



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Literasi keuangan, merupakan suatu hal yang penting untuk dimiliki oleh setiap anggota masyarakat Indonesia, dari segala kalangan. Literasi keuangan sendiri secara umum dapat diartikan sebagai pengetahuan mengenai lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan yang ditawarkan. Hal ini dirasa penting untuk dimiliki oleh masyarakat Indonesia sebab, literasi keuangan yang baik dapat membantu masyarakat dalam memahami manfaat dan kegunaan produk dan jasa yang ditawarkan oleh lembaga jasa keuangan, yang saat ini jumlah maupun jenisnya semakin banyak. Sehingga, dengan memiliki literasi keuangan, masyarakat diharapkan dapat memilih produk dan jasa keuangan yang paling sesuai dengan kebutuhan pribadi setiap anggota masyarakat. Hal ini merupakan salah satu alasan yang mendorong dibentuknya Otoritas Jasa Keuangan (OJK) di Indonesia.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) merupakan sebuah lembaga yang independen dan bebas dari campur tangan pihak lain, yang mempunyai fungsi, tugas, dan wewenang pengaturan, pengawasan, pemeriksaan, serta penyidikan sektor jasa keuangan di Indonesia. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dibentuk berdasarkan Undang - Undang Nomor 21 Tahun 2011 tentang Otoritas Jasa Keuangan. Pada masa sebelum Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dibentuk, pengawasan lembaga jasa keuangan di industri pasar modal dan industri keuangan non-bank dilakukan oleh

Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan (Bapepam-LK), dan industri perbankan diawasi oleh Bank Indonesia (BI). Selain itu, pembentukan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dilatarbelakangi oleh adanya kebutuhan untuk melakukan penataan kembali lembaga – lembaga yang melaksanakan fungsi pengaturan dan pengawasan di sektor jasa keuangan.

Salah satu tujuan dibentuknya Otoritas Jasa Keuangan (OJK) adalah untuk melindungi kepentingan konsumen dan masyarakat terhadap pelanggaran atas Undang – Undang dan Peraturan di sektor jasa keuangan yang berada di bawah kewenangan Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Memperhatikan tujuan yang dimaksud, salah satu peran Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sesuai dengan amanat Pasal 28 huruf (a) UU No. 21 Tahun 2011, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mempunyai kewajiban untuk memberikan informasi dan edukasi kepada masyarakat atas karakteristik sektor jasa keuangan, layanan, dan produknya. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) melalui bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen (EPK) tepatnya pada Direktorat Literasi dan Edukasi Keuangan (DLEK) melakukan program sosialisasi literasi keuangan kepada masyarakat dengan harapan bahwa tingkat pengetahuan mengenai industri keuangan akan meningkat dan pada akhirnya akan menaikkan tingkat utilitas dan kepercayaan masyarakat serta konsumen terhadap lembaga dan produk jasa keuangan di Indonesia (*well literate*).

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam buku Strategi Nasional Literasi Keuangan (SNLKI) (2013, h. 24) literasi keuangan memiliki arti sebagai serangkaian proses atau aktivitas untuk meningkatkan pengetahuan, keyakinan, dan keterampilan konsumen dan masyarakat luas sehingga mereka mampu mengelola keuangan dengan lebih baik. Hal ini dimaksudkan agar konsumen produk dan jasa keuangan maupun masyarakat luas diharapkan tidak hanya mengetahui dan memahami lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, melainkan juga dapat mengubah atau memperbaiki perilaku masyarakat dalam hal pengelolaan keuangan sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan mereka.

Berdasarkan survei nasional literasi keuangan yang diselenggarakan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2013 pada 20 provinsi dengan jumlah responden sebanyak 8.000 orang, hasil survei secara umum menunjukkan bahwa, tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia baru sebesar 21,84% (atau sekitar seperlima) dari masyarakat Indonesia yang memiliki literasi keuangan dalam kategori *well literate*. Sedangkan pada tingkat inklusi keuangan masyarakat Indonesia, hasil survei menunjukkan angka sebesar 59,74%. Adapun hasil survei nasional literasi keuangan tersebut menunjukkan bahwa, indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia, khususnya masyarakat kelas menengah bawah atau yang termasuk dalam golongan masyarakat C, D, dan E (masyarakat berpenghasilan rendah (*low income*)) menunjukkan angka sebesar 18,71%.¹

¹ Buku Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Melihat hasil survei nasional literasi keuangan tersebut, bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen (EPK) khususnya Direktorat Literasi dan Edukasi Keuangan (DLEK) Otoritas Jasa Keuangan (OJK) gencar melaksanakan berbagai program sosialisasi literasi keuangan melalui kegiatan layaknya seminar, *workshop*, *Focus Group Discussion* (FGD), *Training of Trainers* (TOT), Pasar Keuangan Rakyat (PKR), dan kegiatan sejenis lainnya, dalam rangka meningkatkan pemahaman masyarakat dan konsumen mengenai Lembaga Jasa Keuangan (LJK) serta produk dan jasa yang ditawarkan di industri keuangan. Program sosialisasi literasi keuangan tersebut adalah hal yang penting untuk dilaksanakan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Sebab, secara umum tingkat literasi dan utilitas masyarakat dalam berbagai industri keuangan menunjukkan angka yang masih relatif rendah. Terutama pada kelompok masyarakat menengah bawah (C, D, dan E) yang relatif belum mendapatkan akses produk dan jasa keuangan yang sesuai.

Selain itu, masyarakat Indonesia perlu diingatkan bahwa pada saat ini pelanggaran yang terjadi pada sektor jasa keuangan semakin banyak dan masyarakat perlu berhati – hati atau bersikap lebih cermat dalam berinvestasi. Salah satu contoh pelanggaran pada sektor jasa keuangan tersebut adalah investasi bodong. Investasi bodong ini merupakan bentuk kegiatan penipuan dengan iming – iming untung berganda atau berlimpah yang menggiurkan dan seringkali menyebabkan para masyarakat terjebak dengan kegiatan tersebut, bukannya untung namun malah buntung (rugi besar). Didorong fakta – fakta tersebut, bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen (EPK) khususnya Direktorat Literasi dan

Edukasi Keuangan (DLEK) Otoritas Jasa Keuangan (OJK) merasa bahwa masyarakat Indonesia perlu diperkenalkan dan diberikan edukasi mengenai produk dan jasa keuangan, khususnya produk dan jasa keuangan yang bersifat *low cost*, mengingat kelompok masyarakat menengah bawah (C, D dan E) yang relatif belum mendapatkan akses terhadap produk dan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Oleh karena itu, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) melalui bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen (EPK), khususnya Direktorat Literasi dan Edukasi Keuangan (DLEK) membuat suatu program literasi keuangan dalam bentuk *special event* bernama Pasar Keuangan Rakyat (PKR) yang diharapkan dapat memberikan masyarakat suatu pemahaman mengenai lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan termasuk manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan, serta memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan.

Pasar Keuangan Rakyat (PKR) sendiri merupakan salah satu upaya Otoritas Jasa Keuangan (OJK) melalui bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen (EPK) khususnya Direktorat Literasi dan Edukasi Keuangan (DLEK) untuk memberikan dan memperkenalkan produk dan jasa keuangan yang bersifat *low cost* dalam bentuk pameran atau expo untuk menyosialisasikan literasi keuangan tersebut. Hal inilah yang membuat peneliti merasa penelitian ini menarik untuk diteliti, selain mengetahui bagaimana implementasi strategi komunikasi Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam menyosialisasikan literasi keuangan kepada

masyarakat melalui *event* Pasar Keuangan Rakyat (PKR) 2014, peneliti juga ingin mengetahui apa saja kendala yang dihadapi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam menyosialisasikan literasi keuangan kepada masyarakat, khususnya masyarakat Indonesia yang sekarang ini keadaan ekonominya tidak stabil.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang diuraikan diatas, maka peneliti dapat merumuskan masalah yang akan diteliti sebagai berikut :

- 1.2.1 Bagaimana implementasi strategi komunikasi Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam menyosialisasikan literasi keuangan kepada masyarakat melalui *event* Pasar Keuangan Rakyat (PKR) 2014 berjalan?
- 1.2.2 Apa saja kendala yang dihadapi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam menyosialisasikan literasi keuangan kepada masyarakat, khususnya masyarakat Indonesia yang sekarang ini keadaan ekonominya tidak stabil?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

- 1.3.1 Mengetahui dan memahami implementasi strategi komunikasi Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam menyosialisasikan literasi keuangan kepada masyarakat melalui *event* Pasar Keuangan Rakyat (PKR) 2014 berjalan.
- 1.3.2 Mengetahui dan memahami kendala apa saja yang dihadapi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam menyosialisasikan literasi

keuangan kepada masyarakat, khususnya masyarakat Indonesia yang sekarang ini keadaan ekonominya tidak stabil.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini adalah :

1.4.1 Kegunaan Teoretis

1.4.1.1 Memberikan kontribusi pemikiran dalam rangka pengembangan Ilmu Komunikasi yang berkonsentrasi pada *Public Relations (PR)* khususnya pada bidang *event management*.

1.4.1.2 Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat dan menjadi bahan acuan untuk penelitian selanjutnya.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1.4.2.1 Memberikan solusi dan saran bagi bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen (EPK) khususnya Direktorat Literasi dan Edukasi Keuangan (DLEK) Otoritas Jasa Keuangan (OJK) secara konkrit sehingga dapat memperbaiki kinerja kegiatan yang dijalankan melalui keputusan yang diambil mengenai cara mempromosikan atau memperkenalkan produk dan jasa keuangan pada masyarakat.