

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Penelitian mengenai hubungan kampanye sosial dengan literasi keuangan sangat penting dilakukan karena beberapa alasan. *Pertama*, literasi keuangan masyarakat Indonesia masih terbilang rendah. Data dan survey yang dilakukan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan bahwa pada tahun 2013, tingkat literasi keuangan di Indonesia hanya mencapai 21,8 persen. Sedangkan tingkat inklusi produk jasa keuangan hanya 59,7 persen¹. Terbukti bahwa tingkat literasi keuangan di Indonesia sangat rendah apabila dibandingkan dengan negara lain di Asia Tenggara. Tingkat literasi yang rendah menjadi hal yang sangat serius terutama dalam pengendalian keuangan dan resiko keuangan.

Kedua, literasi keuangan menjadi penting karena merupakan salah satu hal yang berkontribusi dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat. Hal tersebut sesuai dengan yang dikemukakan *International Finance Corporation-World Bank Group* (IFC), literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan dalam pertumbuhan ekonomi dan juga pembangunan suatu negara². Suatu negara dianggap makmur dan menjadi negara maju apabila masyarakatnya hidup dengan sejahtera, aman dan damai. Begitupun sebaliknya, suatu negara akan menjadi hancur apabila masyarakatnya hidup dengan kemiskinan dan selalu merasa terancam oleh negaranya sendiri. Untuk itu, penting bagi masyarakat dalam meningkatkan literasi keuangan. Harapan untuk menjadi negara yang *well Literate* dalam membangun perekonomian menjadi salah satu tanggung jawab, baik itu dari pemerintah, industri ataupun masyarakat Indonesia sendiri.

Ketiga, Literasi keuangan membantu meminimalisir terjadinya masalah keuangan. Literasi keuangan secara langsung berhubungan dengan perilaku yang positif diantaranya, membayar tagihan di waktu yang tepat, angsuran pinjaman,

¹Ojk.go.id. "Kinerja Pemerintah di Mata Publik". www.ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/Pages/Literasi-Kuangan.aspx, diakses pada 25 Oktober 2016.

² Ifc.org. "*Financial Literacy*". http://www.ifc.org/wps/wcm/connect/RegProjects_Ext_Content/IFC_External_Corporate_Site/A_CAFI_Home/FinancialLiteracy/, diakses pada 23 Maret 2017.

dan penggunaan kartu kredit secara benar dan bijaksana (Medury dalam Margaretha & Pambudhi, 2015, hlm. 77). Apabila ketidaktahuan masyarakat tersebut diabaikan, akan menghambat taraf hidup dan perencanaan kehidupan masyarakat itu sendiri.

Berbagai alasan tersebut membuktikan bahwa pendidikan mengenai keuangan dibutuhkan masyarakat. Tidak hanya pada masyarakat dengan usia dewasa, namun pada usia mudapun pendidikan keuangan wajib dilakukan. Akan lebih baik memang apabila dilakukan pada usia muda salah satunya pelajar karena untuk menopang pengetahuan dan sebagai bekal mereka di masa mendatang. Seperti dalam penelitian yang dijelaskan oleh Bruhn, de Souza Leao, Legovini, Marchetti, & Zia (2013, hlm.2), usia pelajar memiliki kesempatan untuk memodifikasi tidak hanya dalam pilihan keuangan mereka sendiri, tetapi juga untuk bertindak sebagai agen perubahan dalam rumah tangga mereka serta keputusan keuangan mereka di kemudian hari. Namun, literasi keuangan cenderung meningkat di kalangan orang dewasa di tengah siklus hidup, dan secara signifikan lebih rendah di kalangan kaum muda. Hal tersebut karena pendidikan keuangan untuk usia muda masih belum banyak dilakukan di negara berkembang (Bruhn, de Souza Leao, Legovini, Marchetti, & Zia, 2013, hlm.6).

Harapan untuk menjadi negara yang *well Literate* menjadi salah satu tanggung jawab, baik itu dari pemerintah, pelaku usaha jasa keuangan ataupun masyarakat Indonesia sendiri. Saat ini, literasi keuangan menjadi hal yang sangat penting karena mulai banyak mengalami perkembangan dan mulai mendapatkan perhatian terutama di negara yang telah maju. Di Indonesia sendiri, OJK sedang berusaha meningkatkan pengetahuan masyarakat melalui program literasi keuangan agar masyarakat dapat memanfaatkan produk-produk investasi dan keuangan pribadinya secara bijak. Berdasarkan Peraturan OJK Nomor 76 /POJK.07/2016 Bab II mengenai Literasi Keuangan pada Pasal 2 menjelaskan bahwa Pelaku Usaha Jasa Keuangan (PUJK) wajib melaksanakan kegiatan dalam rangka meningkatkan literasi keuangan. PUJK yang dimaksud diantaranya adalah Pelaku Usaha Jasa Keuangan, yang selanjutnya disingkat PUJK adalah Bank Umum, Bank Perkreditan Rakyat, Perantara Pedagang Efek, Manajer Investasi, Dana Pensiun Lembaga Keuangan, Perusahaan Asuransi, Perusahaan

Pembiayaan, Modal Ventura, Perusahaan Pergadaian, dan Perusahaan Penjaminan, baik yang melaksanakan kegiatan usahanya secara konvensional maupun secara syariah, berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan di sektor jasa keuangan. Oleh karena itu, PUJK yang salah satunya adalah Bank Sentral Republik Indonesia (BI) harus memberikan edukasi literasi keuangan kepada masyarakat, baik itu melalui program CSR, kampanye, dan yang lainnya. Dalam pengadaan program tersebut, BI membuat program kampanye sosial yang diberi nama “Bank Indonesia (BI) Mengajar”.

Program BI Mengajar sudah dilakukan sejak tiga tahun lalu, dan pada tahun 2017 ini program tersebut telah dilaksanakan di SMA Negeri 1 Baleendah, Kabupaten Bandung pada tanggal 26 Januari. Tema yang sering diangkat pada program tersebut adalah mengenai kebanksentralan karena selama ini masyarakat masih banyak yang salah kaprah perihal kebanksentralan. Selain itu, materi yang disampaikan berupa edukasi dan sosialisasi keuangan seperti pengelolaan uang rupiah dan tindak pidana terhadap mata uang, serta sistem pembayaran dan juga instrumen pembayaran non-tunai dalam melakukan transaksi.

Sesuai dengan hal tersebut, penelitian Bruhn, de Souza Leao, Legovini, Marchetti, & Zia (2013) mengenai dampak dari pendidikan literasi keuangan dengan menguji program literasi keuangan menggunakan percobaan terkontrol secara acak antara 868 sekolah dengan sekitar 20.000 siswa SMA antara usia 15 dan 17 di Brazil. Program ini telah terintegrasi dalam kurikulum kelas normal dan berlangsung selama 17 bulan. Hasilnya menunjukkan bahwa adanya dampak positif seperti peningkatan pengetahuan keuangan, peningkatan tabungan untuk pembelian, perencanaan keuangan yang lebih baik, serta partisipasi yang lebih besar dalam keputusan keuangan pada siswa.

Penelitian lain dari Supanantaroeck, Lensink & Hansen (2016) yang membahas mengenai dampak pendidikan sosial dan keuangan menjadi salah satu jurnal rujukan peneliti. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meneliti efek dari pengadaan pendidikan sosial dan keuangan pada perilaku menabung diantara anak-anak sekolah dasar di Uganda. Program pendidikan sosial dan keuangan pada penelitian ini berlangsung selama 3 bulan termasuk 16 jam. Peserta penelitiannya termasuk 1.746 siswa, dari 936 siswa dari 22 sekolah yang secara

acak ditugaskan untuk menerima program antara Mei dan Juli 2011 dan 810 siswa yang tersisa dari 22 sekolah yang tidak melaksanakan program selama masa studi. Hasilnya menunjukkan bahwa adanya hubungan positif antara literasi keuangan dengan perilaku menabung. Oleh karena itu, salah satu yang menjadi instrumen utama dalam penghematan keuangan adalah pendidikan keuangan. Menurut Karlan dan Appel mengungkapkan bahwa produk tabungan mungkin menjadi salah satu hal yang penting untuk mengurangi kemiskinan. Akan tetapi karena beberapa alasan salah satunya kurangnya pengetahuan keuangan, pemakaian tabungan tetap minim (Supanantarok, Lensink & Hansen, 2016, hlm. 2).

Penelitian dari Kaur, Vohra & Arora (2015) mengenai melek finansial di kalangan mahasiswa: Sebuah Studi Guru Nanak Dev University, Amritsar, Punjab. Pengumpulan data primer dengan menggunakan kuesioner. Sampelnya terdiri dari berbagai mahasiswa yang memiliki latar belakang ekonomi dan sosial yang berbeda. Latar belakang demografi mahasiswa menunjukkan bahwa dari 108 responden, sebagian besar responden, yaitu 78 responden (72,22 persen) adalah perempuan. Sebagian besar responden berasal dari universitas swasta, yaitu 58 responden (53,71 persen), sedangkan 22 responden (20,37 persen) dan 28 responden (25,92 persen) berasal dari universitas umum dan biara. Penelitian ini dibatasi pada mahasiswa departemen perdagangan dan manajemen. Oleh karena itu, data dikumpulkan dari 108 mahasiswa jurusan pascasarjana. Mahasiswa ini dari berbagai kota di Punjab, yaitu Amritsar, Jalandhar, Ludhiana, dll. Hasilnya menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan pada mahasiswa di universitas dengan latar belakang jurusan perdagangan dan manajemen, cukup baik dan tidak ada hubungannya dengan profil demografis mereka. Padahal, kurikulum inilah yang sangat membantu dalam mengatasi masalah literasi keuangan di kalangan mahasiswa. Oleh karena itu, dengan memperkenalkan konsep keuangan dan ekonomi dalam kursus (interdisipliner) diperlukan untuk memungkinkan mahasiswa dari berbagai disiplin ilmu untuk menangani produk dan layanan keuangan.

Beberapa jurnal penelitian yang menjadi rujukan penulis menggambarkan beberapa persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan. Pada jurnal pertama oleh Bruhn, de Souza Leao, Legovini, Marchetti, & Zia (2013)

mengenai dampak dari pendidikan literasi keuangan. Penelitian kedua yaitu Supanantaroek, Lensink & Hansen (2016) meneliti efek dari pengadaan pendidikan sosial dan keuangan pada perilaku menabung diantara anak-anak sekolah dasar di Uganda. Penelitian ketiga yaitu mengenai melek finansial di kalangan mahasiswa oleh Kaur, Vohra & Arora (2015).

Persamaannya dengan penelitian yang akan dilakukan penulis adalah sama-sama meneliti pendidikan keuangan dan keterkaitannya dengan literasi keuangan. Kemudian di Indonesia sendiri yang merupakan negara berkembang, studi tentang hubungan kampanye sosial dengan literasi keuangan pada anak-anak, anak muda dan orang dewasa masih langka.

Penelitian mengenai hubungan kampanye sosial dengan literasi keuangan di Indonesia, rata-rata fokus pada literasi keuangan sebagai faktor penyebab dari perilaku menabung saja seperti faktor demografis, teman sebaya ataupun orang tua dan sedikit yang meneliti mengenai program kampanye sosial mengenai keuangan dari PUJK. Sehingga sebuah penelitian kuantitatif akan penulis lakukan untuk mendapatkan hasil dari masalah bagaimana hubungan kampanye sosial mengenai keuangan dari PUJK tersebut dengan literasi keuangan. Hubungan kampanye sosial adalah sebagai objek dari penelitian, terhadap literasi keuangan. Literasi keuangan yang dimaksud hanya fokus pada pengetahuan siswa dan siswi terhadap pengelolaan keuangan setelah mendapatkan sosialisasi dan pendidikan terkait keuangan. Hal tersebut karena waktu yang diberikan untuk sosialisasi hanya satu hari saja, sehingga siswa dan siswi hanya mampu menangkap program tersebut sebagai pengetahuan (*knowledge*) saja belum sampai ke kemampuan (*skill*) dan keyakinan (*confidence*) terhadap pengelolaan keuangannya.

Penelitian ini menggunakan *stakeholder theory*. Penelitian bertujuan agar PUJK memberikan tanggung jawabnya untuk memberikan sosialisasi dan pendidikan terkait keuangan kepada masyarakat sebagai salah satu pemangku kepentingannya. *Stakeholder theory* dalam perusahaan dipakai sebagai dasar dalam menganalisis kelompok-kelompok yang nantinya akan dijadikan tujuan kepada siapa perusahaan harus bertanggung jawab (Lance Moir, 2001, hlm. 19). Sehingga menurut teori ini, perusahaan bukan hanya bertanggung jawab kepada para pemilik modal (*shareholder*), tetapi juga kepada para pemangku kepentingan

(*stakeholder*), baik itu internal perusahaan maupun eksternal perusahaan. Dalam program kampanye sosial, perusahaan berusaha memberikan pengetahuan sekaligus membujuk dan memberikan motivasi kepada masyarakat sebagai *stakeholder* dalam menyelesaikan suatu permasalahan yang merupakan salah satu tanggung jawab sosial dari perusahaan. Hal tersebut adalah untuk menciptakan standar yang lebih tinggi dari kehidupan dibarengi dengan menjaga profitabilitas korporasi, dan juga bagi para *stakeholder*.

Selain itu, teori model perubahan perilaku digunakan dalam penelitian ini. Menurut Heath (dalam Ardianto, 2011, hlm 128) menjelaskan bahwa "individu bergerak melalui tahapan-tahapan yang dapat digunakan dalam proses perubahan. Model transteoritikal terkadang menggambarkan *stages of change model* (tahapan model perubahan), yang sangat dikenal untuk penggambaran proses transisi individu-individu sewaktu terjadinya perubahan perilaku". Teori ini memberikan penjelasan mengenai perubahan perilaku individu ataupun kelompok yang didasarkan pada pengaruh dari gejala-gejala sosial yang muncul. Gejala maupun isu sosial yang muncul tersebut dapat berbeda dan juga beragam dalam lingkungan sosial mampu memberikan pengaruh terhadap perubahan perilaku secara signifikan. Secara tidak langsung individu ataupun kelompok mengasumsikan fenomena dan isu sosial yang muncul dan berkembang. Hal tersebut akan memberi pengaruh kepada dirinya.

Penelitian difokuskan pada siswa dan siswi SMAN 1 Baleendah, Kabupaten Bandung yang merupakan objek sasaran dari program BI Mengajar 2017. Penelitian menggunakan pendekatan objektif, metodologi kuantitatif, studi korelasional. Hal tersebut karena penelitian yang dilakukan ini adalah penelitian yang menggambarkan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan, dan juga meneliti hubungan antar variabel. Oleh karenanya, jarak antara peneliti dan objek penelitian memang dibatasi. Metode yang digunakan adalah survei menggunakan kuesioner dengan skala pengukuran likert pada sampel siswa dan siswi SMAN 1 Baleendah yang mengikuti program BI Mengajar 2017. Metode penarikan sampel menggunakan rumus slovin dengan populasi yang mencapai 508 orang dan menggunakan teknik penarikan sampel *Proportionate Stratified Random Sampling*.

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Masalah penelitian muncul disebabkan adanya sisi negatif apabila masyarakat memiliki pengetahuan yang rendah mengenai sistem pengelolaan keuangan. Yaitu, masyarakat tidak akan memiliki kemampuan dalam pengelolaan keuangan, pengendalian keuangan dan resiko keuangan. Selain itu, untuk para pelajar dapat mengakibatkan terancamnya perencanaan perekonomian terutama dalam hal keuangan di masa depan. Hal tersebut karena kemampuan seseorang dalam hal literasi keuangan harus diterapkan sejak dini agar dapat menunjang kehidupan yang lebih baik di masa mendatang. Sehingga edukasi dan sosialisasi keuangan seperti pengelolaan uang rupiah dan tindak pidana terhadap mata uang, serta sistem pembayaran dan juga instrumen pembayaran non-tunai dalam melakukan transaksi dibutuhkan. Namun, di era modernisasi ini para pelajar cenderung kurang mengetahui bahkan melupakan sistem pengelolaan keuangan mereka, salah satu akibatnya yaitu para pelajar menjadi hedonis karena mengikuti zaman. Oleh karena itu, peneliti mendapatkan masalah yang akan diteliti yaitu apakah benar ada hubungan yang positif antara program kampanye sosial BI Mengajar 2017 dengan literasi keuangan siswa dan siswi SMAN 1 Baleendah.

1.3 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dijelaskan secara ringkas, maka peneliti merumuskan masalah penelitian ke dalam tiga pertanyaan, sebagai berikut:

1. Seperti apa tanggapan siswa dan siswi SMAN 1 Baleendah mengenai program kampanye sosial BI Mengajar 2017?
2. Seperti apa tingkat literasi keuangan siswa dan siswi SMAN 1 Baleendah?
3. Apakah ada hubungan antara program kampanye sosial BI Mengajar 2017 dengan literasi keuangan siswa dan siswi SMAN 1 Baleendah?

1.4 Tujuan Penelitian

Dari permasalahan yang telah disebutkan, peneliti merumuskan tujuan penelitian berdasarkan rumusan masalah penelitian, sebagai berikut:

1. Mengetahui dan memaparkan seperti apa tanggapan siswa dan siswi SMAN 1 Baleendah mengenai program kampanye sosial BI Mengajar 2017.
2. Mengetahui dan memaparkan seperti apa tingkat literasi keuangan siswa dan siswi SMAN 1 Baleendah.
3. Mengetahui dan memaparkan apakah ada hubungan antara program kampanye sosial BI Mengajar 2017 dengan literasi keuangan siswa dan siswi SMAN 1 Baleendah.

1.5 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini, manfaat yang diharapkan adalah:

1.5.1 Segi Teoritis

Penelitian mengenai kampanye sosial dan literasi keuangan ini diharapkan dapat memperkuat penelitian tentang pengaruh sosialisasi dan edukasi keuangan terhadap pengendalian keuangan dan resiko keuangan di kehidupan sehari-hari. Selain itu, penelitian mengenai kampanye sosial dan literasi keuangan ini diharapkan dapat memperkuat penelitian tentang pengaruh sosialisasi dan edukasi keuangan terhadap tingkat literasi keuangan masyarakat yang sudah ada sebelumnya terutama di Universitas Pendidikan Indonesia. Penelitian ini juga diharapkan dapat menambah referensi bagi penelitian selanjutnya yang sejenis terutama di Universitas Pendidikan Indonesia.

1.5.2 Segi Kebijakan

Diharapkan menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan, perbankan, atau suatu organisasi agar membuat suatu program kampanye sosial yang baik dan benar. Serta agar perusahaan, perbankan, atau suatu organisasi dapat menjalankan tanggung jawab sosialnya dengan mengadakan program kampanye sosial yang lebih berkualitas.

1.5.3 Segi Praktis

Penelitian mengenai kampanye sosial memang sudah banyak dilakukan oleh para pemerhati dan ahli di beberapa negara. Akan tetapi, di Indonesia masih sangat jarang apalagi kampanye sosial mengenai keuangan yang dihubungkan dengan tingkat literasi keuangan seseorang. Sehingga penelitian ini menjadi salah satu referensi di lingkup bidang komunikasi dalam mengolah teori-teori yang sesuai dengan penelitian mengenai kampanye sosial ini, seperti *stakeholder theory* dan teori model perubahan perilaku. Selain itu, juga dapat menjadi salah satu tolak ukur para pengemban industri keuangan untuk memperhatikan masyarakat sekitar terkait hak-hak masyarakat terutama para nasabah untuk mendapatkan sosialisasi dan edukasi ataupun pengetahuan terkait keuangan. Hal tersebut juga agar dapat memperbaiki tingkat literasi keuangan pada masyarakat.

1.5.4 Segi Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan juga informasi bagi masyarakat terutama pelajar tentang pentingnya literasi keuangan agar mempunyai kemampuan dalam pengelolaan keuangan, pengendalian keuangan dan juga resiko keuangan. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi pengetahuan dan informasi bagi masyarakat terutama para pelajar untuk lebih meningkatkan literasi keuangan dan juga bijak dalam mengelola keuangannya. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu tolak ukur bagi pemerintah untuk mencari solusi dalam meningkatkan literasi keuangan masyarakat salah satunya melalui program kampanye sosial.

1.6 Batasan Penelitian

Untuk menghindari meluasnya pembahasan penelitian mengenai hubungan kampanye sosial dengan literasi keuangan, penulis membatasi ruang lingkup penelitian. Hal ini karena penulis menyadari adanya keterbatasan waktu serta kemampuan, maka batasan penelitian sebagai berikut:

1. Penelitian hanya fokus pada program kampanye sosial BI Mengajar 2017 pada siswa dan siswi SMAN 1 Baleendah.

2. Siswa dan siswi SMAN 1 Baleendah yang akan diteliti adalah mereka yang mengikuti program kampanye sosial BI Mengajar 2017 yaitu kelas XI IPA dan XI IPS.
3. Literasi keuangan yang dimaksud hanya fokus pada pengetahuan siswa dan siswi terhadap pengelolaan keuangan setelah mendapatkan sosialisasi dan pendidikan terkait keuangan. Hal tersebut karena waktu yang diberikan untuk sosialisasi hanya satu hari saja, sehingga siswa dan siswi hanya mampu menangkap program tersebut sebagai pengetahuan (*knowledge*) saja belum sampai ke kemampuan (*skill*) dan keyakinan (*confidence*) terhadap pengelolaan keuangannya.

1.7 Struktur Organisasi Skripsi

Keseluruhan dari hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti, skripsi ini dibagi ke dalam lima bab, dan pada setiap babnya memiliki beberapa sub bab. Adapun untuk sistematika penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan

Pada bab pendahuluan terdapat sub bab yang terdiri dari latar belakang penelitian, identifikasi masalah, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan struktur organisasi proposal.

BAB II : Kajian Pustaka

Pada bab ini dijelaskan beberapa teori dan kepustakaan yang sesuai dengan penelitian. Kajian pustaka memiliki sub bab yang terdiri dari kerangka teori, kerangka konseptual, penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran.

BAB III : Metode Penelitian

Metode penelitian menjelaskan solusi atau pemecahan masalah penelitian, yang terdiri dari enam sub bab diantaranya desain penelitian, partisipan, populasi dan sampel, instrumen penelitian, prosedur penelitian dan analisis data.

BAB IV : Temuan dan Pembahasan

Pada bab ini menjelaskan dua hal pokok, yakni (1) temuan penelitian dengan berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data dengan berbagai kemungkinan yang bentuknya disesuaikan dengan urutan pada rumusan permasalahan penelitian, dan (2) pembahasan temuan penelitian digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian yang sudah dirumuskan sebelumnya.

BAB V : Penutup

Bab penutup ini merupakan bab akhir dalam penelitian. Bab ini memuat simpulan, implikasi, dan rekomendasi, dengan menyajikan penafsiran serta pemaknaan peneliti terhadap hasil analisis dari temuan penelitiannya, juga sekaligus mengajukan hal-hal penting yang dapat digunakan dan dimanfaatkan dari hasil penelitian tersebut. Dalam penelitian ini terdapat dua alternatif cara penulisan simpulan, yakni dengan cara perbutir (butir demi butir) atau dengan cara uraian padat.