

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era perkembangan ekonomi digital saat ini, literasi keuangan menjadi salah satu keterampilan dasar yang sangat penting bagi setiap individu. Literasi keuangan tidak hanya berperan dalam meningkatkan kesejahteraan individu, tetapi juga dalam stabilitas ekonomi negara secara keseluruhan. Sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki peluang yang strategis untuk mengembangkan sistem keuangan berbasis syariah. Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan syariah menjadi kunci penting dalam mendorong pertumbuhan sektor keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Dalam hal ini menekankan bahwa literasi keuangan syariah memiliki nilai-nilai seperti keadilan, transparansi, dan tanggung jawab sosial yang sangat relevan dengan kebutuhan masyarakat terutama pada generasi muda. Dengan demikian, tingkat pemahaman masyarakat Indonesia terhadap keuangan syariah masih tergolong sangat rendah khususnya di kalangan pelajar dan mahasiswa.

Pertumbuhan jumlah penduduk dan pesatnya perkembangan pasar keuangan dapat menimbulkan berbagai kekhawatiran, terutama terkait kesiapan masyarakat dalam memahami dan mengelola keuangan secara bijak, salah satu faktor yang diakui berkontribusi pada keputusan keuangan yaitu kurangnya informasi, hal ini dapat berdampak negatif pada masyarakat dan generasi muda

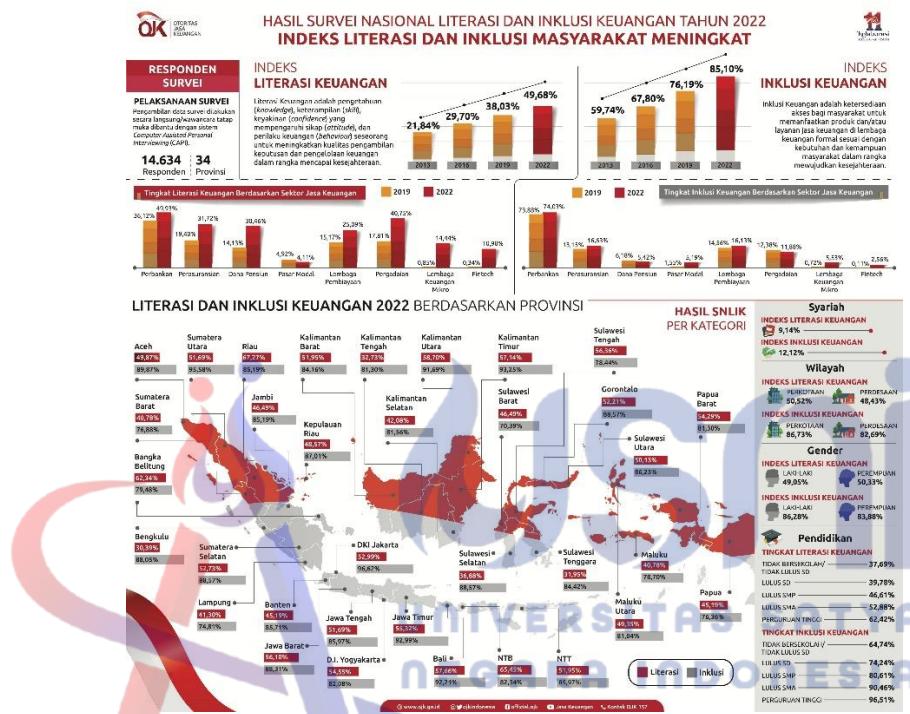
tentang kurangnya literasi keuangan syariah. Masyarakat perlu mengikuti mengikuti perkembangan pasar keuangan dengan menguasai praktik nyata, bukan hanya teori. Tujuan utamanya, agar saat mengambil keputusan terkait pengelolaan keuangan, mereka tidak melakukan kesalahan. Di samping itu, pengelolaan keuangan yang baik dapat meningkatkan kesejahteraan individu.

Menurut Djuwita dan Yusuf (2018), literasi keuangan syariah adalah pengembangan dari literasi keuangan yang mengintegrasikan elemen-elemen sesuai dengan syariat Islam. Literasi keuangan syariah mencakup berbagai aspek, seperti pengelolaan uang dan harta (misalnya menabung untuk masa depan dan menyisihkan dana darurat), perencanaan keuangan (termasuk dana pensiun, investasi, dan asuransi), serta aspek sosial seperti wakaf, infaq, dan sadaqah. Selain itu, terdapat pula aspek zakat dan warisan.

Dalam pemahaman peneliti, mengidentifikasi beberapa faktor penyebab rendahnya literasi keuangan syariah, antara lain kurangnya sosialisasi, terbatasnya sumber belajar, serta belum terintegrasinya topik ekonomi Islam dalam kurikulum pendidikan. Oleh karena itu, diperlukan strategi edukatif yang kreatif dan relevan untuk memperkenalkan prinsip-prinsip keuangan syariah kepada generasi muda.

Berdasarkan data Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2022 yang dirilis oleh Otoritas Jasa Keuangan, tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia tercatat sebesar 49,68%. Namun, yang lebih mengkhawatirkan adalah bahwa tingkat literasi keuangan syariah hanya mencapai 9,14%, angka yang sangat rendah jika dibandingkan dengan potensi besar populasi Muslim di Indonesia. Data

ini menunjukkan adanya kesenjangan pengetahuan yang signifikan, terutama di kalangan pelajar yang merupakan generasi penerus bangsa dan menjadi sasaran strategis dalam pembangunan ekonomi berbasis syariah.



(Gambar 1.1: Infografis Hasil Survei Literasi Inklusi Keuangan Tahun 2022

Sumber www.ojk.go.id

Angka-angka yang disajikan di atas menunjukkan bahwa pengetahuan masyarakat, terutama generasi muda, mengenai prinsip-prinsip dasar keuangan syariah masih sangat terbatas. Hal ini menjadi tantangan besar bagi upaya edukasi keuangan Islam, terutama di tengah meningkatnya kebutuhan akan sistem ekonomi sesuai dengan nilai-nilai syariah. Pendapat Lusardi dan Mitchell (2017) mendukung observasi ini, yang menyatakan bahwa meskipun akses terhadap produk keuangan

meningkat secara global, masih banyak orang yang tidak memahami risiko dan fungsi dasar dari produk-produk tersebut.

Salah satu temuan penting dari survei ini adalah rendahnya angka literasi keuangan syariah, yang hanya mencapai 9,14% sementara angka inklusi keuangan syariah sebesar 12,12%. Di sisi lain, literasi keuangan masyarakat perkotaan tercatat 50,52% sedikit lebih tinggi dibandingkan dengan wilayah perdesaan yang hanya mencapai 48,43%. Dari perspektif pendidikan, individu yang telah menyelesaikan pendidikan di perguruan tinggi memiliki tingkat literasi keuangan tertinggi, yaitu 62,42% dibandingkan mereka yang hanya menyelesaikan SMA sebesar 52,88%. Temuan ini menunjukkan bahwa tingkat pendidikan memiliki korelasi positif terhadap kemampuan seseorang dalam memahami dan mengelola produk keuangan syariah.

Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar orang tidak memahami prinsip-prinsip dasar keuangan syariah, seperti larangan riba (bunga), konsep bagi hasil (mudharabah dan musyarakah), sistem zakat dan pentingnya mengelola keuangan dengan nilai-nilai Islam. Kurangnya pemahaman ini juga terjadi pada kalangan pelajar SMA yang merupakan kelompok usia produktif yang akan memainkan peran penting dalam pembangunan ekonomi syariah di masa mendatang.



(Gambar 1.2 : Infografis Indeks Literasi Keuangan Syariah Tahun 2023

Sumber www.ojk.go.id)

Di sisi lain berdasarkan hasil SNLIK Tahun 2023, indeks literasi keuangan syariah mengalami peningkatan sebesar 39%11%. Angka tersebut menunjukkan bahwa pemahaman masyarakat terkait produk dan layanan keuangan syariah mengalami peningkatan yang cukup signifikan dibandungkan tahun sebelumnya.



(Gambar 1.3 : Infografis Indeks Literasi Keuangan Syariah Tahun 2024

Sumber www.ojk.go.id)

Temuan lainnya juga terdapat di Tahun 2024. Hasil SNLIK menunjukan indeks literasi keuangan penduduk Indonesia sebesar 65,43%, sementara indeks inklusi keuangan syariah sebesar 75,02%. Hal ini menjadi peningkatan dari tahun 2022 hingga 2024, yang menunjukkan adanya kemajuan dalam pemahaman dan akses masyarakat terhadap layanan keuangan, termasuk keuangan syariah. Namun demikian, gap antara literasi dan inklusi masih perlu diperhatikan, karena tingginya tingkat inklusi belum sepenuhnya diimbangi dengan pemahaman literasi yang memadai.

Dalam hal ini, Otoritas Jasa Keuangan merupakan lembaga yang bertanggung jawab dalam pengawasan dan pengaturan sektor jasa keuangan di Indonesia. Selain itu, memiliki peran penting dalam meningkatkan literasi keuangan, termasuk literasi keuangan syariah. Peran Humas memiliki tanggung jawab penting dalam merancang dan melaksanakan strategi komunikasi untuk meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap lembaga jasa keuangan.

Dalam menghadapi tantangan, rendahnya pemahaman generasi muda terhadap sistem keuangan syariah, strategi Humas Otoritas Jasa Keuangan tidak hanya bertugas untuk menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk opini publik, meningkatkan kesadaran, serta mendorong perilaku keuangan yang sehat sesuai dengan prinsip syariah Islam di kalangan pelajar dan mahasiswa. Dengan demikian, Otoritas Jasa Keuangan menerapkan strategi komunikasi dua arah simetris (*two-way symmetrical communication*) sebagaimana dikemukakan oleh Grunig (2021), yaitu model komunikasi yang memungkinkan terjadinya interaksi

timbal balik antara lembaga dan publiknya, sehingga pesan yang disampaikan dapat dipahami secara optimal dan membentuk keterlibatan aktif dari audiens.

Dalam penerapannya, strategi humas yang dilakukan dalam komunikasi dua arah ini diwujudkan melalui program literasi keuangan syariah yang bersifat edukatif, salah satunya melalui penyelenggaraan event *Indonesia Sharia Financial Olympiad*. Event bisa juga diinterpretasikan sebagai salah satu kegiatan yang dilakukan oleh sekelompok orang atau organisasi dengan tujuan tertentu. Dalam pelaksanaanya, event ini dirancang tidak hanya memberikan informasi mengenai keuangan syariah, tetapi juga mendorong pelajar dan mahasiswa agar terlibat secara aktif dalam memahami konsep dasar keuangan syariah melalui kompetisi yang dikemas secara menarik dan interaktif.

Dengan demikian, event ini dapat menimbulkan dampak, terutama dampak sosial yang cukup signifikan. Dampak tersebut mengalami peningkatan kesadaran generasi muda terhadap pentingnya pengelolaan keuangan berbasis syariah, terciptanya ruang diskusi antar pelajar dan mahasiswa, serta terbentuknya sikap positif terhadap nilai-nilai keadilan dan transparansi yang menjadi dasar dalam keuangan syariah. Dalam kegiatan ini mendorong peserta untuk belajar secara aktif, tidak hanya memahami teori tetapi juga menerapkannya dalam konteks nyata dan relevan dengan kehidupan mereka. Event ini juga memperkuat hubungan antar *stakeholder* dan menciptakan dampak sosial yang positif (Wijaya et al., 2020). Kegiatan ini merupakan bagian dari strategi komunikasi yang bertujuan untuk memperkuat literasi keuangan di kalangan generasi muda. Melalui pendekatan

interaktif dan edukatif, para peserta tidak hanya diuji secara kompetitif, tetapi juga diarahkan untuk memahami prinsip dasar keuangan syariah.

Melalui kegiatan seperti *Indonesia Sharia Financial Olympiad*, strategi Humas Otoritas Jasa Keuangan berupaya membentuk ruang diskusi yang inklusif antara lembaga dan pelajar dan mahasiswa, di mana peserta dapat menyampaikan pendapat, dan berdiskusi untuk mengasah pemahaman mereka secara langsung dalam konteks kompetitif. Meskipun kegiatan ini memiliki potensi besar untuk meningkatkan literasi keuangan syariah, pada pelaksanaannya terdapat beberapa tantangan, salah satunya pada rendahnya minat serta pemahaman tentang literasi keuangan syariah kepada pelajar dan mahasiswa.

Untuk menghadapi tantangan yang terjadi, strategi yang dilakukan oleh Humas Otoritas Jasa Keuangan dapat menjembatani kesenjangan informasi sekaligus membangun persepsi yang positif terhadap literasi keuangan syariah. Menurut Effendy (2022), humas memiliki peran penting dalam menciptakan komunikasi persuasif yang tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga mengubah sikap dan perilaku audiens. Oleh karena itu, pendekatan komunikasi yang dilakukan Humas Otoritas Jasa Keuangan tidak cukup bersifat satu arah melainkan dua arah untuk melibatkan audiens secara aktif dengan cara melalui forum diskusi, lomba edukatif, serta media sosial sebagai media kampanye.

Selain sebagai ajang kompetisi, *Indonesia Sharia Financial Olympiad* juga berfungsi sebagai media kampanye strategis yang dirancang untuk membentuk persepsi positif terhadap sistem keuangan syariah. Melalui kegiatan ini, Otoritas

Jasa Keuangan merancang literasi keuangan syariah dalam bentuk yang lebih menarik dan relevan dengan gaya belajar generasi muda. Hal ini membuat peserta bisa belajar secara langsung dengan cara yang menyenangkan dan sesuai dengan cara belajar generasi muda. Selain mendapatkan pengetahuan, peserta juga diajak untuk memahami bagaimana prinsip-prinsip keuangan syariah bisa diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Dengan pendekatan ini, *Indonesia Sharia Financial Olympiad* tidak hanya menjadi ajang lomba, tetapi juga menjadi media kampanye yang efektif untuk meningkatkan pemahaman dan minat pelajar serta mahasiswa terhadap keuangan syariah.

Dalam strategi kampanyennya, Humas Otoritas Jasa Keuangan menjadikan media sosial sebagai saluran komunikasi utama untuk memperkuat jangkauan informasi dan meningkatkan keterlibatan publik seperti Instagram, YouTube, dan TikTok digunakan untuk menyampaikan konten edukatif yang dikemas dalam bentuk visual, video pendek, dan infografis. Hal ini sejalan dengan karakteristik Generasi Z dan Milenial yang lebih menyukai informasi cepat, padat, dan visual. Menurut penelitian oleh Rahayu (2024), kampanye literasi keuangan digital secara signifikan dapat memengaruhi perilaku menabung dan berbelanja generasi Z. Komunikasi digital memungkinkan interaksi dua arah yang lebih responsif dan persuasif sehingga efektivitas edukasi finansial meningkat.

Menurut Peneliti, penyelenggaraan *Indonesia Sharia Financial Olympiad* menjadi salah satu bentuk upaya dalam mengkampanyekan literasi keuangan syariah kepada pelajar dan mahasiswa melalui pendekatan yang terarah, terutama pada pelajar dan mahasiswa. Strategi Humas Otoritas Jasa Keuangan dalam

mengkampanyekan literasi keuangan syariah tidak hanya sebatas publikasi, tetapi dirancang untuk memperkenalkan konsep dasar ekonomi syariah dengan bahasa yang lebih mudah dipahami.



(Gambar 1.4 : Poster *Indonesia Sharia Financial Olympiad ISFO*

Sumber Instagram @ojkindonesia)

Menurut penelitian oleh Septia et al. (2024), strategi humas dalam kampanye publik harus menyampaikan pesan yang relevan sesuai kebutuhan dan karakteristik audiens serta memanfaatkan saluran komunikasi yang sering audiens gunakan untuk memastikan efektivitas dan keterlibatan. Menurut Purwanto et al. (2023), kolaborasi antar lembaga dan komunikasi tatap muka menjadi elemen kunci dalam membangun citra publik dan keterlibatan audiens. Pendekatan ini memperkuat peran komunikasi interpersonal dalam manajemen program secara keseluruhan. Menurut pemahaman peneliti, pendekatan komunikasi *Indonesia Sharia Financial Olympiad* dapat dikategorikan sebagai bentuk komunikasi

edukatif dan persuasif yang dilakukan melalui event. Dengan strategi komunikasi yang dipadukan antara digital, interpersonal, dan institusional, *Indonesia Sharia Financial Olympiad* mampu menjangkau pelajar dan mahasiswa secara efektif.

Dengan demikian, event *Indonesia Sharia Financial Olympiad* sebagai inovasi kegiatan edukatif yang dikemas dalam bentuk kompetisi, guna memperkenalkan konsep-konsep dasar keuangan syariah secara lebih menarik bagi pelajar dan mahasiswa. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui Bagaimana Strategi Humas Otoritas Jasa Keuangan dirancang dan diimplementasikan Dalam Mengkampanyekan Program Literasi Keuangan Syariah Kepada Pelajar dan Mahasiswa (Studi Kasus Event *Indonesia Sharia Financial Olympiad*).

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “**Bagaimana Strategi Humas Otoritas Jasa Keuangan Dalam Mengkampanyekan Program Literasi Keuangan Syariah Kepada Pelajar dan Mahasiswa (Studi Kasus Event *Indonesia Sharia Financial Olympiad*)?**”

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini untuk, menganalisis Strategi Humas Otoritas Jasa Keuangan dalam merancang dan melaksanakan kampanye literasi keuangan syariah melalui event *Indonesia Sharia Financial Olympiad*.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini memberikan manfaat akademis dalam bentuk peningkatan wawasan dan pengetahuan di bidang manajemen komunikasi, khususnya dalam konteks event edukatif. Selain itu, penelitian ini menjadi sarana bagi mahasiswa untuk mengaplikasikan teori yang telah diperoleh selama perkuliahan ke dalam praktik nyata, sehingga memperkuat keterkaitan antara teori dan implementasi di lapangan. Hasil penelitian juga dapat dijadikan bahan evaluasi untuk meningkatkan mutu pendidikan, serta mempererat hubungan antara perguruan tinggi dan instansi terkait melalui kerja sama penelitian.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi penyelenggara event edukatif seperti *Indonesia Sharia Financial Olympiad* dalam merancang strategi komunikasi yang efektif dan sesuai dengan karakteristik pelajar. Temuan dari penelitian ini juga dapat dijadikan referensi oleh lembaga atau institusi pendidikan dalam menyusun kegiatan serupa yang bertujuan meningkatkan literasi keuangan syariah di kalangan generasi muda.