



DEPARTEMEN KEUANGAN REPUBLIK INDONESIA
BADAN PENGAWAS PASAR MODAL DAN LEMBAGA KEUANGAN

CETAK BIRU

EDUKASI MASYARAKAT

DI BIDANG PASAR MODAL
DAN LEMBAGA KEUANGAN NON BANK



2007

DAFTAR ISI

Daftar Isi	1
Bab I: Pendahuluan	2
Latar belakang	2
Pendekatan	2
Sistematika	3
Bab II: Gambaran Umum	4
Perkembangan Pasar Modal dan Lembaga Keuangan Non Bank di Tahun 2006	6
Amanat Edukasi Masyarakat dalam Master Plan Pasar Modal Indonesia 2005 – 2009	7
Bab III: Visi dan Tujuan	9
Visi	9
Tujuan	9
Bab IV: Strategi Pencapaian	10
Bab V: Program Kerja, Jangka Waktu Implementasi, dan Evaluasi	11
Program Kerja	11
Strategi 1: Meningkatkan Peran dan Partisipasi Pelaku Pasar Modal dan Lembaga Keuangan Non Bank dalam Melaksanakan Sosialisasi dan Edukasi Masyarakat	11
Strategi 2: Meningkatkan Pemanfaatan Media Massa sebagai Sarana dan Media Edukasi	11
Strategi 3: Meningkatkan Akses Masyarakat Terhadap Informasi di Bidang Pasar Modal dan Lembaga Keuangan Non Bank	11
Strategi 4: Membentuk Pusat Edukasi Pasar Modal dan Lembaga Keuangan Non Bank	11
Strategi 5: Meningkatkan Kualitas dan Kuantitas Penulisan Artikel atau Literatur Mengenai Industri Pasar Modal dan Lembaga Keuangan Non Bank	12
Strategi 6: Meningkatkan Kualitas dan Kuantitas Kerjasama dengan Media Massa; Sekolah/Perguruan Tinggi/Lembaga Pendidikan, Otoritas di Bidang Pendidikan	12
Strategi 7: Meningkatkan Peran dan Kualitas Layanan Informasi dan Pengaduan Masyarakat di Bidang Pasar Modal dan Lembaga Keuangan Non Bank	12
Strategi 8: Kerjasama dengan Otoritas dan Organisasi Keuangan Internasional untuk Mendukung Efektifitas Edukasi Masyarakat di Bidang Pasar Modal dan Lembaga Keuangan Non Bank	12
Jangka Waktu Implementasi	13
Evaluasi	15

BAB I PENDAHULUAN

Latar Belakang

Industri Pasar Modal dan Lembaga Keuangan menyediakan alternatif sarana investasi dan perencanaan keuangan bagi masyarakat. Dana yang dihimpun di pasar modal dan lembaga keuangan non-bank selanjutnya akan digunakan oleh perusahaan yang membutuhkan dana bagi operasional dan pengembangan usaha perusahaan/rumah tangga yang membutuhkannya. Pergerakan dana melalui pasar keuangan, termasuk pasar modal dan lembaga keuangan non bank adalah kunci utama pergerakan perekonomian suatu negara.

Sampai saat ini, tingkat partisipasi masyarakat di pasar modal dan lembaga keuangan masih sangat rendah. Di pasar modal yang telah melewati hari ulang tahunnya yang ke-30, jumlah rekening masyarakat di pasar modal hanya sekitar 600 ribuan atau hanya sekitar 2% dari jumlah penduduk. Begitupun dengan industri asuransi dan dana pensiun yang jumlah pengumpulan dana dari masyarakat masih sangat minim, yaitu masih kurang 2% dari PDB.

Untuk meningkatkan partisipasi dan peran serta masyarakat untuk berinvestasi lewat pasar modal dan lembaga keuangan non bank, sosialisasi Pasar Modal dan lembaga keuangan non-bank kepada masyarakat mutlak diperlukan. Peningkatan basis investor hanya dapat dicapai melalui sosialisasi, edukasi, dan penyebaran informasi dengan kualitas dan kuantitas yang tepat, sehingga kegiatan tersebut dapat berjalan secara efektif dan efisien.

Upaya sosialisasi dan edukasi pasar modal dan lembaga keuangan juga penting untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang produk investasi di pasar modal dan lembaga keuangan non-bank. Dengan peningkatan pemahaman masyarakat tersebut, masyarakat akan dapat membuat perencanaan keuangan dan menetapkan keputusan investasinya secara rasional berdasarkan prinsip kehati-hatian dan manajemen risiko. Selain itu, bentuk perlindungan investor terbaik adalah dengan membuat masyarakat "paham" finansial, meliputi pasar modal dan lembaga keuangan non-bank.

Mengingat begitu strategisnya fungsi dan peran sosialisasi dan edukasi masyarakat, Bapepam-LK sebagai regulator pasar modal dan lembaga keuangan non-bank merasa perlu untuk menetapkan Cetak Biru Edukasi Masyarakat (CBEM). CBEM merupakan pedoman arah sosialisasi dan edukasi masyarakat. Upaya sosialisasi dan edukasi ini tentunya tidak terlepas dari seluruh pihak yang terlibat dalam industri pasar modal dan lembaga keuangan non-bank. Oleh karenanya, partisipasi dan dukungan para pihak tersebut adalah kunci penting dalam penyusunan dan implementasi CBEM ini.

Pendekatan

Cetak Biru Edukasi Masyarakat di Bidang Pasar Modal dan Lembaga Keuangan Non Bank merupakan pedoman pelaksanaan dan arah pengembangan program edukasi masyarakat yang dilakukan oleh otoritas bersama *Self Regulatory Organizations* (SROs) dan seluruh pelaku pasar modal dan lembaga keuangan non bank.

Pengembangan program edukasi masyarakat ini tentunya tidak terlepas dari peran aktif dan komitmen dari seluruh pihak didalamnya. Untuk itu penyusunan Cetak Biru Edukasi Masyarakat di Bidang Pasar Modal dan Lembaga Keuangan Non Bank ini tidak hanya disusun berdasarkan pengalaman pelaksanaan edukasi masyarakat oleh Bapepam-LK tetapi juga berdasarkan pengalaman dari SROs dan pelaku pasar modal dan lembaga keuangan non bank lainnya.

Sistematika

Dalam rangka memberikan pedoman yang komprehensif bagi pelaksanaan upaya edukasi masyarakat di bidang pasar modal dan lembaga keuangan non bank di Indonesia, Cetak Biru Edukasi Masyarakat di Bidang Pasar Modal dan Lembaga Keuangan Non Bank ini diawali dengan Gambaran Umum mengenai kondisi dan perkembangan pasar modal dan lembaga keuangan non bank Indonesia dalam beberapa tahun terakhir, Visi dan Tujuan dari disusunnya cetak biru ini serta strategi pencapaian tujuan yang telah ditetapkan dalam pelaksanaan program edukasi masyarakat di bidang pasar modal dan lembaga keuangan non bank.

Selanjutnya sebagai suatu rencana strategis maka Cetak Biru Edukasi Masyarakat di Bidang Pasar Modal dan Lembaga Keuangan Non Bank ini memuat langkah-langkah berupa implementasi dari strategi yang akan ditempuh oleh otoritas pasar modal dan lembaga keuangan non bank bersama-sama dengan pelaku pasar beserta jangka waktu implementasi dan evaluasi atas pelaksanaan program edukasi masyarakat tersebut.

Susunan Cetak Biru Edukasi Masyarakat di Bidang pasar Modal dan Lembaga Keuangan Non Bank secara sistematis meliputi:

Bab I: Pendahuluan menggambarkan latar belakang, pendekatan dan sistematika Cetak Biru Edukasi Masyarakat di Bidang pasar Modal dan Lembaga Keuangan Non Bank.

Bab II: Gambaran Umum menyajikan secara ringkas mengenai kondisi dan perkembangan pasar modal Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. Selanjutnya juga dipaparkan upaya sosialisasi dan edukasi pemodal serta sasaran, strategi dan implementasi dalam Master Plan 2005-2009 terkait dengan edukasi pemodal.

Bab III: Visi dan Tujuan menjelaskan makna dari visi dan tujuan dari penerbitan Cetak Biru Edukasi Masyarakat di Bidang pasar Modal dan Lembaga Keuangan Non Bank.

Bab IV: Strategi Pencapaian menjelaskan 8 (delapan) strategi yang digunakan dalam rangka mewujudkan visi dan mencapai tujuan yang ingin dicapai dengan adanya cetak biru ini. Ketujuh strategi tersebut selanjutnya dikembangkan kedalam strategi pelaksanaan berupa implementasi dari masing-masing strategi.

Bab V: Program Kerja, Jangka Waktu Implementasi, dan Evaluasi menggambarkan secara rinci pelaksanaan strategi berupa implementasi program kerja dari masing-masing strategi. Dari 8 (delapan) strategi yang telah ditetapkan dijabarkan implementasi pelaksanaannya menjadi sebanyak 26 (dua puluh enam) program kerja yang dibagi berdasarkan jangka waktu pelaksanaannya. Program komprehensif dari edukasi masyarakat perlu memiliki fasilitas atau alat untuk mengukur kualitas dan pencapaian tujuan dari program tersebut selain itu juga harus dilakukan penilaian secara periodik dalam rangka penyempurnaan.

BAB II GAMBARAN UMUM

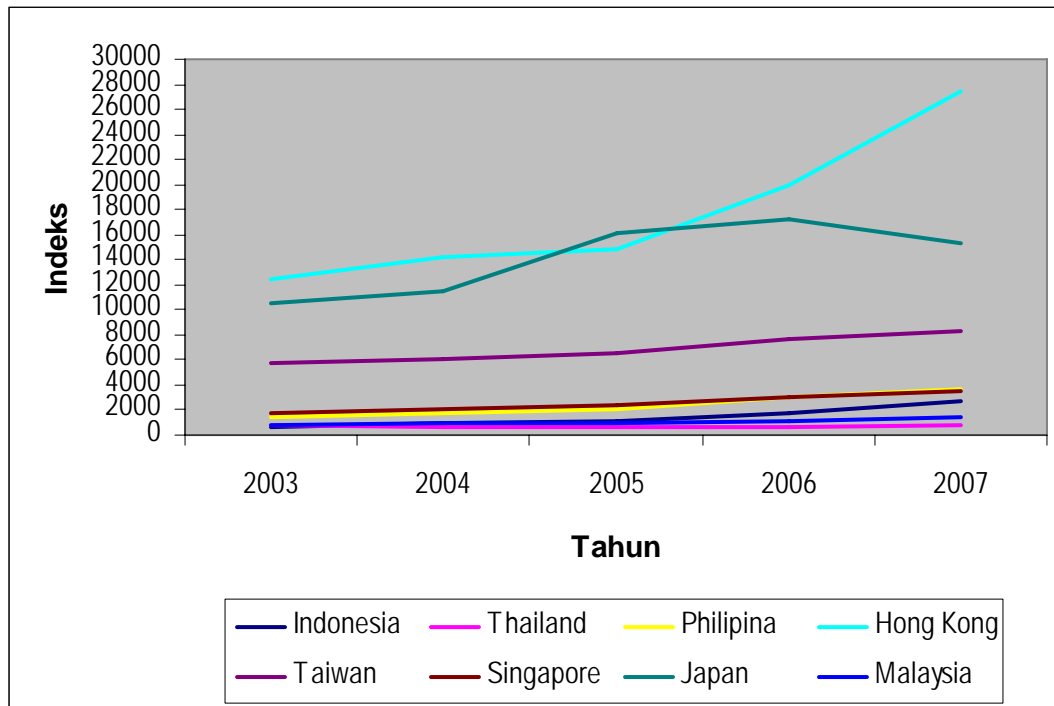
Secara umum, kinerja industri pasar modal Indonesia dalam lima tahun terakhir menunjukkan pertumbuhan yang sangat signifikan. Hal ini terlihat dari pergerakan Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) Bursa Efek Indonesia yang mengalami peningkatan rata-rata tahunan sebesar 42,18%. Peningkatan ini merupakan yang tertinggi dibandingkan dengan pergerakan indeks bursa Asia.

Tabel 1. Persentase Pertumbuhan Indeks Harga Saham Gabungan di Asia

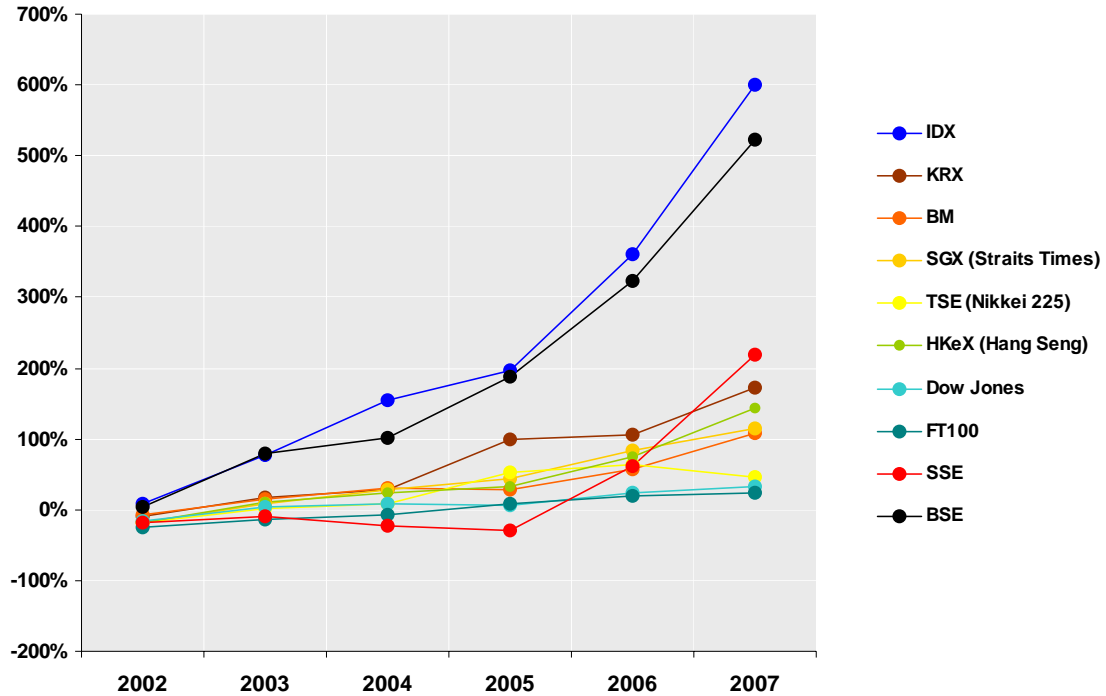
(dalam %)

Negara	2003 - 2004	2004 - 2005	2005 - 2006	2006 - 2007	Rata-rata
Indonesia	44.93	16.39	55.1	52.1	42.18
Thailand	-11.03	5.57	-4.75	26.2	4.00
Philipina	-20.43	13.41	42.3	21.4	14.17
Hong Kong	14.46	6.12	34.2	37.1	22.97
Taiwan	4.88	6.27	18.09	7.02	9.07
Singapore	18.2	13.15	27.2	15.4	18.49
Japan	8.39	40.96	6.9	-11.13	11.28
Malaysia	15.2	-1.31	21.8	32	16.92

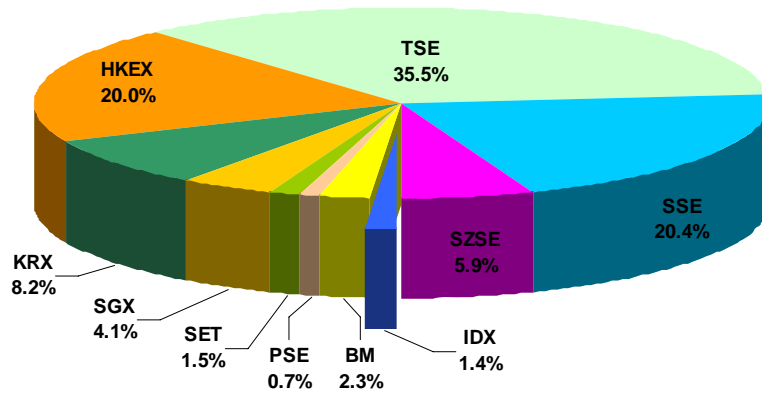
Grafik 1. Perbandingan Indeks Bursa di Asia



Grafik 2. Tingkat Pertumbuhan Indeks Bursa Efek Indonesia dibandingkan dengan Bursa Regional 2002 – 2007



Grafik 3 Kapitalisasi Pasar di Wilayah Asia Pacific Desember 2007



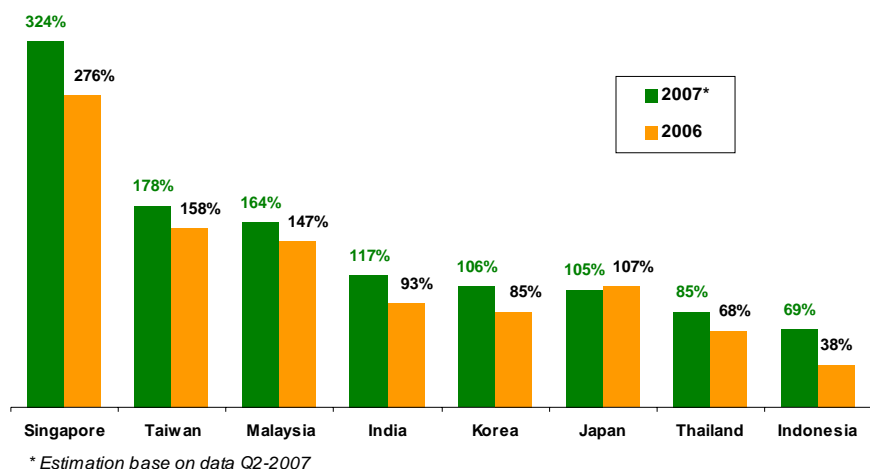
- | | |
|----------------------------------|---------------------------------|
| IDX : Indonesia Stock Exchange | KRX : Korea Exchanges |
| SET : Stock Exchange of Thailand | BM : Bursa Malaysia |
| SGX : Singapore Exchanges | TSE : Tokyo Stock Exchange |
| HKEX : Hong Kong Exchanges | SSE : Shanghai Stock Exchange |
| SZSE : Shenzhen Stock Exchange | PSE : Philippine Stock Exchange |

Perkembangan Pasar Modal dan Lembaga Keuangan Non Bank di Tahun 2007

Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) Bursa Efek Indonesia mencapai level 2.745,826 pada sesi terakhir perdagangan tanggal 28 Desember 2007 dan memosisikannya sebagai salah satu indeks bursa berkinerja terbaik di dunia tahun 2007 (posisi ke-2 setelah China) dengan prosentase peningkatan yang mencapai 52% dibandingkan IHSG tahun 2006. IHSG pada tanggal 11 Desember 2007 pernah mencapai level 2.810,962 yang merupakan indeks tertinggi sepanjang sejarah pasar modal Indonesia.

Indikator utama pasar modal lainnya juga mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Nilai kapitalisasi pasar di BEJ meningkat 59% dari Rp. 1.249,1 triliun di tahun 2006 menjadi Rp. 1.988,3 triliun di tahun 2007. Dalam periode yang sama, total nilai transaksi saham di BEJ meningkat 135,62%, dari Rp. 445,71 triliun menjadi Rp. 1.050,2 triliun di tahun 2007. Sejalan dengan peningkatan tersebut, nilai transaksi saham harian di BEJ juga meningkat 131,52%, dari Rp. 1,84 triliun/hari di tahun 2006 menjadi Rp. 4,26 triliun/hari di tahun 2007 ini.

Grafik 4 Perbandingan Kapitalisasi Pasar dengan GDP



Pertumbuhan nilai kapitalisasi pasar tersebut juga signifikan dalam meningkatkan kontribusi pasar modal Indonesia terhadap GDP kita, dari hanya 37,42% di tahun 2006 menjadi 67% di tahun 2007.

Sejak diwajibkannya pelaporan transaksi obligasi melalui sistem Penerima Laporan Transaksi Obligasi (PLTO), dalam periode

September 2006 hingga November 2007 nilai pelaporan untuk Surat Utang Negara sebesar Rp 1.423,135 triliun dan Obligasi Korporasi sebesar Rp 88,991 triliun. Rata-rata nilai pelaporan harian periode Januari hingga November 2007 mencapai Rp 5,043 triliun untuk Surat Utang Negara dan Rp 278,70 miliar untuk Obligasi Korporasi.

Industri Reksa Dana Indonesia juga menemui momentum kebangkitannya kembali pasca penurunan kinerjanya yang cukup tajam di tahun 2005. Nilai Aktiva Bersih Reksa Dana tumbuh sebesar 75,02% dari Rp 52,28 triliun di tahun 2006 menjadi Rp. 91,5 triliun di tahun 2007. Jumlah Reksa Dana mengalami peningkatan dari 399 Reksa Dana di tahun 2006 menjadi 469 Reksa Dana di tahun 2007 atau tumbuh sebesar 17,54%.

Penggabungan BEJ dan BES merupakan salah satu strategi yang telah dituangkan dalam Master Plan Pasar Modal Indonesia Tahun 2005-2009 dalam rangka restrukturisasi lembaga Bursa Efek. Penggabungan BEJ dan BES ini juga telah masuk sebagai salah satu program dalam Paket Kebijakan Sektor Keuangan (PKSK) yang telah ditetapkan pada tahun 2006. Tujuan utama dari program penggabungan ini adalah untuk menciptakan sinergi dan efisiensi dalam kegiatan di Pasar Modal Indonesia.

Pada tanggal 30 Oktober 2007, Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa (RUPSLB) BEJ dan BES telah menyetujui Rancangan Penggabungan BEJ dan BES yang kemudian dituangkan dalam Akta

Penggabungan. Selanjutnya Bursa Efek hasil penggabungan berganti nama menjadi PT. Bursa Efek Indonesia (BEI) yang resmi beroperasi menggunakan nama baru tersebut sejak tanggal 1 Nopember 2007.

Jumlah perusahaan perasuransian di Indonesia per 18 Desember 2007 adalah 378 perusahaan yang terdiri atas 144 perusahaan asuransi, 4 perusahaan reasuransi, dan 230 perusahaan penunjang usaha asuransi. Perusahaan asuransi terdiri dari 46 perusahaan asuransi jiwa, 93 perusahaan asuransi kerugian, 2 perusahaan penyelenggara program asuransi sosial & Jamsostek, dan 3 perusahaan penyelenggara asuransi untuk PNS dan TNI & Polri. Perusahaan penunjang usaha asuransi terdiri dari 145 perusahaan pialang asuransi, 23 perusahaan pialang reasuransi, 26 perusahaan penilai kerugian asuransi, 30 konsultan aktuaria, dan 6 agen asuransi.

Sampai dengan akhir tahun 2007, jumlah Perusahaan Pembiayaan yang telah mendapatkan izin usaha adalah sebanyak 217 perusahaan, Sampai dengan akhir tahun 2007, jumlah Modal Ventura yang telah mendapatkan izin usaha adalah sebanyak 59 perusahaan.

Amanat Edukasi Masyarakat dalam Master Plan Pasar Modal Indonesia 2005 - 2009

Perkembangan pasar modal dan lembaga keuangan non bank Indonesia sangat bergantung kepada peran dan kualitas para pelaku yang berkecimpung di dalamnya. Kemampuan para pelaku untuk melaksanakan tugas dan fungsinya masing-masing secara optimal dan profesional akan menciptakan kepercayaan masyarakat terhadap industri tersebut dan mendorong terciptanya pasar modal yang kompetitif. Untuk itu, peran dan kualitas pelaku pasar harus selalu ditingkatkan dari waktu ke waktu.

Keputusan investasi dari pemodal dibangun dari informasi yang diterima dan diolah berdasarkan pemahaman pemodal atas industri ini. Informasi dan tingkat pemahaman sangat berperan dalam menciptakan pemodal yang berkualitas. Penyajian informasi yang tepat waktu dan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku serta upaya sosialisasi dan edukasi pemodal dapat membantu mengeliminasi kebiasaan berinvestasi yang sifatnya *'herd habit'*.

Master Plan Pasar Modal Indonesia 2005 – 2009 telah menetapkan strategi khusus terkait dengan upaya peningkatan jumlah dan kualitas investor pasar modal Indonesia. Strategi tersebut merupakan bagian dari Sasaran III Meningkatkan Peran dan Kualitas Pelaku Pasar Modal. Adapun strategi tersebut adalah Strategi 3.6. Memperluas Basis dan Kualitas Pemodal Domestik.

Strategi 3.6. Memperluas Basis dan Kualitas Pemodal Domestik.

Jika dibandingkan dengan jumlah penduduk Indonesia, jumlah pemodal domestik di pasar modal Indonesia relatif masih kecil. Oleh karena itu, perlu diupayakan perluasan basis dan kualitas pemodal domestik sehingga dapat berperan aktif sebagai lokomotif di pasar modal Indonesia.

Terdapat beberapa hal yang perlu dilakukan dalam upaya perluasan basis dan kualitas pemodal domestik. Diantaranya adalah pelaksanaan sosialisasi dan edukasi kepada publik, pengembangan serta pemanfaatan sistem teknologi informasi, penyebaran profesi penunjang pasar modal, dukungan peraturan dan kebijakan investasi, serta pemberian perlindungan terhadap investor.

Adapun implementasi strategi tersebut adalah sebagai berikut:

Memperluas basis dan kualitas pemodal domestik	Periode
a. Meningkatkan program sosialisasi dan edukasi yang lebih terarah, terpadu, efektif dan tepat sasaran dengan melibatkan SROs dan organisasi atau asosiasi pelaku pasar yang mempunyai kepentingan secara langsung maupun tidak langsung terhadap program tersebut	2005 - 2009
b. Menyelenggarakan pendidikan dan sosialisasi ke investor publik melalui: <ul style="list-style-type: none"> • peningkatan kerjasama dengan perguruan tinggi di berbagai daerah di Indonesia • pengadaan klinik investasi di berbagai daerah secara rutin • kampanye nasional tentang berinvestasi termasuk pengenalan pasar modal 	2005 - 2009
c. Meningkatkan akses publik terhadap informasi pasar modal baik dengan cara menyediakan data dan informasi mengenai pasar modal maupun melalui penerapan <i>e-learning</i>	2005 - 2009
d. Meningkatkan jumlah dan penyebaran pemegang ijin perorangan dan profesi penunjang pasar modal di daerah	2005 - 2009
e. Menetapkan kebijakan tentang investasi di pasar modal untuk investor institusi	2006
f. Mempersiapkan skema <i>investor protection fund</i>	2009

BAB III VISI DAN TUJUAN

Visi dari Program Edukasi Masyarakat di Bidang pasar Modal dan Lembaga Keuangan Non Bank adalah dalam rangka *“mewujudkan upaya edukasi masyarakat di bidang pasar modal dan lembaga keuangan non bank yang berkelanjutan sebagai pemberi dasar keputusan & pemahaman masyarakat terhadap industri pasar modal dan jasa keuangan non bank”*.

Visi ini menggambarkan kondisi yang ideal dari program edukasi masyarakat dan dilaksanakan oleh otoritas pasar modal dan lembaga keuangan non bank bersama-sama dengan SROs dan pelaku pasar lainnya. Pencapaian visi ini tidak dapat diwujudkan hanya dengan melaksanakan satu program tertentu secara tunggal dan independen tetapi harus diupayakan secara terus menerus dan merupakan satu kesatuan dari berbagai program yang komprehensif serta dimungkinkan untuk terus disempurnakan sesuai perkembangan dan kebutuhan pasar.

Sedangkan tujuan adanya Cetak Biru Edukasi Masyarakat di Bidang pasar Modal dan Lembaga Keuangan Non Bank ini adalah untuk:

- Menciptakan program edukasi yang lebih terarah, terpadu, efektif, dan tepat sasaran dengan melibatkan organisasi atau asosiasi pelaku pasar modal dan lembaga keuangan non bank yang mempunyai kepentingan secara langsung maupun tidak langsung.
- Meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai kelembagaan, produk, dan jasa di bidang pasar modal dan jasa keuangan non bank Indonesia.
- Membangun/menumbuhkan budaya berinvestasi di pasar modal serta memanfaatkan lembaga keuangan non bank untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam berinvestasi di pasar modal Indonesia.
- Meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat mengenai prinsip kehati-hatian dan resiko investasi di pasar modal dan lembaga keuangan non bank.
- Menciptakan masyarakat yang cermat dalam berinvestasi dan peduli atas perencanaan keuangan pribadinya.
- Meningkatkan perlindungan masyarakat dari tindakan melawan hukum oleh pihak tertentu di bidang pasar modal dan lembaga keuangan non bank.

Dalam rangka mewujudkan visi dan mencapai tujuan ini diperlukan kerja keras dan komitmen dari seluruh pihak yang berkaitan dengan pasar modal dan lembaga keuangan non bank baik secara langsung maupun tidak langsung.

BAB IV STRATEGI PENCAPAIAN

Pencapaian visi dan tujuan Edukasi Masyarakat di Bidang Pasar Modal dan Lembaga Keuangan Non Bank tidak dapat dilakukan secara sepihak dari otoritas pasar modal dan lembaga keuangan non bank saja tetapi memerlukan masukan dari segenap pelaku pasar. Selain itu praktik pelaksanaan program edukasi masyarakat yang selama ini telah dilakukan dalam rangka meningkatkan pemahaman dan kepedulian masyarakatnya perlu dijadikan sebagai bahan masukan dalam menyusun strategi pencapaian visi dan tujuan edukasi masyarakat ini.

Penetapan strategi pencapaian visi dan tujuan edukasi masyarakat diperlukan sebagai pedoman pelaksanaan dan arah pengembangan dari masing-masing program edukasi masyarakat di bidang pasar modal dan lembaga keuangan non bank. Mengingat edukasi masyarakat tidak dapat dilakukan secara singkat dan bersifat musiman saja tetapi harus dilakukan secara terus-menerus dan berkelanjutan maka setiap strategi harus memiliki fleksibilitas untuk dapat disesuaikan dengan perkembangan dan kebutuhan pasar.

Adapun strategi pencapaian tersebut sebagai berikut:

1. Meningkatkan peran dan partisipasi pelaku pasar modal dan lembaga keuangan non bank dalam melaksanakan sosialisasi dan edukasi masyarakat;
2. Meningkatkan pemanfaatan media massa sebagai sarana dan media edukasi;
3. Meningkatkan akses masyarakat terhadap informasi di bidang pasar modal dan jasa keuangan non bank;
4. Membentuk pusat edukasi pasar modal dan lembaga keuangan non bank;
5. Meningkatkan kualitas dan kuantitas penulisan artikel atau literatur mengenai industri pasar modal dan lembaga keuangan non bank;
6. Meningkatkan kualitas dan kuantitas kerjasama dengan media massa; sekolah/ perguruan tinggi/ lembaga pendidikan, otoritas di bidang pendidikan;
7. Meningkatkan peran dan kualitas layanan informasi dan pengaduan masyarakat di bidang pasar modal dan LKNB;
8. Kerjasama dengan Otoritas dan Organisasi Keuangan Internasional untuk Mendukung Efektifitas CBEM di Bidang Pasar Modal dan Lembaga Keuangan Non Bank.

Selain itu agar pelaksanaan program edukasi masyarakat ini dapat berjalan dengan baik maka penyusunan materi edukasi hingga pemilihan metode pelaksanaan edukasi tersebut perlu menggunakan pendekatan kelompok target audience. Adapun kelompok target edukasi masyarakat tersebut adalah sebagai berikut:

- Kelompok pelaku pasar modal dan lembaga keuangan non bank (profesional) serta penegak hukum dan instansi pemerintah;
- Kelompok dunia pendidikan (pelajar, mahasiswa, akademisi, dan otoritas pendidikan);
- Kelompok masyarakat pemodal pasar modal dan pengguna jasa lembaga keuangan non bank;
- Kelompok masyarakat umum yang belum berinvestasi di pasar modal & memanfaatkan jasa keuangan non bank.

BAB V PROGRAM KERJA, JANGKA WAKTU IMPLEMENTASI, DAN EVALUASI**Program Kerja**

Mengingat edukasi masyarakat di bidang pasar modal dan lembaga keuangan non bank merupakan program yang berkelanjutan dan memiliki hubungan timbal balik dengan program lainnya maka implementasi strategi tersebut perlu dikelompokkan dalam program jangka pendek, menengah, dan panjang yang juga dapat disesuaikan dengan situasi dan kondisi masyarakat serta perkembangan atau kebutuhan dari industri pasar modal dan lembaga keuangan non bank.

Adapun program kerja dari masing-masing strategi sebagai berikut:

Strategi 1: Meningkatkan Peran dan Partisipasi Pelaku Pasar Modal dan Lembaga Keuangan Non Bank dalam Melaksanakan Sosialisasi dan Edukasi Masyarakat

Implementasi:

1. Berpartisipasi aktif dalam kegiatan sosialisasi dan edukasi pasar modal dan lembaga keuangan non bank yang diprakarsai oleh organisasi atau asosiasi pelaku pasar modal dan lembaga keuangan non bank
2. Menyusun program kampanye nasional berinvestasi di pasar modal (a.l. meliputi : roadshow berkala)

Strategi 2: Meningkatkan Pemanfaatan Media Massa sebagai Sarana dan Media Edukasi

Implementasi:

1. Pembuatan iklan atau cerita singkat mengenai kelembagaan, produk dan jasa di bidang pasar modal dan lembaga keuangan non bank di televisi atau radio atau media cetak
2. Mendorong pelaku pasar modal & lembaga keuangan non bank untuk melakukan sosialisasi & edukasi melalui media elektronik & cetak secara berkesinambungan
3. Kerjasama dengan TVRI, RRI dan televisi atau radio lainnya untuk menyiarkan iklan layanan publik tentang pasar modal atau talkshow/diskusi mengenai pasar modal & lembaga keuangan non bank

Strategi 3: Meningkatkan Akses Masyarakat Terhadap Informasi di Bidang Pasar Modal dan Lembaga Keuangan Non Bank

Implementasi:

1. Pembuatan website investor education atau fasilitas e-learning
2. Mendorong pelaku pasar untuk memanfaatkan teknologi informasi dalam mensosialisasikan dan mempromosikan pasar modal dan lembaga keuangan non bank
3. Mendorong SROs dan Perusahaan Efek untuk memperbanyak fasilitas akses melalui pendirian Pojok BEJ/PIPM dan pembukaan kantor cabang di daerah-daerah yang memiliki potensi
4. Optimalisasi dan peningkatan kualitas Pusat Referensi Pasar Modal

Strategi 4: Membentuk Pusat Edukasi Pasar Modal dan Lembaga Keuangan Non Bank

Implementasi:

1. Mempersyaratkan perguruan tinggi yang telah menandatangani MOU dengan Bapepam-LK untuk membentuk Pusat Edukasi Pasar Modal

2. Penyusunan/penyempurnaan kurikulum mata kuliah pasar modal di perguruan tinggi yang telah menandatangani MOU dengan Bapepam-LK
3. Mendorong pemanfaatan Pojok Bursa/PIPM di kampus-kampus oleh mahasiswa dan masyarakat sekitar

Strategi 5: Meningkatkan kualitas dan kuantitas penulisan artikel atau literatur mengenai industri pasar modal dan lembaga keuangan non bank

Implementasi:

1. Mendorong penulisan dan penerbitan buku oleh para pelaku pasar dan kalangan akademisi yang memiliki pengalaman dan keahlian di bidang pasar modal dan lembaga keuangan non bank
2. Kontes pembuatan komik atau kartun tentang pasar modal dan lembaga keuangan non bank untuk audience kalangan muda
3. Optimalisasi penerbitan majalah atau media komunikasi cetak dari otoritas, SROs dan asosiasi pelaku pasar.
4. Lomba/kontes penulisan artikel tentang pasar modal dan lembaga keuangan non bank

Strategi 6: Meningkatkan Kualitas dan Kuantitas Kerjasama dengan Media Massa; Sekolah/Perguruan Tinggi/Lembaga Pendidikan, Otoritas di Bidang Pendidikan

Implementasi:

1. Penandatanganan MOU dengan lembaga pendidikan dan lembaga pemerintah/swasta
2. Seminar/workshop/training pasar modal bagi pengajar, mahasiswa, pelajar, maupun kalangan otoritas pendidikan untuk mendorong penetapan pasar modal dalam kurikulum sekolah
3. Distribusi informasi pasar modal dan LKNB ke sekolah dan perguruan tinggi
4. Program workshop/training/lomba terencana dan terarah bagi masyarakat khususnya pelajar/mahasiswa dan jurnalis

Strategi 7: Meningkatkan Peran dan Kualitas Layanan Informasi dan Pengaduan Masyarakat Di Bidang Pasar Modal dan LKNB

Implementasi:

1. Penyediaan fasilitas (sarana dan prasarana) layanan informasi pasar modal dan LKNB (information desk & press room)
2. Penyediaan fasilitas pelayanan laporan dan pengaduan (complaint desk)
3. Pembentukan Satuan Tugas Penanganan Penghimpunan Dana dan Investasi Ilegal
4. Pengembangan database pengaduan

Strategi 8: Kerjasama dengan Otoritas dan Organisasi Keuangan Internasional untuk Mendukung Efektifitas CBEM di Bidang Pasar Modal dan Lembaga Keuangan Non Bank

Implementasi:

1. Pemanfaatan dana dan atau bantuan teknis dari lembaga keuangan internasional untuk meningkatkan kualitas dan efektivitas implementasi program CBEM di bidang pasar modal dan lembaga keuangan non bank

2. Optimalisasi kerjasama kelembagaan bilateral dengan otoritas pasar modal dan atau lembaga keuangan negara lain untuk meningkatkan kualitas dan efektivitas implementasi program CBEM di bidang pasar modal dan lembaga keuangan non bank

Jangka Waktu Implementasi

Program	Output	Pihak yang Terkait	Target Waktu
Strategi 1: Meningkatkan Peran dan Partisipasi Pelaku Pasar Modal dan Lembaga Keuangan Non Bank dalam Melaksanakan Sosialisasi dan Edukasi Masyarakat			
Strategi 1.1.	Seminar/workshop/training	Bapepam-LK, SROs dan Asosiasi Pelaku Pasar Modal dan Lembaga Keuangan Non Bank	2008 - seterusnya
Strategi 1.2.	Program Kampanye Nasional tentang Berinvestasi	Bapepam-LK, SROs dan Asosiasi Pelaku Pasar Modal	2008 - 2010
Strategi 2: Meningkatkan Pemanfaatan Media Massa sebagai Sarana dan Media Edukasi			
Strategi 2.1.	Iklan atau klip informasi tentang pasar modal dan LKNB	Bapepam-LK	2009 - 2009
Strategi 2.2.	Iklan dan Promosi	SROs dan pelaku pasar modal	2009 - 2010
Strategi 2.3.	Talkshow/diskusi dan Iklan Layanan Publik tentang pasar modal dan LKNB	Bapepam-LK	2008 - 2010
Strategi 3: Meningkatkan Akses Masyarakat Terhadap Informasi di Bidang Pasar Modal dan Lembaga Keuangan Non Bank			
Strategi 3.1.	Website Investor Education (e-learning)	Bapepam-LK	2008 - 2009
Strategi 3.2.	Website dan layanan on-line dari Perusahaan Efek	Bapepam-LK, Perusahaan Efek	2009
Strategi 3.3.	Pojok Bursa/PIPM dan kantor cabang	Bapepam-LK, Bursa Efek dan Perusahaan Efek	2008 - 2010
Strategi 3.4.	Pusat Referensi Pasar Modal	Bapepam-LK dan PRPM	2008 - seterusnya
Strategi 4: Membentuk Pusat Edukasi Pasar Modal dan Lembaga Keuangan Non Bank			
Strategi 4.1.	Pusat Edukasi Pasar Modal dan LKNB di perguruan tinggi yang telah menandatangani MOU dengan Bapepam-LK	Bapepam-LK, Perguruan Tinggi	2008 - 2009
Strategi 4.2.	Kurikulum Mata Kuliah Pasar Modal	Bapepam-LK, Perguruan Tinggi	2008 - 2010
Strategi 4.3.	Peningkatan penggunaan Pojok Bursa/PIPM	Bapepam-LK, SROs dan Perguruan Tinggi	2008 - 2010

Strategi 5: Meningkatkan kualitas dan kuantitas penulisan artikel atau literatur mengenai industri pasar modal dan lembaga keuangan non bank			
Strategi 5.1.	Tulisan dan buku tentang pasar modal	Bapepam-LK, pelaku pasar dan akademisi	2008 - 2010
Strategi 5.2.	Komik atau kartun tentang pasar modal dan LKNB	Bapepam-LK dan seluruh masyarakat	2008 - 2009
Strategi 5.3.	Majalah atau Media Komunikasi reguler	Bapepam-LK, SROs dan Asosiasi Pelaku Pasar Modal dan LKNB	2008 - 2010
Strategi 5.4.	Lomba/kontes penulisan artikel tentang pasar modal dan LKNB	Bapepam-LK dan seluruh masyarakat	2009
Strategi 6: Meningkatkan Kualitas dan Kuantitas Kerjasama dengan Media Massa; Sekolah/Perguruan Tinggi/Lembaga Pendidikan, Otoritas di Bidang Pendidikan.			
Strategi 6.1.	Nota Kesepahaman Bersama (MOU)	Bapepam-LK , Lembaga pendidikan dan instansi pemerintah/swasta	2008 - seterusnya
Strategi 6.2.	Seminar/workshop/training bagi kalangan dunia pendidikan	Bapepam-LK dan SROs	2008 - 2010
Strategi 6.3.	Informasi pasar modal dan LKNB	Bapepam-LK	2008 - seterusnya
Strategi 6.4.	Workshop/training/lomba bagi jurnalis	Bapepam-LK dan SROs	2008 - 2010
Strategi 7: Meningkatkan Peran dan Kualitas Layanan Informasi dan Pengaduan Masyarakat Di Bidang Pasar Modal dan LKNB			
Strategi 7.1.	Fasilitas (<i>information desk</i> dan <i>press room</i>) layanan informasi pasar modal	Bapepam-LK	2008 - seterusnya
Strategi 7.2.	Fasilitas (<i>complaint desk</i>) pelayanan pelaporan dan pengaduan	Bapepam-LK	2008 - seterusnya
Strategi 7.3.	Satuan Tugas Penanganan Investasi Ilegal	Bapepam-LK, BI, Bappebti, Dep.Perdagangan, PPATK, dan Polri	2007 - seterusnya
Strategi 7.4.	Data base pengaduan	Bapepam-LK	2008
Strategi 8: Kerjasama dengan Otoritas dan Organisasi Keuangan Internasional untuk Mendukung Efektifitas Edukasi Masyarakat di Bidang Pasar Modal dan Lembaga Keuangan Non Bank			
Strategi 8.1.	Kerjasama dengan lembaga keuangan internasional dalam pelaksanaan program edukasi masyarakat di bidang pasar modal dan lembaga keuangan non bank	Bapepam-LK dan lembaga keuangan internasional	2008 - 2010
Strategi 8.2.	Kerjasama dengan otoritas pasar modal atau lembaga keuangan negara lain dalam pelaksanaan program edukasi masyarakat di bidang pasar modal dan lembaga keuangan non bank	Bapepam-LK, otoritas pasar modal, dan lembaga keuangan negara lain	2008 - 2010

Evaluasi

Program komprehensif dari edukasi masyarakat perlu memiliki fasilitas atau alat untuk mengukur kualitas dan pencapaian tujuan dari program tersebut selain itu juga harus dilakukan penilaian secara periodik dalam rangka penyempurnaan.

Untuk itu perlu dibentuk tim evaluasi program edukasi masyarakat di bidang pasar modal dan lembaga keuangan non bank yang antara lain bertugas untuk:

1. menyusun metodologi penilaian termasuk indikator efektifitas pelaksanaan program;
2. memonitor pelaksanaan program edukasi masyarakat;
3. Menyusun laporan hasil evaluasi pelaksanaan program dan merekomendasikan penyempurnaan program kepada pimpinan.



BAPEPAM – L K

Gedung 16 Lantai Depkeu RI
Jl. Lapangan Banteng Timur Raya No.1 – 4
Jakarta 10710
Tel : (021) 3858001
Fax : (021) 3857917
Website: <http://www.bapepam.go.id>
<http://www.bapepam.lk.depkeu.go.id>
