

MODEL STRATEGI LITERASI KEUANGAN DALAM MENINGKATKAN PANGSA PASAR SYARIAH DI INDONESIA

Alvan Fathony ¹⁾, M Hadziq Affan ²⁾, Mahmudi ³⁾

Universitas Nurul Jadid Paiton Probolinggo

¹⁾ guzithonk01@gmail.com ²⁾ hadziqaffan9@gmail.com ³⁾ Mahmudim303@gmail.com

Abstrak. Literasi keuangan merupakan pengukuran terhadap pemahaman seseorang mengenai konsep keuangan, dan memiliki kemampuan dan keyakinan untuk mengatur keuangan pribadi melalui pengambilan keputusan jangka pendek yang tepat, perencanaan keuangan jangka panjang, serta memperhatikan kejadian dan kondisi ekonomi. Ada tiga dimensi dari literasi keuangan yaitu, keterampilan menghitung, pemahaman tentang keuangan dasar, dan memiliki kemampuan dan sikap terhadap keputusan keuangan. Penelitian ini menggunakan penelitian dengan jenis kajian pustaka (library research). Kajian pustaka (library reseach) dilakukan dengan mengumpulkan data-data atau informasi dari berbagai sumber bacaan seperti buku-buku, kitab-kitab, website dan sebagainya lalu dianalisis secara kritis untuk menghasilkan interpretasi sesuai pendekatan yang digunakan. Metode ini menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan. Strategi yang digunakan untuk meningkatkan pangsa pasar syariah adalah dengan: a. Cakap Keuangan, b. Sikap dan Perilaku Keuangan Bijak, c. Akses Keuangan. Hambatan dan Tantangan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menuturkan bahwa setidaknya terdapat tiga tantangan yang dihadapi perbankan di Indonesia dalam pelayanan digital banking, yakni: a. Evaluasi uji coba layanan digital banking Bank Indonesia (BI) terkait dengan sistem informasi bank, b. Ketersediaan jaringan, c. Edukasi serta perlindungan konsumen

Kata kunci : Strategi, Literasi keuangan, Pangsa pasar

Abstract. Financial literacy is a measurement of a person's understanding of financial concepts, and having the ability and confidence to manage personal finances through making appropriate short-term decisions, long-term financial planning, and paying attention to economic events and conditions. There are three dimensions of financial literacy, namely, calculating skills, understanding of basic finance, and having the ability and attitude towards financial decisions. This study uses research with the type of literature review (library research). Library research is carried out by collecting data or information from various reading sources such as books, books, websites and so on and then critically analyzed to produce interpretations according to the approach used. This method produces descriptive data in the form of written or spoken words. The strategies used to increase sharia market share are by: a. Capable of Finance, b. Wise Financial Attitude and Behavior, c. Financial Access. Obstacles and Challenges The Financial Services Authority (OJK) said that there are at least three challenges faced by banks in Indonesia in digital banking services, namely: a. Evaluation of trials of Bank Indonesia (BI) digital banking services related to bank information systems, b. Network availability, c. Consumer education and protection

Keywords: Strategy, Financial Literacy, Market Share

PENDAHULUAN

Perkembangan penduduk Indonesia mengalami kenaikan pada setiap tahunnya dengan laju pertumbuhan penduduk sebesar 1,5%. Pada tahun 2020 jumlah penduduk Indonesia mencapai 237,6 juta jiwa. Meskipun jumlah penduduk Indonesia selalu bertambah namun jumlah penduduk miskin Indonesia pada tahun 2019 menurun hingga mencapai 0,19% dan jumlah keseluruhan mencapai 9,22%¹. Pertambahan jumlah penduduk Indonesia diikuti pula oleh peningkatan pendapatan negara yang ditunjukkan melalui Produk Domestik Bruto (PDB) masyarakat Indonesia. PDB Indonesia mengalami kenaikan setiap tahunnya yang diikuti pula dengan PDB per kapita masyarakat Indonesia. Pada tahun 2020 PDB Indonesia mencapai 3.922,6 triliun dengan PDB per kapita sebesar 4.460 juta. Dengan demikian apabila dilihat pada pertumbuhan PDB per kapita tersebut, potensi masyarakat untuk menabung atau berinvestasi di sektor keuangan akan semakin besar².

Seiring dengan pertumbuhan PDB Indonesia, jumlah uang yang beredar juga semakin meningkat yang menandakan semakin bertambahnya transaksi keuangan masyarakat baik untuk kebutuhan pribadi maupun usaha. Dengan demikian, pengetahuan masyarakat mengenai perencanaan keuangan perlu ditingkatkan guna mengimbangi bertambahnya transaksi keuangan tersebut³.

Industri jasa keuangan di Indonesia dari tahun ke tahun memberikan peranan yang cukup besar bagi masyarakat. Salah satu peran industri jasa keuangan dalam mendukung kesejahteraan masyarakat maupun pembangunan ekonomi diantaranya melalui penyaluran kredit perbankan yang mencapai 9,92% pada tahun 2019.

Selain itu, jumlah rekening tabungan beserta nominalnya mengalami pertumbuhan dari waktu ke waktu, jumlah rekening tabungan pada bank umum meningkat dari 292.960.624 menjadi 295.024.628 rekening. Dengan kenaikan jumlah rekening rata-rata sebesar 17,6% per tahun, diharapkan seluruh golongan masyarakat nantinya memiliki satu rekening

¹ Fatmawati, "Analisis Peran Otoritas Jasa Keuangan Dalam Meningkatkan Literasi Dan Inklusi Keuangan Masyarakat Terhadap Lembaga Jasa Keuangan," 2021.

² Arvika Shinta Giffari, "Analisis Literasi Finansial Mahasiswa Fakultas E Konomi Universitas Islam Indonesia," *Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi* 1, no. 1 (2018).

³ Nur Aliah Rahma, "Kajian Literasi Finansial Dan Prilaku Konsumtif Guru Di SMAN 4 Makasar," *Journal of Chemical Information and Modeling* 53, no. 9 (2013): 1689–1699.

tabungan. Dari sisi nominalnya, jumlah simpanan masyarakat di bank umum mencapai 5.984.425 miliar pada tahun 2019 yang mengalami kenaikan sebesar 1,46%⁴.

Pada sektor Pasar Modal pun juga mengalami peningkatan jumlah investor saham maupun reksadana. Jumlah Pasar modal pada tahun 2019 tercatat 2,48 juta, jumlah ini mengalami kenaikan sekitar 53% dibandingkan pada tahun 2018 sebanyak 1,6 juta investor. Sedangkan pada tahun 2020 total investor saham tercatat 1,10 juta investor atau naik 30% dibandingkan pada tahun 2018 dengan jumlah 852.000 investor. Sementara itu, sampai dengan Mei 2020, jumlah investor Pasar Modal Indonesia mencapai 2,81 juta dan investor saham mencapai angka 1,19 juta⁵.

Selain itu, peredaran jumlah uang elektronik (e-money) di Indonesia secara umum mengalami peningkatan dari tahun 2017 yang mencapai 943,3 juta menjadi 69 miliar pada tahun 2019. Dengan laju pertumbuhan penggunaan e-money sebesar 281,39%. Kepraktisan dan kemudahan e-money dalam transaksi keuangan menjadi salah satu daya tarik semakin banyaknya masyarakat yang menggunakan e-money. Peningkatan transaksi uang elektronik sejalan dengan program Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) yang dirancang oleh BI sejak tahun 2014⁶.

Masyarakat yang tinggal di daerah terpencil atau pedesaan juga tidak luput dari kebutuhan akan pelayanan keuangan yang sama dengan masyarakat yang tinggal di daerah perkotaan. Untuk itu, perbankan telah memiliki agen Layanan Keuangan tanpa kantor dalam rangka keuangan inklusif (Laku Pandai). Agen laku pandai melayani transaksi perbankan bagi masyarakat yang selama ini tidak atau belum sepenuhnya terlayani oleh jaringan kantor bank. Jumlah agen laku pandai mengalami pertumbuhan nasabah mencapai 24.226.083 rekening hingga juni 2019. Dengan semakin meningkatkannya jumlah agen laku pandai

⁴ Amanita Novi Yushita, "Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi," *Nominal* VI, no. 1 (2017): 11–26.

⁵ Teuku Syifa Fadrizha Nanda, Ayumiati, and Rahmaton Wahyu, "Tingkat Literasi Keuangan Syariah: Studi Pada Masyarakat Kota Banda Aceh," *JIHBIZ: Global Journal of Islamic Banking and Finance* 1, no. 2 (2019): 141–152.

⁶ Rini Astuti Isna Ardila, Hastina Febriaty, "Strategi Literasi Keuangan Sebagai Faktor Pendukung Keberlanjutan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah," *Ekonomikawan: Jurnal Ilmu* 21, no. 2 (2021): 201–210, <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/ekawan/article/view/8430>.

tersebut diharapkan masyarakat yang dapat menikmati layanan jasa perbankan juga semakin bertambah ⁷.

Literasi keuangan merupakan pengukuran terhadap pemahaman seseorang mengenai konsep keuangan, dan memiliki kemampuan dan keyakinan untuk mengatur keuangan pribadi melalui pengambilan keputusan jangka pendek yang tepat, perencanaan keuangan jangka panjang, serta memperhatikan kejadian dan kondisi ekonomi. Ada tiga dimensi dari literasi keuangan yaitu, keterampilan menghitung, pemahaman tentang keuangan dasar, dan memiliki kemampuan dan sikap terhadap keputusan keuangan ⁸.

Pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan keuangan yang dimiliki oleh seorang individu berpengaruh terhadap sikap dan perilaku keuangannya. Peningkatan pengetahuan yang dimiliki seseorang dapat berdampak pada partisipasi yang aktif dalam kegiatan terkait keuangan, serta perilaku keuangan yang lebih positif pada seorang individu. Selain itu, kaitan antara perilaku dengan sikap seseorang terlihat pada seseorang yang memiliki sikap positif untuk jangka panjang kemungkinan besar akan menunjukkan perilaku keuangan yang lebih baik dibandingkan dengan seseorang yang memiliki sikap keuangan untuk jangka pendek ⁹.

Survei Nasional Literasi Keuangan (SNLIK) ketiga yang dilakukan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2017 menunjukkan indeks literasi keuangan yang mencapai 38,03% dan indeks inklusi keuangan mencapai 76,19%. Angka tersebut meningkat dibandingkan hasil survei OJK 2016 yaitu indeks literasi keuangan 29,7% dan indeks inklusi keuangan 67,8%. Dengan demikian, dalam tiga tahun terakhir terdapat peningkatan pemahaman keuangan (literasi) masyarakat sebesar 8,33%, serta peningkatan akses terhadap produk dan layanan jasa keuangan (inklusi keuangan) sebesar 8,39% ¹⁰.

⁷ Fransiska Soejono and Anastasia Sri Mendari, "Literasi Keuangan Dosen Di Palembang : Faktor Pendapatan, Pendidikan, Dan Kepemilikan Produk Financial," *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 4, no. 1 (2019): 69–83.

⁸ Muhamad Randy Akbar Rizka Wahyuni Amelia, Widya Intan Sari, Lina Nofiana, Arif Hidayat, Asep Muhammad Lutfi, "Strategi Dalam Meningkatkan Literasi Keuangan Melalui Produk Perbankan Untuk Warga Rt 006/Rw 10, Kampung Cimuncang, Desa Karangnunggal, Tasikmalaya, Jawa Barat," *Dedikasi Pkm* 1, no. 2 (2020): 93.

⁹ Amsal Irmalis Mirdha Fahlevi SI, Yusnaidi, "Strategi Peningkatan Literasi Dan Inklusi Keuangan Bagi Masyarakat Agraris Di Kawasan Pedesaan," *Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen* 5, no. 2 (2021): 182–190.

¹⁰ Abdullah Kafabih, "Literasi Finansial Pada Tingkat Sekolah Dasar Sebagai Strategi Pengembangan Financial Inclusion Di Indonesia," *MUBTADI: Jurnal Pendidikan Ibtidaiyah* 2, no. 1 (2020): 1–16.

Sedangkan indeks literasi keuangan syariah dilihat dari sisi penyebaran di setiap provinsi di Indonesia menunjukkan hasil yang beragam antara provinsi yang satu dengan provinsi lainnya. Provinsi Jawa Timur memiliki indeks literasi keuangan syariah tertinggi dibandingkan dengan provinsi lainnya yaitu 29,4%, sedangkan provinsi Nusa Tenggara Timur memiliki indeks literasi keuangan syariah 0% artinya masyarakat Nusa Tenggara Timur tidak well literate terhadap produk dan layanan jasa keuangan syariah ¹¹.

Secara rata-rata, mayoritas provinsi yang berada di Pulau Sumatera dan Pulau Jawa memiliki indeks literasi keuangan syariah lebih tinggi dibandingkan dengan provinsi-provinsi di pulau lainnya. Dengan sebaran indeks literasi keuangan syariah yang sangat bervariasi dari Provinsi Aceh hingga Papua, maka diperlukan upaya dan strategi yang berbeda untuk meningkatkan literasi keuangan syariah khususnya di provinsi yang mayoritas berpenduduk muslim ¹².

Secara faktual literasi keuangan dan inklusi keuangan masyarakat dengan adanya kemajuan yang pesat dibidang teknologi informasi dan peningkatan pengguna internet dan gadget, sehingga terjadi sebuah inovasi mentransformasi suatu sistem atau pasar yang eksisting, dengan memperkenalkan kepraktisan, kemudahan akses, kenyamanan, dan biaya dan ekonomis, dikenal sebagai Inovasi Disruptif (Disruptive Innovation). Fenomena Inovasi Disruptif juga terjadi pada Industri Jasa Keuangan secara global. Mulai dari struktur industrinya, teknologi intermediasinya, hingga model pemasarannya kepada konsumen. Keseluruhan perubahan ini mendorong munculnya fenomena baru yang disebut Financial Technology (FinTech) ¹³.

Terkait dengan literasi keuangan (financial literacy) diartikan sebagai kecakapan atau kesanggupan dalam hal keuangan. Seseorang dengan literasi keuangan yang baik (well literate), akan mampu melihat uang dengan sudut pandang yang berbeda dan memiliki

¹¹ Tulasmi Tulasmi and Titania Mukti, "Peran Pegadaian Syariah Dalam Literasi Keuangan Syariah," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 2 (2020): 239.

¹² Safaah Restuning Hayati, "Strategi Bank Syariah Dalam Meningkatkan Literasi Keuangan Syariah Pada Masyarakat (Studi Kasus Pada BPRS Madina Mandiri Sejahtera)," *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)* 8, no. 2 (2019): 129.

¹³ Wasti Reviandani Suaibatul Aslamiyah, "Pemberdayaan Masyarakat Melalui Literasi Keuangan Sebagai Strategi Menghadapi COVID-19 Di Desa Betoyoguci, Gresik," *JPKMI (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Indonesia)* 2, no. 4 (2021): 266–274.

kendali atas kondisi keuangannya. Se jauh mana tingkat literasi suatu masyarakat diukur dengan indeks literasi keuangan ¹⁴.

Pengetahuan keuangan yang rendah akan menyebabkan perencanaan keuangan yang salah dan menyebabkan bias dalam pencapaian kesejahteraan di saat usia tidak produktif lagi. Ada empat hal yang paling umum dalam finansial literasi yaitu penganggaran, tabungan, pinjaman, dan investasi ¹⁵. Maka dari itu peneliti mengfokuskan bagaimana strategi nasional literasi keuangan serta hambatan dan tantangan dalam meningkatkan pangsa pasar syariah di Indonesia.

LITERATUR REVIEW

Financial Literacy (Literasi Keuangan) ialah kemampuan untuk mengelola uang dan keuangan secara efektif menjadi semakin penting, tidak hanya untuk para profesional di sektor investasi dan perbankan, namun bagi setiap orang yang bertanggung jawab dalam mengelola urusan keuangan dalam kehidupan sehari-hari. Literasi keuangan tidak terbatas pada pengertian pengetahuan, keterampilan dan keyakinan akan lembaga, produk dan layanan jasa keuangan yang ada, namun sikap dan perilaku juga memberikan pengaruh dalam meningkatkan literasi keuangan demi terwujudnya kesejahteraan masyarakat ¹⁶.

Tingkat literasi keuangan sangat penting bagi setiap individu, sebab apabila seorang individu memiliki tingkat literasi keuangan yang baik (well literate) maka individu tersebut akan mampu mengelola keuangannya dengan baik. Istilah finansial mengacu pada seperangkat keterampilan dan pengetahuan individu yang memungkinkannya membuat keputusan yang tepat dan efektif melalui pemahaman tentang keuangan. Melek keuangan mengacu pada kemampuan untuk menilai informasi dan mengambil keputusan yang efektif mengenai penggunaan dan pengelolaan uang. Menurut Lusardi dan Mitchell dalam amagir, groot, maassen van den brink, & wilschut menyatakan bahwa literasi keuangan dapat dilihat

¹⁴ Tedy and Syamsu Yusuf, "Literasi Keuangan Syariah Pada Pendidikan Dasar: Tinjauan Teoritis Dan Empiris," *Eco-Iqtishodi Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Keuangan Syariah* 1, no. 2 (2020): 116–122.

¹⁵ Ubaidillah Nugraha, "Strategy to Accelerate Financial Literacy Rate in Indonesia: Best Practices from Selected Countries," *Jurnal Perencanaan Pembangunan: The Indonesian Journal of Development Planning* 2, no. 1 (2018): 78–86.

¹⁶ Yushita, "Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi."

sebagai investasi modal manusia dan dapat membantu dalam konteks mengenai keputusan tentang pensiun tabungan, kredit, dan keputusan keuangan lainnya¹⁷.

Organisation for Economic Co-operation and Development atau OECD mendefinisikan literasi keuangan sebagai pengetahuan dan pemahaman atas konsep dan risiko keuangan, berikut keterampilan, motivasi, serta keyakinan untuk menerapkan pengetahuan dan pemahaman tersebut untuk membuat keputusan keuangan yang efektif, meningkatkan kesejahteraan keuangan (financial well being) individu dan masyarakat, serta berpartisipasi dalam bidang ekonomi¹⁸.

Pangsa Pasar (Market Share) adalah sebuah tempat yang terbentuk atas kumpulan konsumen potensial dengan kebutuhan yang berbeda dan mempunyai keinginan yang sama untuk melakukan transaksi guna memenuhi kebutuhan mereka. Dalam rangka mempertahankan dan meningkatkan pengaruh perusahaan atau produknya di pasar, maka perlu diupayakan kesinambungan atau secara terus menerus mengadakan peningkatan penjualan produk yang dibarengi dengan mengadakan peningkatan produk. Perusahaan mengadakan penjualan tanpa memperhatikan produknya atau produk monoton, maka lambat laun konsumen atau pembeli dapat berkurang di pasaran. Dengan demikian konsumen yang berhasil dikuasai sebelum dipasarkan akan bergeser atau berpindah ke perusahaan lain yang sejenis¹⁹.

Perusahaan yang tidak memperhatikan peningkatan dan pengembangan produk penjualannya, maka akan terancam kedudukannya (market share) di pasaran. Sebab keadaan pasar selalu mengalami perubahan sebagai akibat perkembangan dan kemajuan yang dicapai oleh manusia itu sendiri, melalui perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang tentunya menciptakan produk yang lebih memuaskan konsumen, sehingga hal ini akan menimbulkan persaingan. Bila perusahaan ingin meningkatkan market share, hendaknya diarahkan kepada konsumen, guna mempengaruhi dan mendorong mereka agar membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Dengan demikian diperlukan adanya pelaksanaan strategi pemasaran yang baik dan teratur. Kebijakan pemasaran harus dapat menentukan gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang akan dilakukan oleh

¹⁷ Isna Ardila, Hastina Febriaty, "Strategi Literasi Keuangan Sebagai Faktor Pendukung Keberlanjutan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah."

¹⁸ Kafabih, "Literasi Finansial Pada Tingkat Sekolah Dasar Sebagai Strategi Pengembangan Financial Inclusion Di Indonesia."

¹⁹ Tedy and Yusuf, "Literasi Keuangan Syariah Pada Pendidikan Dasar: Tinjauan Teoritis Dan Empiris."

perusahaan di dalam menggunakan setiap kesempatan atau peluang-peluang yang ada pada beberapa pasar sebagai sasaran penjualan ²⁰.

Kebijaksanaan pemasaran merupakan rencana yang menyalurkan, terpadu dan menyatu dalam bidang pemasaran yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan. Untuk dapat mencapai penjualan perusahaan yang maksimal, maka penentuan kebijaksanaan pemasaran harus didasarkan pada analisis lingkungan perusahaan baik lingkungan internal maupun lingkungan eksternal sehingga dapat diketahui keunggulan dan kelemahan perusahaan. Dengan demikian perlu dilakukan analisis market share sebagai unsur ukuran atau kriteria tentang keberhasilan suatu perusahaan dalam mengejar tujuan dan sasaran yang diinginkan. Pangsa pasar atau Market Share adalah persentase dari keseluruhan pasar untuk sebuah kategori produk atau servis yang telah dipilih dan dikuasai oleh satu atau lebih produk atau servis tertentu yang dikeluarkan sebuah perusahaan dalam kategori yang sama. Dalam pengertian yang lebih sempit Market share adalah perbandingan volume penjualan industri baik dalam unit maupun dalam rupiah. Jadi pangsa pasar atau market share adalah keseluruhan pasar yang berhasil dikuasai oleh perusahaan untuk menjual produk yang ditawarkan. Oleh karena itu, kegiatan perusahaan yang dilaksanakan untuk meningkatkan market share harus diarahkan kepada langganan guna menarik dan mendorong mereka melakukan pembelian serta kepada calon konsumen dan pelanggan yang sudah ada, agar mereka tidak beralih ke produk lain ²¹.

Kegiatan perusahaan yang dilaksanakan untuk meningkatkan market share harus diarahkan kepada langganan guna menarik dan mendorong mereka melakukan pembelian serta kepada calon konsumen dan pelanggan yang sudah ada, agar mereka tidak beralih ke produk lain. Oleh karena itu, dibutuhkan taktik utama dalam mendukung strategi yang digunakan untuk menguasai pangsa pasar dari sebuah kategori. Taktik utama tersebut adalah diferensiasi, marketing mix, dan selling ²².

²⁰ Hayati, "Strategi Bank Syariah Dalam Meningkatkan Literasi Keuangan Syariah Pada Masyarakat (Studi Kasus Pada BPRS Madina Mandiri Sejahtera)."

²¹ Rahma, "Kajian Literasi Finansial Dan Prilaku Konsumtif Guru Di SMAN 4 Makasar."

²² Arvika Shinta Giffari, "Analisis Literasi Finansial Mahasiswa Fakultas E Konomi Universitas Islam Indonesia."

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti memilih jenis penelitian dengan kajian pustaka (library research). Kajian pustaka (library reseach) dilakukan dengan mengumpulkan data-data atau informasi dari berbagai sumber bacaan seperti buku-buku, kitab-kitab, website dan sebagainya lalu dianalisis secara kritis untuk menghasilkan interpretasi sesuai pendekatan yang digunakan. Metode ini menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan. Artinya dengan proses menelaah dan menekuni beberapa kitab dan buku untuk memahami makna-makna yang terkandung di dalamnya, baik makna yang tersurat ataupun tersirat, sehingga menghasilkan kesimpulan deskriptif²³.

HASIL DAN PEMBAHASAN**Strategi Nasional Literasi Keuangan Dalam Meningkatkan Pangsa Pasar Syariah Di Indonesia**

Rendahnya pengetahuan tentang industri keuangan dan produk-produknya membuat masyarakat mudah untuk tergelincir pada produk investasi yang menawarkan keuntungan tinggi dalam jangka pendek tanpa mempertimbangkan risikonya. Melihat hal ini, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) bersama Asosiasi Lembaga Jasa Keuangan (LJK) dari seluruh industri keuangan seperti perbankan, asuransi, pasar modal, pembiayaan, pegadaian, dan dana pensiun akan meluncurkan program Strategi Nasional Literasi Keuangan.

Latar belakang strategi literasi keuangan diawali berbagai survei dari berbagai pihak seperti bank dunia, bahwa Indonesia punya tingkat literasi yang rendah dibandingkan dunia maupun global. Misi literasi keuangan ini adalah untuk melakukan edukasi di bidang keuangan kepada masyarakat Indonesia agar dapat mengelola keuangan secara cerdas.

Peningkatan literasi keuangan telah menjadi isu global. Pemberdayaan konsumen melalui literasi keuangan diyakini akan mendukung upaya pencapaian stabilitas sistem keuangan, meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan pembangunan yang lebih inklusif. Pada tanggal 19 November 2013, Presiden Republik Indonesia telah meluncurkan Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) sebagai bagian dari the Trilogy of Policy Instrument dalam rangka meningkatkan kepercayaan masyarakat (market confidence) dan kesetaraan konsumen dan industri jasa keuangan (level playing field).

²³ Fatmawati, "Analisis Peran Otoritas Jasa Keuangan Dalam Meningkatkan Literasi Dan Inklusi Keuangan Masyarakat Terhadap Lembaga Jasa Keuangan."

Namun demikian, terjadi dinamika dalam beberapa tahun terakhir, yaitu pesatnya kemajuan di bidang teknologi informasi, pergeseran preferensi masyarakat, pertumbuhan kelas menengah serta semakin kompleksnya produk dan layanan jasa keuangan. Literasi keuangan (*financial literacy*) yang kian mendapatkan perhatian dibanyak negara maju semakin menyadarkan betapa kepada kita betapa pentingnya tingkat 'melek' keuangan. Di beberapa negara, literasi keuangan bahkan sudah dicanangkan menjadi program nasional. Hasil riset secara umum menunjukkan bahwa masih terjadi tingkat literasi keuangan yang rendah di negara-negara maju dan terlebih lagi di negara-negara sedang berkembang termasuk Indonesia. Kondisi ini merupakan problem yang cukup serius mengingat literasi keuangan berpengaruh positif terhadap inklusi dan perilaku keuangan.

Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) diresmikan pada 19 November 2013. SNLKI menjadi pedoman bagi OJK, lembaga jasa keuangan dan pemangku kepentingan lainnya. Yang menjadi latar belakang SNLKI ini adalah antara lain:

1. Peraturan Presiden Nomor 82 Tahun 2016 tentang Strategi Nasional Keuangan Inklusif.
2. Kegiatan literasi dan edukasi keuangan tahun 2013- 2016 yang belum optimal.
3. Produk dan layanan keuangan yang semakin kompleks.
4. Perkembangan teknologi informasi yang merupakan peluang dalam meningkatkan literasi keuangan.
5. Perubahan definisi literasi keuangan dengan penambahan aspek sikap dan perilaku keuangan.
6. Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan tahun 2016

Sebenarnya, Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) ini sudah pernah dijalankan sebelumnya yaitu pada tahun 2013. Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) tahun 2016 ini lebih bertujuan untuk mengakomodasi perubahan dan perkembangan literasi dan inklusi keuangan.

Tema prioritas tahunan ditentukan oleh OJK dengan berkolaborasi dengan Industri Jasa Keuangan dengan memperhatikan adanya kesamaan kebutuhan literasi dan inklusi keuangan bersama program pemerintah dan OJK. Revisi pilar tahun 2016 Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (OJK, 2016): Pertama, Cakap keuangan, Kedua, Sikap dan perilaku keuangan bijak, Ketiga, Akses keuangan

Oleh karena itu, diperlukan penyempurnaan SNLKI 2013 dalam rangka mengakomodasi perkembangan literasi dan inklusi keuangan serta mengakselerasi pencapaian indeks literasi dan inklusi keuangan masyarakat. Keberadaan SNLKI ini diharapkan dapat mewujudkan masyarakat Indonesia yang well literate dan menggunakan produk dan layanan jasa keuangan yang sesuai untuk mencapai kesejahteraan keuangan yang berkelanjutan (financial well being). Program literasi dan edukasi keuangan bukan hanya pekerjaan rumah bagi OJK dan industri jasa keuangan saja, namun merupakan tanggung jawab bersama berbagai pihak lintas kementerian dan lembaga maupun sektor swasta. Melalui SNLKI ini, OJK mengharapkan kegiatan peningkatan literasi keuangan masyarakat akan dilakukan secara lebih sistematis, terstruktur dan terkoordinasi. Saya mengharapkan SNLKI ini dapat menjadi acuan bagi semua pihak dalam mendukung kemandirian perekonomian domestik, pencapaian pemerataan pendapatan, dan stabilitas sistem keuangan dan menjadi pendorong peningkatan kesejahteraan masyarakat Indonesia.

Kondisi masyarakat Indonesia saat ini dapat dikatakan belum sepenuhnya well literate dan well inclusive. Hal ini ditunjukkan oleh hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan tahun 2016 yang menunjukkan bahwa meskipun mengalami peningkatan indeks literasi keuangan dari tahun 2013, namun kepercayaan diri yang dimiliki oleh masyarakat dalam memanfaatkan produk dan layanan jasa keuangan masih terbatas. Pemahaman mengenai fitur dan manfaat produk dan layanan jasa keuangan juga belum sepenuhnya diimbangi dengan pemahaman mengenai risiko, biaya, dan kewajiban sebagai pengguna produk dan layanan jasa keuangan. Selain itu tujuan keuangan masyarakat Indonesia masih fokus pada kebutuhan jangka pendek dalam melakukan perencanaan dan pengelolaan keuangan.

Begitu pula dengan indeks inklusi keuangan masyarakat, meskipun mengalami peningkatan, tetapi penggunaan produk dan layanan jasa keuangan oleh masyarakat masih terbatas dalam hal penggunaan (usage) saja, sementara untuk frekuensi dan kualitas penggunaan dapat dikatakan belum optimal. Melihat hal tersebut, perlu peningkatan indeks literasi dan inklusi keuangan masyarakat melalui SNLKI yang memiliki tiga program strategis, yaitu Cakap Keuangan, Sikap dan Perilaku Keuangan Bijak, dan Akses Keuangan. Ketiga program strategis tersebut dapat dicapai bersama-sama dengan industri jasa keuangan dan pemangku kepentingan lainnya. Dengan diluncurkannya SNLKI yang meliputi

ketiga program strategis tersebut, diharapkan dapat membentuk masyarakat yang well literate dan well inclusive yang menjadi cikal bakal terwujudnya masyarakat yang sejahtera keuangan (financial well being).

Ketiga program strategis yang menjadi dasar dari SNLKI ini disusun atas beberapa hal. Pertama, konsep dasar literasi keuangan bukan hanya didasarkan pada tiga aspek literasi keuangan yaitu pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan, melainkan meliputi pula aspek sikap dan perilaku. Kedua, dalam kenyataannya, literasi keuangan sangat berkaitan erat dengan inklusi keuangan sehingga perlu adanya keselarasan dan kesinambungan antara kegiatan literasi keuangan dengan inklusi keuangan. Ketiga, pencapaian strategi literasi dan inklusi keuangan lebih efisien dilakukan secara bersama-sama sehingga tujuan pencapaian literasi keuangan untuk memperluas akses masyarakat ke sektor jasa keuangan dapat dilakukan dengan lebih optimal. Adapun program strategis SNKLI terdiri dari:

1. Cakap Keuangan, yaitu bertujuan untuk meningkatkan awareness dan pemahaman masyarakat mengenai lembaga, produk dan layanan jasa keuangan.
2. Sikap dan Perilaku Keuangan Bijak, yaitu bertujuan untuk membangun masyarakat yang memiliki ketahanan keuangan yang kuat dalam menghadapi berbagai kondisi keuangan termasuk guncangan keuangan.
3. Akses Keuangan, yaitu bertujuan meningkatkan jumlah pemanfaatan produk dan layanan jasa keuangan oleh masyarakat.

Hambatan Dan Tantangan Dalam Penerapan Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia Dalam Meningkatkan Pangsa Pasar Syariah Di Indonesia

Hambatan dan Tantangan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menuturkan bahwa setidaknya terdapat tiga tantangan yang dihadapi perbankan di Indonesia dalam pelayanan digital banking, yakni evaluasi uji coba layanan digital banking Bank Indonesia (BI) terkait dengan sistem informasi bank, ketersediaan jaringan, dan edukasi serta perlindungan konsumen. Selain ketiga tantangan yang terkait dengan digital Bank Indonesia di atas, dalam praktek digital perbankan masih menghadapi juga berbagai hambatan yang membuat perkembangan digital ekonomi perbankan syariah terganggu, diantaranya infrastruktur jaringan yang kurang luas sehingga belum dapat diakses semua orang. Masih rendahnya minat masyarakat Indonesia yang melakukan kegiatan ekonomi digital, baru sekitar 35% masyarakat Indonesia

yang melakukan transaksi digital keuangan. Kontribusi bisnis di sektor digital masih minim terhadap Produk Domestik Bruto (PDB).

Tantangan berikutnya adalah dihadapi para CEO bank untuk mengambil kepemimpinan dalam pengembangan dan pelaksanaan program perubahan menyeluruh yang secara bersamaan membahas budaya, sistem, dan kemampuan yang diperlukan. Beberapa tantangan digital ekonomi terhadap perkembangan bisnis perbankan yaitu seperti pada bagian keamanan atau sekuriti. Dengan semakin canggihnya teknologi keamanan seiring pula dengan makin canggihnya teknologi pencurian di ranah digital. Salah satu kejahatan yang paling sering terjadi yaitu pencurian identitas atau phising. Phising merupakan pencurian data penting milik orang lain seperti nama lengkap, alamat tempat tinggal, dan nomor telepon yang dipergunakan untuk membobol akun nasabah. Semua itu dilakukan oleh pengguna (user) sendiri yang tidak bertanggung jawab, seperti munculnya tindak kriminal baru berupa ancaman peretasan website untuk mencuri data-data perusahaan, maraknya penipuan berkedok bisnis online dan sebagainya.

Perkembangan teknologi dan internet yang semakin cepat dan gesit sebenarnya sangat membantu bagi efektifitas dan efisiensi dalam upaya inklusi dan literasi keuangan operasional perbankan syariah. Namun berbagai hambatan baik teknis maupun operasional tersebut harus dimaknai sebagai tantangan dan harus dijadikan sebagai pemicu untuk berkreasi dan menghasilkan sesuatu yang akan membantu pekerjaan manusia lebih teratur dan terarah. Dunia digital sudah memasuki industri keuangan seperti e-commerce yang semakin meningkat transaksinya dari hari ke hari. Masyarakat di era digital ini menginginkan dan menyukai kemudahan. Mereka dengan terbuka akan menerima segala keterbukaan dan kemajuan teknologi. Di industri keuangan sendiri sudah ada berbagai uang elektronik yang dimaksudkan untuk mempermudah berbagai kegiatan manusia sehari-hari. Mulai dari uang elektronik yang tertempel di handphone hingga saldo di aplikasi tertentu untuk memudahkan pembayaran.

Peluang dan tantangan di era digital ini akan dirasakan oleh semua sektor termasuk industri keuangan dan juga industri perbankan syariah. Untuk mengatasi berbagai persoalan di atas, setidaknya ada beberapa langkah yang dapat dilakukan oleh perbankan syariah sebagai ikhtiar untuk mengembangkan digital banking tersebut:

1. Pengalaman konsumen, yakni perusahaan-perusahaan digital harus memberikan kesan terbaik kepada konsumen dalam menggunakan jasanya. Sebab, konsumen di dunia digital sangat mudah berpaling ke perusahaan-perusahaan lain.
2. Cyber security, yaitu perbankan bersamasama pemerintah harus bekerja sama dalam memberikan keamanan bagi transaksi yang dilakukan.
3. Menghubungkan online dengan offline.
4. Perusahaan juga harus menggunakan analisis berbasis data untuk menentukan kebutuhan, perilaku, dan keinginan konsumen.
5. Berbagai perusahaan dan pemerintah harus sudah mulai membangun DNA digital. Jadi, pemerintah dan perusahaan harus mengeluarkan regulasi yang mendukung digitalisasi.

Dengan adanya digital bank diharapkan bank dapat mempermudah dalam menyimpan dan menganalisa data nasabah. Sehingga dapat membantu bank untuk menjaga hubungan dengan konsumen, mengatasi keluhan konsumen dengan lebih baik, serta dapat mengembangkan produk atau layanan yang lebih tepat dengan lebih cepat, murah, jelas dan transparan bagi konsumen. Bank lebih efisien karena tidak lagi berinvestasi pada kantor cabang serta nasabah tidak perlu repot ke kantor cabang misalnya untuk transfer uang ke keluarga yang berbeda daerah.

Namun demikian, perbankan syariah juga masih menghadapi berbagai tantangan dan hambatan. Beberapa contoh tantangan dan hambatan yang berkaitan dengan aspek pembiayaan adalah sebagai berikut:

1. Masih kecilnya porsi pembiayaan yang menggunakan akad bagi hasil. Padahal, akad pembiayaan yang mempunyai dampak langsung pada pertumbuhan ekonomi (berupa peluang usaha, kesempatan kerja, dan peningkatan pendapatan) adalah mudharabah dan musyarakah. Akan tetapi, akad yang masih banyak digunakan oleh perbankan syariah adalah akad perdagangan.
2. Adanya kecenderungan peningkatan pembiayaan yang bermasalah (non lancar). Hal ini penting mendapat perhatian karena perbankan nampaknya mengalami kesulitan untuk pembiayaan non lancar tersebut, terutama pada pembiayaan yang disalurkan kepada UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa risiko pembiayaan untuk UMKM memang relatif lebih besar.

3. Masih terbatasnya pembiayaan yang disalurkan kepada usaha berskala menengah dan besar. Perbankan syariah, baik Bank Umum Syariah (BUS) maupun Unit Usaha Syariah (UUS), selama ini lebih banyak mengalokasikan pembiayaan kepada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dibandingkan dengan pembiayaan untuk selain UKM. Fenomena tersebut dari satu sisi menunjukkan bahwa perbankan syariah telah memberikan perhatian lebih besar kepada sektor UKM.

PENUTUP

Simpulan

Strategi yang digunakan untuk meningkatkan pangsa pasar syariah yang digunakan adalah dengan: a). Cakap Keuangan, yaitu bertujuan untuk meningkatkan awareness dan pemahaman masyarakat mengenai lembaga, produk dan layanan jasa keuangan. b). Sikap dan Perilaku Keuangan Bijak, yaitu bertujuan untuk membangun masyarakat yang memiliki ketahanan keuangan yang kuat dalam menghadapi berbagai kondisi keuangan termasuk guncangan keuangan. c). Akses Keuangan, yaitu bertujuan meningkatkan jumlah pemanfaatan produk dan layanan jasa keuangan oleh masyarakat .

Saran

Kepada Pemerintah Indonesia yang sangat memiliki kuasa, khususnya Menteri keuangan dan Menteri Ekonomi dalam mengembangkan dan meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Arvika Shinta Giffari. "Analisis Literasi Finansial Mahasiswa Fakultas E Konomi Universitas Islam Indonesia." *Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi* 1, no. 1 (2018).
- Fatmawati. "Analisis Peran Otoritas Jasa Keuangan Dalam Meningkatkan Literasi Dan Inklusi Keuangan Masyarakat Terhadap Lembaga Jasa Keuangan," 2021.
- Hayati, Safaah Restuning. "Strategi Bank Syariah Dalam Meningkatkan Literasi Keuangan Syariah Pada Masyarakat (Studi Kasus Pada BPRS Madina Mandiri Sejahtera)." *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)* 8, no. 2 (2019): 129.
- Isna Ardila, Hastina Febriaty, Rini Astuti. "Strategi Literasi Keuangan Sebagai Faktor Pendukung Keberlanjutan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah." *Ekonomikawan: Jurnal Ilmu* 21, no. 2 (2021): 201-210. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/ekawan/article/view/8430>.
- Kafabih, Abdullah. "Literasi Finansial Pada Tingkat Sekolah Dasar Sebagai Strategi Pengembangan Financial Inclusion Di Indonesia." *MUBTADI: Jurnal Pendidikan Ibtidaiyah* 2, no. 1 (2020): 1-16.
- Mirdha Fahlevi SI, Yusnaldi, Amsal Irmalis. "Strategi Peningkatan Literasi Dan Inklusi Keuangan Bagi Masyarakat Agraris Di Kawasan Pedesaan." *Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen* 5, no. 2 (2021): 182-190.
- Nanda, Teuku Syifa Fadrizha, Ayumiati, and Rahmaton Wahyu. "Tingkat Literasi Keuangan Syariah : Studi Pada Masyarakat Kota Banda Aceh." *JIHBIZ: Global Journal of Islamic Banking and Finance* 1, no. 2 (2019): 141-152.
- Ubaidillah Nugraha. "Strategy to Accelerate Financial Literacy Rate in Indonesia: Best Practices from Selected Countries." *Jurnal Perencanaan Pembangunan: The Indonesian Journal of Development Planning* 2, no. 1 (2018): 78-86.
- Rahma, Nur Aliah. "Kajian Literasi Finansial Dan Prilaku Konsumtif Guru Di SMAN 4 Makasar." *Journal of Chemical Information and Modeling* 53, no. 9 (2013): 1689-1699.
- Rizka Wahyuni Amelia, Widya Intan Sari, Lina Nofiana, Arif Hidayat, Asep Muhammad Lutfi, Muhamad Randy Akbar. "Strategi Dalam Meningkatkan Literasi Keuangan Melalui Produk Perbankan Untuk Warga Rt 006/Rw 10, Kampung Cimuncang, Desa Karangnunggal, Tasikmalaya, Jawa Barat." *Dedikasi Pkm* 1, no. 2 (2020): 93.
- Soejono, Fransiska, and Anastasia Sri Mendari. "Literasi Keuangan Dosen Di Palembang : Faktor Pendapatan, Pendidikan, Dan Kepemilikan Produk Financial." *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 4, no. 1 (2019): 69-83.
- Suaibatul Aslamiyah, Wasti Reviandani. "Pemberdayaan Masyarakat Melalui Literasi Keuangan Sebagai Strategi Menghadapi COVID-19 Di Desa Betoyoguci, Gresik." *JPKMI (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Indonesia)* 2, no. 4 (2021): 266-274.
- Tedy, and Syamsu Yusuf. "Literasi Keuangan Syariah Pada Pendidikan Dasar: Tinjauan Teoritis Dan Empiris." *Eco-Iqtishodi Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Keuangan Syariah* 1, no. 2 (2020): 116-122.
- Tulasmi, Tulasmi, and Titania Mukti. "Peran Pegadaian Syariah Dalam Literasi Keuangan Syariah." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 2 (2020): 239.
- Yushita, Amanita Novi. "Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi." *Nominal* VI, no. 1 (2017): 11-26.