitu, kata dia, para pelaku ekonomi akan bisa lebih memahami dan memahami investasi mana yang legal dan mana yang ilegal. "Pengenalan investasi di Pasar Modal ini juga dibarengi dengan bagaimana nantinya mengatur keuangan dari hasil usahanya. Modal tetap diputar, keuntungan bisa disisihkan sebagian untuk investasi sehingga terhindar dengan inflasi,".

Wira berharap keberadaan galeri edukasi di kalangan pelaku UMKM digital dapat meningkatkan literasi dan pemahaman para wirausahawan. Pada saat yang sama, ia dapat menggunakan pasar modal sebagai sarana atau peluang untuk meningkatkan asetnya. Dengan adanya galeri edukasi di kalangan UKM digital dapat meningkatkan literasi dan pemahaman para wirausahawan. Pada saat yang sama, ia dapat menggunakan pasar modal sebagai sarana atau peluang untuk meningkatkan sumber kekayaannya (radarsolo.jawapos.com). Galeri investasi menciptakan terobosan baru agar kaum milenial dapat mengetahuinya, kemudian galeri investasi dapat memberikan edukasi literasi keuangan, saham dan keuangan syariah (solo. Suaramerdeka.com). Direktur BEI Solo Wira Adibrata mengatakan ada 26 galeri investasi yang berdiri di wilayah eks-Karesidenan Surakarta.

Kebijakan tersebut dipandang sebagai upaya mendorong pelaku usaha di daerah, termasuk Kota Solo, untuk *go public*. Pihaknya mengaku tengah menjajaki sejumlah usaha dalam mengedukasi sarana dan persyaratan memperoleh modal dari pasar modal. Sementara itu, langkah yang dihadapi perusahaan, dengan pemberian langkah-langkah stimulus untuk meringankan beban ekonomi yang dihadapi perusahaan, dapat meningkatkan optimisme pasar modal terhadap stabilitas pertumbuhan sektor domestik dan pasar modal. sektor keuangan. akan membantu perusahaan yang terdaftar dan perusahaan yang potensial untuk meningkatkan modal jangka panjang. Bursa Efek Indonesia (BEI) dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) akan terus berkoordinasi dan memantau perkembangan pasar modal Indonesia, serta mengambil langkah-langkah strategis untuk menjaga stabilitas regulasi ekonomi nasional.

Sejalan dengan visi Bursa Efek Indonesia yaitu "menciptakan bursa efek yang kompetitif dengan kredibilitas kelas dunia". Dan misinya adalah "menciptakan infrastruktur pasar keuangan yang andal dan terpercaya untuk menciptakan pasar yang tertib, adil dan efisien, serta dapat diakses oleh seluruh pemangku kepentingan melalui produk dan layanan inovatif (idx.co.id).

Perkembangan pasar modal investasi di Indonesia, saat ini mengalami peningkatan yang signifikan dibandingkan periode sebelumnya, investor kini mencapai 8,6 juta pada April 2022, meningkat 15,11 dibandingkan akhir periode 2021. Sektor keuangan tetap menjadi pilihan utama untuk investor Generasi Z dan milenial, diikuti oleh saham infrastruktur. Data lapangan menunjukkan bahwa investor dengan pendidikan SMA semakin tertarik untuk berinvestasi di pasar modal. Hingga akhir April 2022, jumlah investor lulusan SLTA mencapai 60,57 dengan nilai aset saham Rp 160,69 triliun dan nilai aset reksa dana Rp 38,08 miliar. . Disusul jenjang pendidikan S1 (29,2%), D3 (7,32%) dan S2 (2,69%). Namun, dari sisi total aset, investor dengan gelar Sarjana Pendidikan memiliki jumlah aset tertinggi dengan nilai aset ekuitas. Nilai aset saham mencapai Rp 427,51 triliun dan nilai aset reksadana mencapai Rp 106,43 triliun (kontan.co.id).

Pendekatan *SelfRegulatory Focus* merupakan skenario yang digunakan individu untuk mengatur atau menyesuaikan perilakunya dalam mencapai tujuan (Tumasjan dan Braun 2012). Pendekatan SRF ini pertama kali dikembangkan oleh Higgins (1998) dimana orientasi regulasi digambarkan sebagai perbedaan utama dalam proses dimana seseorang cenderung memilih kesenangan atau menghindari rasa sakit atau kehilangan. Teori orientasi regulasi (Higgins 1997, 1998) membandingkan dua prinsip motivasi, yaitu orientasi motivasional dan orientasi pencegahan. Penyesuaian Focused Approach mengelompokkannya menjadi dua bagian sesuai dengan kebutuhan yang berbeda, termasuk pencegahan dan promosi (Higgins 1997, 1998). Tim promosi lebih fokus pada keuntungan, kemajuan dan pencapaian dan berkomitmen tinggi. Mereka pada dasarnya dikelompokkan bersama dalam promosi ini karena kesamaan dalam mencapai tujuan, harapan dan keinginan. Di sisi lain, kelompok lindung nilai adalah mereka yang diarahkan untuk mengambil risiko tetapi berusaha menemukan cara untuk menghindari kegagalan dan kesalahan. Dan kelompok pencegahan pada dasarnya dikelompokkan berdasarkan tugas, tanggung jawab dan keselamatan. Jadi, dalam hal berinvestasi dalam produk keuangan, anggota tim lindung nilai dapat dilihat sebagai orang yang mengambil risiko investasi, tetapi selalu tahu bagaimana cara untuk berhasil atau menghindari kegagalan.

Para investor berorientasi untuk mengembangkan modal, supaya keuntungan yang didapatkannya semakin banyak. Kemajuan perusahaan tidak terlepas dari strategi komunikasi yang diterapkan BEI untuk selalu berbenah diri dan selalu mengevaluasi kinerja dalam program kerja. Selain itu investor juga siap untuk rugi dalam biaya investasi modal pasar yang di keluarkannya.

Secara khusus, Higgins (1997) menyatakan bahwa seseorang memiliki dua sistem pengaturan diri dasar. Pertama mengatur pencapaian penghargaan dan berfokus pada tujuan promosi. Yang kedua memberikan pencegahan sanksi atau konsekuensi negatif dan berfokus pada tujuan pencegahan. Tujuan promosi untuk bisa menggambarkan "diri ideal" dan mencakup harapan, keinginan, dan aspirasi, sedangkan tujuan pencegahan menggambarkan "diri khusus" dan mencakup tanggung jawab dan kewajiban. Setiap orientasi regulasi memiliki konsekuensi yang berbeda untuk kognisi, pengambilan keputusan, emosi seperti perilaku dan kinerja individu (Higgins 1997). Berdasarkan pendekatan di atas dan dipadukan dengan refleksi penulis untuk membangun hipotesis sebagai berikut: H2. Penekanan pada pengaturan diri (pencegahan dan promosi) memperkuat hubungan antara literasi keuangan dan niat investasi.

KESIMPULAN

Untuk mendorong kaum milenial dan gen Z Bursa Efek Indonesia (BEI) menyediakan pelatihan gratis dan membuka galeri investigasi yang berguna untuk panduan dan konsultasi antara investor dengan *client*, disisi lain Bursa Efek Indonesia (BEI) Harus melakukan strategi komunikasi yang efektif untuk bisa menggait konsumen baru dan bergabung di pasar modal, tak sampai situ saja Bursa Efek Indonesia (BEI) melakukan langkah-langkah strategis dengan memotivasi kaum muda dengan memberikan pelatihan gratis dan mendorong masyarakat demi kemajuan ekonomi bangsa.

Selanjutnya, fokus pada *self-regulation*, khususnya kelompok Hedging, yang cenderung memiliki niat investasi tinggi jika secara finansial savvy. Argumen lain adalah

bahwa meskipun seseorang cerdas secara finansial tetapi termasuk dalam kategori Pencegahan SRF, mereka cenderung memiliki niat investasi yang kuat. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa moderasi dalam pencegahan SRF memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap modulasi hubungan antara literasi keuangan dan niat investasi.

Pelaku komersial akan semakin paham dan mampu membedakan antara investasi legal dan ilegal. "Dengan diperkenalkannya investasi di pasar modal juga muncul cara untuk mengelola keuangan mereka nantinya dari hasil bisnis mereka. Investor berpendidikan SMA semakin tertarik untuk berinvestasi di pasar modal, tingkat SMA mencapai 60,57 dengan nilai aset saham Rp 160,69 triliun dan nilai aset dana reksa dana Rp 38,08 triliun, disusul pendidikan tinggi (29,

2%), D3 (7,32%) dan Guru (2,69%). Namun, dari sisi total aset, investor dengan gelar Sarjana Pendidikan memiliki jumlah aset tertinggi dengan nilai aset ekuitas dengan nilai aset saham mencapai Rp 427,51 triliun dan nilai aset reksadana mencapai Rp 106,43 triliun.

Sejalan dengan visi Bursa Efek Indonesia yaitu "menciptakan bursa efek yang kompetitif dengan kredibilitas kelas dunia". Dan misinya adalah "menciptakan infrastruktur pasar keuangan yang andal dan terpercaya untuk menciptakan pasar yang tertib, adil dan efisien, dan di mana semua pemangku kepentingan dapat diakses melalui produk dan layanan yang inovatif, dan semua program yang telah diselesaikan (BEI) menjadi semakin publik dan kompetitif di pasar global.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Akhmad Ulul Albab, Dedi Rismanto, Amir Mukminin, PEMBELAJARAN TAHFIDZ AL-QUR'AN ANAK-ANAK DI PONDOK PESANTREN YANBU'UL QUR'AN KUDUS, Hujjah: Jurnal Ilmiah Komunikasi dan Penyiaran Islam, 6 no. 2 (2022) 96-107.
- [2] Atik Nurfatmawati, Dedi Rismanto, Nadhiroh Nadhiroh. STRATEGI KOMUNIKASI KANTOR PERWAKILAN BURSA EFEK INDONESIA (KP BEI) JATENG II DALAM LITERASI PASAR MODAL: Journal of Innovation Research and Knowledge, 3 no.1 (2023) 4779-4788.
- [3] Cangara, Hafied. 2013. *Perencanaan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- [4] Dedi Dedi Rismanto, STRATEGI PEMASARAN PENGUSAHA UMKM DI DESA SIRNOBOYO: STRATEGI PEMASARAN PENGUSAHA UMKM DI DESA SIRNOBOYO. Jurnal Al Basirah, 2 no. 2 (2022) 125-132.
- [5] Dedi Rismanto S Sos, STRATEGI DAKWAH DI LOKALISASI SUNAN KUNING SEMARANG. <https://digilib.uin-suka.ac.id/>.
- [6] DEDI RISMANTO, ANALISIS PESAN DAKWAH DALAM ACARA MUTIARA RAMADHAN DI TVKU SEMARANG EPISODE 1-5 TAHUN 2018. IAIN SALATIGA, (2019).
- [7] Dedi Rismanto, KOMUNIKASI PERSUASIF DAKWAH ISLAM "STUDI PROGRAM NGOBROL BARENG GUS MIFTAH DI INEWS TV EDISI RAMADHAN TAHUN 2021". UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. (2021)
- [8] Dedi Rismanto, M Sos. Metode Penelitian Kualitatif dalam Manajemen Pendidikan Islam: Media Sains Indonesia, (2022) 53.
- [9] Dedi Rismanto. Analisis Pesan Dakwah Di Acara Mutiara Ramadhan Di TVKU Semarang.

- Syar: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, 1 no.2 (2021) 115-126.
- [10] Dedi Rismanto. EFEKTIFITAS DAKWAH PEKERJA SEKS KOMERSIL DI SUNAN KUNING SEMARANG, Journal of Innovation Research and Knowledge, 1 no. 7 (2021) 253-260.
- [11] Hefrin, Hersh. 2005, "A Behavioral Approach to Asset Pricing". Academic Press. USA.
- [12] Higgins ET. (1998), "Promotion and prevention: Regulatory focus as a motivational".
- [13] <https://idx.co.id/tentang-bei/ikhtisar/>
- [14] <https://jateng.antaraneews.com/berita/443553/bei-mengajak-pelaku-umkm-jadi-investor-saham>
- [15] <https://jateng.inews.id/berita/investor-pasar-modal-di-solo-tumbuh-86-persen/2>.
- [16] <https://radarsolo.jawapos.com/ekonomi/01/03/2022/fasilitas-pelajar-sma-dengan-galeri-investasi/>
- [17] <https://www.detik.com/jateng/berita/d-6022230/gratis-yuk-gabung-workshop-edukasi-pasar-modal-bincang-umkm-solo-roya>.
- [18] Liliwari, Alo. 2011. *Komunikasi: Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana.
- [19] Mukminin, Amir, Dedi Rismanto, Maragustam Siregar, Maulana Iskandar " Pemikiran Kh Hasyim Asy'ari Tentang Pendidikan Islam Dan Relevansinya Dalam Pendidikan Islam Kontemporer" Permai: Jurnal Pendidikan dan Literasi Madrasah Ibtidaiyah 1, no. 2 (2022) 1-13.
- [20] Mukminin, Amir, Dedi Rismanto, Yekti Prihatin. Pelatihan Metode Bernyanyi untuk Pembelajaran Akidah Akhlak di TPA, Transformatif: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 3 no. 2 (2022) 117-126.
- [21] Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- [22] Noctor M, Stoney S, and Stradling R. (1992), "Financial Literacy: A Discussion of Concepts".
- [23] Risma, 2023. *A Dakwah Disebuah Kelab Malam Disarkem Yogyakarta*. AL-IDZA'AH.
- [24] Servon, Lisa J and Kaestner R (2008), "Consumer Financial Literacy and the Impact of Online".
- [25] Sugianto, L.O. (2017). *Sekolah Pasar Modal oleh Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo*.
- [26] Sugiono, 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung : IKAPI
- [27] Sunariyah. 2011. *Pengantar Pengetahuan Pasar Modal*. UPP STIM YKPN. Yogyakarta