

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Program kampanye sosial BI Mengajar 2017 adalah program yang baik berdasarkan penilaian dari responden secara keseluruhan. Hal tersebut berarti responden sangat mengapresiasi program kampanye sosial yang diadakan Bank Indonesia tersebut.

Pada penelitian ini, tidak ditemukan penilaian buruk atau sangat buruk pada program BI Mengajar 2017. Sehingga menunjukkan bahwa Bank Indonesia telah sukses dalam melaksanakan kampanye sosial keuangannya. Selain itu, responden menunjukkan pengetahuan lebih setelah mengikuti program kampanye sosial BI Mengajar, dan secara keseluruhan menilai positif setiap dimensi pada variabel literasi keuangan. Hal tersebut membuktikan adanya hubungan kampanye sosial BI Mengajar dengan literasi keuangan SMAN 1 Baleendah. Program kampanye sosial BI Mengajar ini bersifat positif terhadap literasi keuangan pelajar, di mana jika semakin tinggi nilai dan kualitas program kampanye sosial mengenai keuangan maka akan semakin tinggi pula literasi keuangan pelajar.

Penelitian ini menunjukkan bahwa program kampanye sosial BI Mengajar dapat menjadi salah satu cara untuk meningkatkan literasi keuangan bagi masyarakat khususnya siswa dan siswi SMAN 1 Baleendah. Program kampanye sosial keuangan ini juga dapat memberikan contoh untuk Pelaku Usaha Jasa Keuangan (PUJK) yang lain dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya.

Selain itu, dengan melihat kembali bahwa kontribusi program kampanye sosial keuangan untuk literasi keuangan cukup besar dan dominan, adanya program sejenis seperti BI Mengajar dirasa perlu ada agar literasi keuangan masyarakat Indonesia semakin meningkat. Mengingat Indonesia sebagai Negara berkembang yang memiliki tingkat literasi keuangan yang masih rendah, adanya kegiatan kampanye sosial keuangan dapat membantu perkembangan masyarakat dan juga akan menambah citra positif bagi perusahaan atau PUJK itu sendiri.

5.2 Implikasi

Dari hasil penelitian, terlihat bahwa program kampanye sosial BI Mengajar 2017 memiliki hubungan positif dengan literasi keuangan. Sehingga, hasil penelitian ini dapat diimplikasikan dalam dunia komunikasi baik secara teoretik maupun praktik.

5.2.1 Implikasi Teoritis

Implikasi teoretis ini berkaitan dengan kontribusi dari hasil penelitian atas perkembangan teori-teori dalam ilmu komunikasi khususnya dibidang kehumasan (*public relations*). Hasil penelitian ini dapat menjawab pertanyaan mengenai bagaimana cara meningkatkan literasi keuangan masyarakat dan program sosial keuangan seperti apakah yang harus dilakukan oleh PUJK. Dari hasil penelitian ini, bila kegiatan kampanye sosial keuangan itu baik, maka akan memberikan penilaian yang baik pula untuk PUJK dari masyarakat yang menjadi *stakeholder*. Selain itu masyarakatpun akan memiliki pengetahuan lebih terkait keuangan.

5.2.2 Implikasi Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menyumbang kajian lebih lanjut tentang topik kampanye sosial terutama dalam hal memperlihatkan bagaimana hubungan kampanye sosial dengan literasi keuangan. Pelaku Usaha Jasa Keuangan (PUJK) diharapkan dapat menciptakan program kampanye sosial keuangan yang baik agar literasi keuangan masyarakat semakin meningkat, sehingga pencapaian tujuan PUJK dapat sesuai dengan yang diharapkan.

5.3 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disimpulkan di atas, maka peneliti mengajukan beberapa rekomendasi yaitu sebagai berikut:

5.3.1 Bagi Akademisi

Penelitian mengenai hubungan kampanye sosial dengan literasi keuangan memiliki keterbatasan penelitian sehingga diperlukan adanya penyempurnaan dan perlu dikembangkan lagi untuk penelitian ke depannya. Peneliti selanjutnya dapat

mengembangkan teori dan model kampanye sosial menggunakan metode kualitatif untuk menjelaskan dan mencari pandangan pihak terkait program kampanye sosial di perusahaan ataupun PUJK. Penelitian pada perusahaan yang lain juga dapat memperkaya penelitian dalam bidang kampanye sosial.

Selain itu, untuk memperoleh hasil yang lebih maksimal, akan lebih baik apabila selain menggunakan metode kuesioner (angket), juga disertai dengan wawancara. Penggunaan angket dengan pernyataan tertutup pada penelitian ini mengakibatkan adanya keterbatasan responden dalam menjawab pernyataan. Sedangkan dalam penelitian ini, ada beberapa pernyataan yang akan lebih baik bila bersifat terbuka.

5.3.2 Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan atau dalam penelitian ini adalah Bank Indonesia, agar dapat lebih memperhatikan implementasi dari program kampanye sosial keuangan yang dirasa masih kurang baik dan perlu ditingkatkan, karena masih banyak pelajar yang kurang mengerti dengan pengadaan program BI Mengajar. Hal ini dimaksudkan agar program BI Mengajar dapat memberikan pengetahuan lebih kepada pelajar terkait keuangan sehingga dapat meningkatkan literasi keuangannya. Selain itu, program yang sejenis kampanye sosial di luar program BI Mengajar untuk lebih meningkatkan dan memperluas pengajarannya. Salah satunya dengan memfokuskan dan dapat menarik perhatian pemangku kepentingan yang lebih luas, mengingat dampaknya yang masih sangat besar khususnya di Indonesia.