

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Literasi keuangan kini menjadi isu yang sedang diperhatikan oleh pemerintah melalui Otoritas Jasa Keuangan (OJK), tidak hanya pemerintah Indonesia tetapi cakupan yang lebih besar yakni pada tingkat global. Salah satu penyebab pemerintah dalam menanamkan literasi keuangan dikalangan masyarakat Indonesia yakni karena literasi keuangan berpengaruh terhadap ekonomi makro yang diatur pula dalam kebijakan negara (Soetiono, 2017, hlm. 28). Maka dari itu pemerintah dalam hal ini OJK sejak tahun 2013 bekerja sama dengan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan guna menjadikan literasi keuangan sebagai salah satu Gerakan Literasi Nasional yang diatur oleh KEMENDIKBUD yang nantinya diterapkan pada sekolah, keluarga, dan masyarakat. Adanya literasi keuangan pada Gerakan Literasi Nasional merupakan upaya pemerintah agar masyarakat Indonesia *literate* terhadap segala hal mengenai bidang keuangan yang dimilikinya. PISA dalam *Financial Literacy Assessment Framework* (OECD, 2012) menyatakan bahwa literasi keuangan merupakan faktor fundamental untuk pertumbuhan ekonomi dan stabilitas keuangan yang didalamnya terdapat *combination of awareness, knowledge, skills, attitude and behaviours necessary to make sound financial decisions and ultimately achieve individual financial wellbeing*. Sedangkan World Bank (dalam Soetiono, 2017) menggunakan istilah kemampuan keuangan yang menitikberatkan pada perilaku dan interaksi antara pengetahuan, keterampilan, dan sikap keuangan. Soetiono (2017) dalam bukunya berjudul ‘Literasi dan Inklusi Keuangan Indonesia’ mengungkapkan 5 (lima) komponen utama pembentukan literasi keuangan yakni pengetahuan keuangan, keterampilan keuangan, keyakinan keuangan, sikap keuangan, serta perilaku keuangan.

OECD pada tahun 2016 melakukan penelitian terhadap literasi keuangan pada 5 (lima) negara di Asia Tenggara yakni Indonesia, Filipina, Malaysia, Thailand, dan Singapura, yang hasilnya didapat sebagai berikut:

Tabel 1.1 Hasil literasi keuangan di Asia Tenggara

Negara	Tingkat Literasi Keuangan
Filipina	27%
Indonesia	29,7%
Malaysia	65%
Thailand	73%
Singapura	98%

Fauziyah (2017, hlm. 8)

Hasil survey tersebut menunjukkan bahwa Singapura menjadi negara di Asia Tenggara dengan tingkat literasi keuangan tertinggi. Indonesia sendiri masih memiliki literasi keuangan yang tergolong rendah, dengan DKI Jakarta sebagai provinsi yang memiliki literasi keuangan tertinggi sebanyak 40% (dalam Standar Nasional Literasi Keuangan 2017). Sedangkan pada tahun 2020 OECD melakukan kembali survey mengenai literasi keuangan. Pada survey terbaru ini, OECD mengambil sampel sebanyak 1000 responden untuk negara Indonesia. Hasil yang didapatkan, orang dewasa di Indonesia (19-60 tahun) memiliki *score* atau nilai literasi keuangan 63.5. OECD yang juga membawahi *Programme for International Student Assessment* tiap 3 tahun sekali melakukan penilaian terhadap literasi finansial siswa yang berumur 15 tahun. Pada tahun 2018, PISA melakukan penilaian kepada responden siswa di 20 negara, salah satunya ialah Indonesia. Hasil yang didapatkan PISA pada *performance in financial literacy* Indonesia memperoleh hasil *score* 388, satu-satunya negara dengan *score* berada di bawah 400. OJK pada tahun 2019 juga melakukan penilaian literasi keuangan di Indonesia dengan sampel sebanyak 12.773, hasil yang diperoleh yakni sebesar 38,03%.

Literasi keuangan yang diterapkan pada sekolah, keluarga, dan masyarakat memiliki perbedaan. Di sekolah siswa diberi pengetahuan dasar mengenai keuangan seperti membiasakan diri berbelanja di koperasi sekolah, serta termasuk

pula menabung. Sedangkan di keluarga, literasi keuangan dapat diasah melalui permainan seperti monopoli dan orang tua dapat mengajak anak untuk berdiskusi mengenai keuangan serta mengajaknya untuk menabung. Sementara untuk literasi keuangan di masyarakat dengan cakupan yang luas dapat termasuk pendidikan mengenai jasa keuangan, penyuluhan investasi yang aman, dan lain sebagainya (Infografik GLN, 2019).

Pada sebuah negara dengan tingkat literasi keuangan yang masih rendah, produk dari keuangan hanya dapat dijangkau oleh beberapa konsumen saja sebabnya adalah kesenjangan ekonomi yang ada pada negara tersebut (Xu, 2012). Maka dari itu literasi keuangan tidak lepas dari pemerintah sebagai pihak yang memiliki wewenang dalam penentu kebijakan. Dilansir pada laman Otoritas Jasa Keuangan, indeks literasi keuangan pada tahun 2019 meningkat menjadi 38,03% dibandingkan dengan tahun 2016 yang hanya menyentuh angka 29,7%. Tentunya bukan hal mudah meningkatkan literasi keuangan masyarakat, perlu adanya kerjasama antara pemerintah, kementerian terkait, OJK, maupun industri jasa keuangan dalam memberikan pendidikan keuangan ke pada masyarakat.

Silalahi (2016) dengan tesisnya yang berjudul '*Pengaruh Sosial Ekonomi Terhadap Literasi Keuangan dengan Variabel Kontrol Jenis Pekerjaan: Survey pada Orang Tua Siswa Kelas XII di SMK ICB Cinta Niaga dan SMK ICB Cinta Wisata Kota Bandung*' membuktikan bahwa pengaruh sosial ekonomi dilihat dari tingkat pendapatan berpengaruh positif terhadap literasi keuangan. Menurutnya semakin tinggi pendapatan yang dimiliki seseorang maka akan semakin tinggi pula literasi keuangan yang ia miliki. Selain itu, tingkat pendidikan juga mempengaruhi kemampuan seseorang dalam memahami pengetahuan keuangan dimana jika tingkat pendidikan seseorang tinggi maka literasi keuanganpun akan semakin tinggi.

Kemampuan akademis atau *academic ability* juga memiliki pengaruh terhadap keuangan seorang individu. Menurut Laily (2016) individu yang memiliki pemahaman akademis yang tinggi dimungkinkan untuk memahami konsep-konsep keuangan. Sabri dan Gunson dalam Laily (2016) mengatakan bahwa tingginya kemampuan akademis mahasiswa merefleksikan pemahaman

serta pengetahuan dapat pula kemampuan mahasiswa tersebut untuk mengaplikasikan informasi keuangan yang diperolehnya. Selain penelitian yang disebutkan pertama, hal ini juga dapat memungkinkan peneliti untuk menghubungkan bagaimana kualitas informasi yang ada pada akun ZAP Finance dapat direfleksikan oleh individu-individu yang memiliki *academic ability* yang mumpuni.

Setelah disebutkan bahwa pendidikanpun berpengaruh terhadap pemahaman keuangan seorang individu, peneliti melihat bahwa informasi keuanganpun harus dikemas secara baik agar kualitas yang dimiliki oleh informasi tersebut dapat dipelajari oleh seorang individu. Dimana menurut Aimsyah dalam Saputera (2020) menyatakan bahwa “nilai informasi ditentukan oleh empat karakteristik yaitu akurat, ketepatan waktu, kelengkapan dan kesesuaian.” Kualitas informasi harus memenuhi bahkan harus dapat melebihi dari harapan pengguna. Nilai suatu informasi dapat ditentukan dari biaya dan manfaatnya (Hidayat, 2018). Lee et al. (dalam Kenett, 2017) menyusun 15 dimensi dari kualitas informasi yakni *accessibility, appropriate amount, believability, completeness, concise representation, consistent representation, ease of operation, free or error, interpretaibility, objectivity, relevancy, reputation, security, timeliness, and understandability*. Ke-15 dimensi tersebut selanjutnya dipersempit kembali menjadi 4 (empat) dimensi, yaitu *intrinsic, contextual, representational, and accessibility*. Biaya pada informasi bukan ditentukan dari besarnya laba atau keuntungan yang didapat, melainkan mengenai bagaimana efektivitas dari penggunaan informasi tersebut. Begitu pula dengan manfaatnya yang dapat dirasakan setelah memahami informasi yang didapat. Kualitas informasi dapat dilakukan pada setiap keilmuan, dikarenakan kualitas informasi termasuk ke dalam multidisiplin (Batini, 2016). Sehingga kualitas informasi dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan keilmuan.

Industri jasa keuangan yang secara aktif menyebarkan informasi mengenai keuangan kini semakin banyak dengan sasaran pasar yang beragam. Selain OJK, beberapa jasa keuangan yang menyebarkan informasi keuangan pada media sosial seperti instagram ialah halofina.id, ZAP Finance, serta QM_Finance. @ZAP_FINANCE dengan pengikut pada instagram sebanyak 196.000,

@ZAP_FINANCE sudah selayaknya untuk memberikan informasi yang tepat dan sesuai kepada pengikutnya. Didirikan pada 2012 sebagai jasa konsultasi keuangan kini @ZAP_FINANCE juga menyebarkan informasi mengenai keuangan di instagram. Akun instagram dari @ZAP_FINANCE secara aktif memberikan tips yang dapat digunakan oleh pengikutnya dalam memutuskan keuangan yang akan digunakan. @ZAP_FINANCE menghadirkan suasana berbeda untuk jasa pengetahuannya. Konten yang interaktif serta desain yang unik dalam tiap unggahannya membuat setiap orang dapat belajar untuk memahami keuangan tanpa harus mengeluarkan biaya yang tinggi. Selain akun yang aktif, @ZAP_FINANCE juga memiliki aplikasi yang dapat digunakan oleh setiap penggunanya agar lebih memudahkan konsultasi mengenai keuangan. Sehingga penggunanya dapat beragam dan berada dalam cakupan wilayah yang luas. Penggunaan yang beragam serta cakupan wilayah yang luas menjadikan konten informasi pada akun ZAP Finance harus dapat diterima oleh setiap lapisan masyarakat yang ingin memahami literasi keuangan. Tidak hanya itu, penyebaran informasi yang dilakukan juga harus sesuai dengan dasar-dasar dari subjek informasi yang akan dikembangkan sehingga pengguna yang membaca mengenai informasi tersebut dapat memahami maksud dari informasi dengan baik. Oleh karena itu kualitas informasi yang ada pada akun ZAP Finance dirasa harus mampu dan mudah untuk dipelajari oleh para pengikutnya agar pendidikan yang diikuti oleh pengikutnya menjadi bekal individu tersebut dalam mempelajari informasi mengenai pengetahuan keuangan, dengan begitu informasi yang ada di akun tersebut akan membangun literasi keuangan pengikutnya dengan lebih baik ataupun secara tepat.

Zhang (2015, hlm. 7) menyatakan bahwa tantangan bagi penulis dalam menyajikan informasi yang berkualitas ialah ia harus mampu menyajikan informasi yang lengkap dan akurat serta mudah diakses. Kemudahan akses sangat berguna bagi pengguna, namun harus diperhatikan mengenai kualitas dari suatu informasi yang diterima dengan akses yang mudah. Informasi bermutu yang akan diberikan ke pada masyarakat secara luas akan membuat masyarakat yang telah diberikan informasi tersebut menjadi lebih memiliki manfaat yang besar dimana masyarakat akan lebih tereduksi jika informasi yang disebar luaskan memiliki

mutu yang baik. Sebab kini dengan kemudahan mengakses informasi harus pula disertai dengan kemampuan mengolah informasi bagi masyarakat dan pengetahuan untuk menyebarkan informasi yang bermutu bagi penyebar informasi. Karena saat ini banyak akun pada media sosial yang menyebarkan informasi secara gratis kepada pengguna media sosial sehingga perlu ditekankan pemahaman mengenai mutu informasi pada setiap pemilik akun yang bertanggung jawab pada tiap informasi yang dibagikan.

Akun yang ada di media sosial memiliki peranan yang baik untuk penyebaran informasi, sehingga mengetahui mutu dari konten informasi yang disediakan sangatlah penting agar setiap individu memahami dan tidak terbawa informasi yang buruk ketika sedang membaca dan memahami informasi pada suatu akun media sosial. Tidak hanya untuk menghindari dari hal negatif penggunaan media sosial, namun dengan mengetahui kualitas informasi yang disebarkan oleh suatu akun maupun *platform* lainnya, maka pengguna juga akan memiliki informasi yang baik dan sesuai dengan kebutuhannya.

Informasi semakin berkembang dan mudah untuk didapatkan. Tidak hanya melalui media tercetak, informasi dapat pula didapatkan melalui media elektronik. Pertumbuhan internet telah mengubah cara informasi dihasilkan, disimpan, dimanipulasi, dan dikonsumsi (Gates 2000, Mednick et al. 2009, Howard et al 2011). Dengan kemudahan yang ada, masyarakat secara luas dapat memilih informasi apa yang mereka inginkan. Sehingga dengan kebebasan pemilihan informasi, sudah seharusnya pihak yang memberikan informasi memahami tanggung jawabnya terhadap informasi yang disampaikannya. Sebab dengan menyebarkan informasi secara luas di media sosial, maka banyak pengguna media sosial tersebut yang melihat, membaca, serta memahami informasi yang telah diberikan. Dilansir dari BBC Indonesia, dalam sebuah survey yang dilakukan oleh GlobalWebIndex diketahui bahwa pada tahun 2019 (hingga bulan september) setiap orang di Indonesia diperkirakan menggunakan internet sebanyak 195 menit, berkurang 9 menit dari pada tahun 2018. Menurut survey yang dilakukan oleh Tempo Institute, pengguna instagram pada tahun 2018 di Indonesia sebesar 80%

dari total populasi masyarakat Indonesia dibandingkan dengan twitter yang hanya digunakan oleh 52% dari total keseluruhan masyarakat Indonesia.

Pemilihan subjek informasi yang beragam, grafis yang menarik, serta rincian informasi yang sesuai dengan subjek yang dipilih akan membuat pengguna memahami maksud dari informasi tersebut dengan cepat dan tidak membutuhkan waktu yang lama untuk memahaminya. Arceneaux (2018) mengungkapkan bahwa:

“When considering the importance message structure has on information recall, and the two contrasting modes used by Twitter and Instagram, research by Sundar and Limperos (2013) showed that intellectually processing text requires larger amount of cognitive effort than does processing images.”

Informasi yang hanya menggunakan kata-kata lebih memberikan usaha dalam pemahamannya, sedangkan bila informasi menggunakan gambar maka pemahaman pengguna dalam menerima informasi lebih cepat diterima. Mai (2013) menyatakan bahwa “ketika informasi dipandang sebagai tanda dalam produksi dan pertukaran informasi; ketika makna dipandang sebagai kontekstual; dan ketika komunikasi dipahami sebagai kegiatan rasional kooperatif, maka dengan pendekatan semacam itu dapat diketahui bahwa kualitas informasi adalah kontekstual dan dapat ditentukan secara publik dan sosial di forum”. Pemerintah melalui Kementerian Komunikasi dan Informasi berupaya untuk mecegah adanya konten negatif melalui media sosial dengan berbagai cara. Dilihat pada laman kominfo.go.id, terdapat sebuah berita yang menekankan bahwa pemerintah mendorong adanya konten informasi yang positif. Kegiatan yang dilakukan yakni memberikan penghargaan kompetensi konten kreatif Bhineka. Kegiatan tersebut dilaksanakan agar masyarakat dapat berlomba dalam memberikan konten yang kreatif.

Maka dari itu peneliti menganggap bahwa kualitas informasi merupakan hal yang perlu diperhatikan untuk menumbuhkan pemahaman individu terhadap bidang keuangan karena ternyata terdapat faktor sosial-ekonomi dan pendidikan yang ditemukan bahwa kualitas informasi yang dipelajari juga memiliki peran dalam pembentukan pemahaman literasi keuangan. Untuk itu, dari latar belakang

yang ada penulis tertarik untuk meneliti mengenai literasi keuangan dengan judul “**Pengaruh Kualitas Informasi Pada Akun @ZAP_FINANCE Terhadap Literasi Keuangan Pengikutnya**”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, penulis mengambil dua rumusan yakni rumusan masalah umum dan rumusan masalah khusus sebagai berikut:

1.2.1. Rumusan Masalah Umum

Bagaimana kualitas informasi yang disediakan pada akun @ZAP_FINANCE dapat memengaruhi literasi keuangan pengikutnya?

1.2.2. Rumusan Masalah Khusus

1.2.2.1 Bagaimana kualitas informasi aspek *intrinsic accuracy* pada akun @ZAP_Finance terhadap literasi keuangan pengikutnya?

1.2.2.2 Bagaimana kualitas informasi aspek *contextual* pada akun @ZAP_Finance terhadap literasi keuangan pengikutnya?

1.2.2.3 Bagaimana kualitas informasi aspek *representational* pada akun @ZAP_Finance terhadap literasi keuangan pengikutnya?

1.2.2.4 Bagaimana kualitas informasi aspek *accessibility* pada akun @ZAP_Finance terhadap literasi keuangan pengikutnya?

1.3. Tujuan Penelitian

1.3.1. Tujuan Umum

Untuk mengetahui pengaruh dari kualitas informasi yang disediakan pada akun @ZAP_FINANCE terhadap literasi keuangan penggunanya

1.3.2. Tujuan Khusus

1.3.2.1 Untuk mengetahui kualitas informasi dengan aspek *intrinsic accuracy* pada akun @ZAP_Finance

1.3.2.2 Untuk mengetahui kualitas informasi dengan aspek *contextual* pada akun @ZAP_Finance

1.3.2.3 Untuk mengetahui kualitas informasi dengan aspek *representational* pada akun @ZAP_Finance

1.3.2.4 Untuk mengetahui kualitas informasi dengan aspek *accessibility* pada akun @ZAP_Finance

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Peneliti berharap penelitian ini dapat menambah khazanah keilmuan perpustakaan dan sains informasi

1.4.2. Manfaat Praktis

1. Bagi peneliti

Sarana implementasi dari proses perkuliahan yang telah berlangsung dan juga implementasi dari pengalaman yang telah dimiliki

2. Bagi program studi

Penelitian ini dapat menambah kekayaan penelitian yang dilakukan oleh mahasiswa program studi Perpustakaan dan Sains Informasi

3. Bagi perusahaan ZAP Finance

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan evaluasi dan rekomendasi untuk kemajuan ZAP Finance dalam bidang literasi keuangan

4. Bagi peneliti selanjutnya

Dapat menjadi acuan dan rujukan untuk penelitian yang akan datang

1.5 Struktur Organisasi Skripsi

Sistematika penulisan dalam skripsi ini adalah:

BAB I berisi latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II berisi konsep dan topik yang dikaji pada penelitian skripsi ini, penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian, kerangka berpikir dalam bentuk bagan dan hipotesis, Pada bagian akhir Bab II ini sangat mempengaruhi dalam menentukan metode penelitian yang akan digunakan.

BAB III berisi metode dari penelitian yang dilakukan seperti desain penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel penelitian, instrumen penelitian, prosedur penelitian hingga analisis data yang akan digunakan.

BAB IV, berisi mengenai hasil dari penelitian yang telah dilakukan sesuai dengan analisis yang telah dipaparkan dalam Bab III.

BAB V, berisi penutup yang terdiri atas kesimpulan dan rekomendasi penelitian.