

BAB II

DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

2.1. Profil Perusahaan

Bursa Efek Indonesia (BEI) atau *Indonesia Stock Exchange* (IDX) merupakan institusi yang menyelenggarakan dan menyediakan sistem serta sarana yang mempertemukan penawaran jual beli efek pihak-pihak lain. Dulunya, Bursa Efek Jakarta (BEJ) dan Bursa Efek Surabaya (BES) merupakan dua badan yang terpisah. Kemudian, BEJ dan BES digabungkan menjadi Bursa Efek Indonesia (BEI), dimana Bursa Efek Jakarta menjadi pasar saham dan Bursa Efek Surabaya menjadi pasar obligasi serta derivatif. Bursa hasil penggabungan ini mulai beroperasi sejak 1 Desember 2007.

2.2. Visi Misi

Visi Bursa Efek Indonesia ialah menjadi bursa yang kompetitif dengan kredibilitas tingkat dunia. Sedangkan untuk misinya, Bursa Efek Indonesia berupaya menciptakan infrastruktur pasar keuangan yang terpercaya dan kredibel untuk mewujudkan pasar yang teratur, wajar, dan efisien, serta dapat diakses oleh semua pemangku kepentingan melalui produk dan layanan yang inovatif.

2.3. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan hal yang esensial karena dapat membentuk budaya perusahaan, menciptakan tujuan, meningkatkan keterikatan pada tim kerja, dan

menumbuhkan rasa komitmen pada sumber daya manusia, sehingga nilai perusahaan ini juga diaplikasikan pada Bursa Efek Indonesia. Berikut adalah nilai perusahaan dari Bursa Efek Indonesia:

- Teamwork merupakan salah satu nilai perusahaan yang ditanamkan, dimana sumber daya manusia senantiasa bekerja sama secara sinergis untuk mencapai tujuan bersama.
- Integrity ialah konsistensi antara pikiran, ucapan, dan tindakan dengan selalu menjunjung tinggi kejujuran, transparansi dan independensi sesuai dengan Nilai - nilai perusahaan dan norma yang berlaku.
- Professionalism, yaitu dapat menunjukkan sikap, appearance dan kompetensi dengan penuh tanggung jawab untuk memberikan hasil terbaik.
- Service Excellence dimana Bursa Efek Indonesia senantiasa memberikan layanan terbaik bagi stakeholders.

2.4. Logo dan Slogan

2.4.1. Logo Bursa Efek Indonesia



Gambar 2.1 Logo Bursa Efek Indonesia

Sumber: IDX (2018)

2.4.2. Slogan

Yuk Nabung Saham, sebagai slogan dari Bursa Efek Indonesia, merupakan kampanye yang untuk mengajak masyarakat sebagai calon investor agar berinvestasi di pasar modal dengan membeli saham secara rutin dan berkala.

2.5. Jenis Produk

Terdapat beberapa produk yang terdapat pada Bursa Efek Indonesia, diantaranya adalah:

- Saham

Saham telah menjadi idola bagi investor pada pasar keuangan. Melakukan penerbitan saham telah menjadi salah pilihan perusahaan untuk mendapatkan pendanaan. Sehingga dengan kata lain, saham dapat dikatakan sebagai tanda penyertaan modal investor. Selain daripada itu, saham juga digemari oleh investor karena menawarkan *return* yang menarik.

- Obligasi

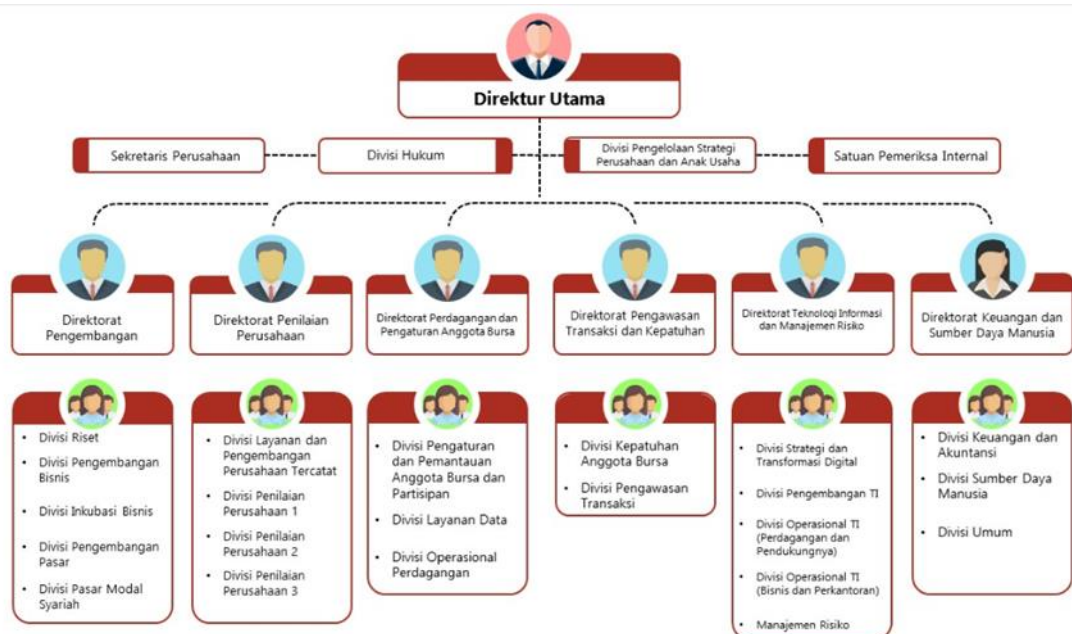
Obligasi atau yang sering disebut dengan surat utang ialah salah satu jenis investasi yang tercatat pada Bursa. Obligasi dapat didefinisikan sebagai surat utang jangka menengah panjang yang dapat dipindahtangankan, berisi janji dari pihak peminjam berupa bunga dan waktu jatuh tempo obligasi.

- Reksa Dana

Reksa dana adalah skema investasi yang dikelola secara profesional, biasanya dijalankan oleh perusahaan manajemen aset yang menyatukan sekelompok orang dan menginvestasikan uang mereka di saham, obligasi, dan sekuritas lainnya.

2.6. Struktur Organisasi

Struktur organisasi akan memberikan kejelasan kepada karyawan, membantu mengelola harapan karyawan, memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih baik, dan memberikan konsistensi. Bagan organisasi juga menetapkan tanggung jawab, mengatur alur kerja, dan memastikan tugas-tugas penting terselesaikan tepat waktu. Berikut adalah struktur organisasi yang diimplementasikan pada Bursa Efek Indonesia:



Gambar 2.2. Struktur Organisasi Bursa Efek Indonesia

Sumber: IDX (2018)

2.7. Gambaran Umum Komunitas Tjuanmuda

Komunitas Tjuanmuda merupakan komunitas yang bergerak secara daring melalui media sosial instagram dan telegram. Komunitas ini berfokus pada edukasi mengenai investasi dengan slogan yang diusung adalah “muda

berambisi, rekening terisi”. Hingga bulan Mei 2022, komunitas Tjuanmuda memiliki 132 anggota, yang mayoritas merupakan generasi milenial.

2.8. Karakteristik Responden

2.8.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Untuk mengetahui perbandingan jumlah responden laki-laki responden, maka dilakukan pendataan jenis kelamin. Berikut data responden berdasarkan jenis kelamin:

Tabel 2.1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Kategori	Frekuensi	Persentase
1.	Laki-laki	25	43.1%
2.	Perempuan	33	56.9%
Jumlah		58	100%

Sumber: data primer yang diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 2.1 dapat disimpulkan, bahwa sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan, yaitu sebanyak 33 responden (56.9%) sementara yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 25 responden (56.9%).

2.8.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Investor milenial pada Komunitas Tjuanmuda memiliki usia yang berbeda-beda, sehingga menyebabkan responden pada penelitian ini memiliki usia yang berbeda beda pula. Berikut data responden berdasarkan usia berdasarkan pengelompokan BPS:

Tabel 2.2. Responden Berdasarkan Usia

No	Kategori	Frekuensi	Persentase
1.	15-19 Tahun	4	6,9%

2.	20-24 Tahun	49	84,5%
3.	25-29 Tahun	5	8,6%
Jumlah		58	100%

Sumber: data primer yang diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 2.2 diketahui bahwa investor milenial Komunitas Tjuanmuda dengan usia terbanyak 21 tahun yaitu sebesar 34,5%. Hal ini menunjukkan bahwa Sebagian besar investor milenial Komunitas Tjuanmuda berada pada usia 21 tahun.

2.8.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan

Tingkat pendapatan secara umum didefinisikan sebagai nilai atau jumlah yang diterima individu dalam periode tertentu. Data tingkat pendapatan digunakan sebagai variabel X1 dengan melihat pengaruh tingkat pendapatan terhadap pengambilan keputusan investor.

Tabel 2.3. Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	<Rp 1.500.000	11	18.97%
2	Rp 1.500.000 – Rp 2.500.000	12	20.69%
3	Rp 2.500.000 – Rp 3.500.000	16	27.59%
4	>Rp 3.500.000	19	32.76%
Jumlah		58	100%

Sumber: Data diolah (2022)

Tabel 2.3 menunjukkan mayoritas investor pada Komunitas Tjuanmuda memiliki pendapat di atas Rp3.500.000,-, yakni menempati golongan sangat tinggi. Investor dengan golongan sangat tinggi berjumlah sebanyak 19 orang, lebih dari 30% jumlah responden. Kemudian diikuti oleh tinggi dengan persentase sebesar 27,59%, golongan sedang sebesar 20,69%, dan terakhir dengan persentase paling kecil, yaitu golongan rendah sebesar 18,97%.

2.8.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan merupakan jenjang pendidikan, yang pada penelitian ini berdasarkan Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 Data tingkat pendidikan bertujuan untuk melihat berapa banyak jumlah responden yang saat ini berlatar belakang SMA sederajat, Vokasi, S1 sederajat, dan pasca-sarjana. Selain itu, data ini juga digunakan sebagai variabel X2 dengan melihat pengaruh tingkat pendidikan terhadap pengambilan keputusan investor.

Tabel 2.4. Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	SMA sederajat	10	17.24%
2	Diploma 3	7	12.07%
3	Sarjana sederajat	38	65.52%
4	Pasca-sarjana	3	5.17%
Jumlah		58	100%

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan data di atas, mayoritas investor pada Komunitas Tjuanmuda berlatar belakang sarjana sederajat, sebanyak 38 orang, yang diikuti oleh SMA sederajat dan kemudian diploma tiga. Responden dengan latar belakang pasca-sarjana menempati posisi paling sedikit, yakni sebanyak tiga orang.