



### **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 V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Pasar Keuangan Rakyat (PKR) merupakan kegiatan pameran atau expo industri keuangan Indonesia yang diselenggarakan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) bekerjasama dengan Lembaga Jasa Keuangan (LJK) sebagai salah satu upaya dalam menyosialisasikan serta menaikkan tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia, terutama kelompok masyarakat menengah bawah (C, D dan E). Literasi keuangan yang dimaksud memiliki arti sebagai serangkaian proses atau aktivitas untuk meningkatkan pengetahuan (*knowledge*), keyakinan (*confidence*) dan keterampilan (*skill*) konsumen dan masyarakat luas sehingga mereka mampu mengelola keuangan dengan lebih baik.

Dari hasil penelitian yang dilakukan, peneliti menarik kesimpulan bahwa strategi komunikasi yang digunakan dalam kegiatan sosialisasi literasi keuangan ini adalah dengan menggunakan *special events*, yang dinamakan Pasar Keuangan Rakyat (PKR). Melalui *event* Pasar Keuangan Rakyat (PKR) 2014, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menyampaikan pesan dan informasi kepada masyarakat Indonesia mengenai Lembaga Jasa Keuangan (LJK) beserta produk dan layanan jasa keuangan sehingga

masyarakat dapat memilih serta menentukan produk dan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Dari *feedback* yang diberikan oleh pengunjung *event* Pasar Keuangan Rakyat (PKR) 2014, berupa jumlah total pengunjung serta transaksi keuangan yang melebihi target, program literasi keuangan yang dilaksanakan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) melalui *event* Pasar Keuangan Rakyat (PKR) berjalan secara sukses dalam meningkatkan *awareness* dan *knowledge* masyarakat Indonesia akan produk dan jasa keuangan yang ditawarkan sektor jasa keuangan. Selain itu, tidak ditemukan kendala yang berarti, karena selama proses persiapan dan penyelenggaraan *event* Pasar Keuangan Rakyat (PKR) 2014 seluruh pihak yang berpartisipasi bersikap kooperatif.

## 5.2 Saran

### 5.2.1 Saran Akademis

Program literasi keuangan sebagai bentuk komunikasi yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) melalui *event* Pasar Keuangan Rakyat (PKR) merupakan suatu program berkelanjutan dalam jangka waktu panjang, dan hasil dari setiap program literasi keuangan yang dijalankan tersebut tentunya akan terus mengalami perubahan secara dinamis. Oleh karena itu, ada baiknya apabila penelitian evaluatif dilaksanakan dalam setiap program literasi keuangan yang dijalankan,

sehingga setiap perubahan hasil yang ada dapat diamati, dan dijadikan referensi untuk inovasi program lainnya yang akan dilaksanakan.

### 5.2.2 Saran Praktis

1. Program literasi keuangan yang dijalankan oleh Bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen (EPK) tepatnya Direktorat Literasi dan Edukasi Keuangan (DLEK) Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam mensosialisasikan dan menaikkan tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia melalui special *event*, Pasar Keuangan Rakyat (PKR) sudah cukup sukses dijalankan. Namun, akan lebih baik lagi apabila program literasi keuangan tersebut dilakukan dengan pendekatan berbeda yaitu pendekatan informal, mengingat kelompok masyarakat yang ditargetkan adalah kelompok masyarakat menengah bawah (C, D, dan E) yang pendekatannya perlu perhatian lebih.

Berdasarkan hasil survei nasional literasi keuangan, sebagian besar kelompok masyarakat menengah bawah (C, D, dan E) belum mendapatkan akses ke lembaga jasa keuangan atau menggunakan produk dan jasa keuangan. Pasar Keuangan Rakyat (PKR) 2014 memang menunjukkan hasil yang positif terhadap pemberian informasi serta edukasi keuangan, nilai transaksi yang dilakukan selama Pasar Keuangan Rakyat (PKR) 2014 pun terbilang besar nominalnya, bukan pelaku transaksinya.

Pendekatan yang perlu dilakukan terhadap kelompok masyarakat menengah bawah (C, D, dan E) adalah pendekatan informal yang tidak terikat struktur dan lebih berorientasi kepada individu yang menjadi target, bukan organisasi. Pendekatan informal yang dimaksud, dapat menggunakan bantuan tokoh masyarakat (Ustad, RT / RW, dls.) untuk mencapai tujuan yang diinginkan, yaitu menaikkan tingkat literasi dan inklusi keuangan kelompok masyarakat (C, D, dan E) tersebut.

Penggunaan tokoh masyarakat merupakan cara yang lebih baik untuk dilakukan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam memberikan informasi kepada kelompok masyarakat menengah bawah tersebut, sebab tokoh masyarakat yang tersebut adalah panutan dalam hidup masyarakat kelas menengah bawah (C, D, dan E) yang dimaksud. Karena masyarakat kelas menengah bawah tersebut, memiliki persepsi bahwa, kalau mereka ingin sukses seperti tokoh masyarakat yang mereka idolakan tersebut, apa yang direkomendasikan atau digunakan oleh panutan mereka tersebut, akan membuat mereka menjadi seperti tokoh masyarakat yang mereka idolakan.

2. Peneliti juga menyarankan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) untuk melakukan analisis situasi yang lebih terperinci dan sistematis dalam penyusunan program literasi keuangan ataupun program lainnya yang akan dilakukan selanjutnya. Selain itu, melakukan evaluasi terhadap

program yang dilakukan secara terperinci adalah hal yang sangat penting.

Evaluasi dilakukan untuk melihat kesuksesan dan keefektifan dari pesan yang disampaikan melalui program yang dijalankan, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) juga mendapatkan gambaran bagaimana persepsi dan tanggapan masyarakat terhadap program yang dilaksanakan, dan perubahan seperti apa yang perlu diterapkan pada program yang selanjutnya agar sesuai dengan tujuan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) serta harapan masyarakat Indonesia terhadap Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

3. Program literasi keuangan yang dilaksanakan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) perlu disesuaikan dengan target masyarakat yang dituju. Tidak hanya dari segi materi atau informasi mengenai industri jasa keuangan, produk serta jasa keuangan yang ditawarkan, tetapi konsep literasi pun perlu dirancang serta disesuaikan dengan tipe masyarakat yang dituju (*target audience*), daerah pelaksanaan acara literasi keuangan, waktu pengadaan acara literasi keuangan, topik literasi keuangan, pembicara atau pengisi acara literasi keuangan, dan bagaimana bentuk acara literasi keuangan akan dieksekusi (acara literasi keuangan berbentuk *Focus Group Discussion* (FGD), atau dibuat seperti seminar, atau *talkshow*, maupun *event*).

4. Program literasi keuangan juga ada baiknya dilakukan sejak usia dini, sehingga masyarakat belajar menabung, dan mengenal produk – produk keuangan secara lebih baik, agar di masa yang akan datang, masyarakat lebih mengenal serta memahami akan produk dan jasa keuangan yang ditawarkan oleh industri keuangan, serta manfaat dan risiko dari setiap produk keuangan yang ada. Pengenalan literasi keuangan yang dilakukan sejak dini ini juga akan bermanfaat bagi bangsa Indonesia secara keseluruhan, dalam hal pembangunan ataupun infrastruktur.

UMMN