

CETAK BIRU
EDUKASI MASYARAKAT
DI BIDANG PERBANKAN

Kelompok Kerja Edukasi Masyarakat Di Bidang Perbankan
2007

1. Pendahuluan

Bank sebagai lembaga intermediasi dan pelaksana sistem pembayaran memiliki peranan penting dalam perekonomian Indonesia mengingat pangsa perbankan yang masih sangat mendominasi sistem keuangan di Indonesia. Agar pelaksanaan fungsi intermediasi dan sistem pembayaran tersebut dapat berjalan dengan efektif, kegiatan usaha yang dilakukan bank serta produk dan jasa yang ditawarkannya perlu diketahui dengan baik oleh masyarakat yang akan memanfaatkannya sehingga interaksi antara bank dengan masyarakat dapat berjalan dengan semestinya dimana hak dan kewajiban masing-masing pihak dapat terpenuhi.

Pada kenyataannya, dalam penyelenggaraan operasional perbankan masih terdapat banyak permasalahan yang terjadi antara perbankan dan masyarakat. Salah satu penyebab terjadinya permasalahan tersebut adalah belum memadainya tingkat pengetahuan dan pemahaman masyarakat di bidang keuangan khususnya perbankan.

Kurang memadainya pemahaman masyarakat tentang fungsi dan peran bank serta produk dan jasa perbankan dapat menghambat pemanfaatan bank dalam rangka meningkatkan kualitas hidup masyarakat yang lebih baik di masa depan. Hal ini antara lain dapat dilihat dari hasil *baseline survey tingkat literasi dan pemahaman masyarakat terhadap produk keuangan dan perbankan tahun 2006* yang memberikan kesimpulan bahwa edukasi kepada masyarakat di bidang keuangan dan perbankan sangat diperlukan.

Kondisi tersebut di atas antara lain disebabkan bahwa sampai saat ini industri perbankan Indonesia belum memiliki program edukasi yang memadai, komprehensif, terintegrasi dan terencana dengan baik untuk meningkatkan pemahaman masyarakat di bidang keuangan khususnya perbankan. Di sisi lain kondisi geografis Indonesia, kesenjangan tingkat pengetahuan masyarakat, keragaman budaya dan aspek demografis di Indonesia menyebabkan edukasi nasabah menjadi suatu tantangan yang perlu ditindaklanjuti.

Dalam Arsitektur Perbankan Indonesia (API) yang diluncurkan pada tanggal 9 Januari 2004, upaya untuk mengarahkan pemenuhan hak dan kewajiban bank dan nasabah dimuat dalam Pilar 6 API dengan program utama Peningkatan Perlindungan dan Pemberdayaan Nasabah. Program utama tersebut dituangkan

dalam 4 (empat) program prioritas yaitu (1) penyusunan mekanisme pengaduan nasabah di bank (2) pembentukan lembaga mediasi independen, (3) penyusunan standar transparansi informasi produk perbankan dan (4) edukasi nasabah.

Program penyusunan mekanisme pengaduan nasabah di bank dan program pembentukan lembaga mediasi independen ditujukan untuk mengatasi permasalahan antara nasabah dengan bank yang saat ini sudah terjadi, sedangkan program penyusunan standar transparansi informasi produk perbankan ditujukan sebagai sarana awal untuk mencegah timbulnya permasalahan antara nasabah dengan bank. Khusus untuk program edukasi nasabah, pelaksanaannya dirasakan perlu diperluas hingga mencakup mereka yang belum dan akan menjadi nasabah bank agar pada saat pertama kali berhubungan dengan bank para calon nasabah tersebut sudah memiliki informasi yang cukup mengenai kegiatan usaha serta produk dan jasa bank.

Mengingat edukasi kepada masyarakat sudah mendesak untuk dilakukan dan lembaga keuangan yang paling banyak dimanfaatkan masyarakat adalah lembaga perbankan, maka saat ini program edukasi kepada masyarakat akan difokuskan pada sektor perbankan. Namun demikian, di masa yang akan datang diharapkan program edukasi ini tidak hanya menyangkut hal-hal yang terkait dengan perbankan saja, melainkan juga perlu diperluas hingga mencakup sektor keuangan secara umum.

Edukasi yang dilakukan pada intinya merupakan pemberian informasi dan pemahaman kepada masyarakat mengenai fungsi dan kegiatan usaha bank, serta produk dan jasa yang ditawarkan bank. Edukasi dalam hal ini diharapkan dapat memfasilitasi pemberian informasi yang cukup kepada masyarakat sebelum mereka melakukan interaksi dengan bank guna menghindari terjadinya kesenjangan informasi pada pemanfaatan produk dan jasa perbankan yang dapat menyebabkan timbulnya permasalahan antara bank dengan nasabah di kemudian hari.

Mengingat edukasi kepada masyarakat di bidang perbankan sangat diperlukan untuk mendukung kesetaraan hak dan kewajiban nasabah sebagai konsumen pengguna produk dan jasa perbankan dengan bank sebagai pelaku usaha yang menyediakan produk dan jasa kepada nasabah, maka pelaksanaannya harus dilakukan dengan perencanaan yang matang serta melibatkan *stakeholders* yang terkait dalam industri perbankan.

Agar perencanaan edukasi ini dapat diketahui serta dijadikan pedoman bagi pihak-pihak yang berkepentingan dengan edukasi di bidang perbankan, maka Bank Indonesia bersama-sama dengan bank-bank dan asosiasi-asosiasi perbankan yang tergabung dalam Kelompok Kerja Edukasi Masyarakat di Bidang Keuangan telah menyusun Cetak Biru Edukasi Masyarakat di Bidang Perbankan yang memuat visi dan tujuan yang ingin dicapai dalam pelaksanaan edukasi, pola dan strategi edukasi yang akan dilakukan dalam jangka pendek dan jangka panjang, serta memaparkan program kerja untuk setiap jangka waktu yang disusun.

Pada akhirnya, edukasi masyarakat di bidang perbankan diharapkan dapat menjadi jembatan untuk membangun dan mewujudkan masyarakat yang mengerti dan paham terhadap berbagai kegiatan dan produk serta jasa perbankan sehingga setiap pilihan yang dibuat oleh masyarakat dalam memanfaatkan produk dan jasa bank sudah melalui pertimbangan yang matang berdasarkan informasi yang jelas dan memadai.

2. Definisi, Visi dan Tujuan

Edukasi kepada masyarakat mengenai fungsi dan peran serta produk dan jasa bank selama ini sudah dilakukan oleh sebagian bank secara individual sebagai bagian dari pelaksanaan peran sosial bank kepada masyarakat. Namun demikian, hal ini dirasakan kurang efektif karena jangkauan edukasi yang sangat terbatas baik dalam hal target kelompok masyarakat yang dituju dalam edukasi maupun media yang digunakan dalam pelaksanaan edukasi tersebut. Selain itu, beragamnya tema edukasi yang diangkat oleh masing-masing bank dalam pelaksanaan edukasi pada waktu yang bersamaan dapat mengakibatkan pesan yang ingin disampaikan tidak efektif.

Untuk mengatasi hal di atas, perlu diupayakan suatu program edukasi yang terencana, terintegrasi, terkoordinir dan disepakati bersama sehingga diperoleh kesamaan persepsi mengenai program edukasi yang akan dilaksanakan. Dalam hal ini, merupakan upaya berkelanjutan untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman tentang perbankan kepada masyarakat, sehingga dapat meningkatkan kemampuan, keterampilan dan rasa percaya diri dalam melakukan perencanaan dan pengelolaan keuangan melalui lembaga perbankan secara efektif dan bijaksana.

Integrasi dan koordinasi program-program edukasi masyarakat di bidang perbankan secara keseluruhan dituangkan dalam Cetak Biru Edukasi Masyarakat di Bidang Perbankan dengan visi mewujudkan masyarakat yang memiliki pengetahuan dan informasi yang memadai, percaya diri, memahami fungsi dan peran, serta manfaat dan risiko produk jasa bank sehingga dapat mengelola keuangan secara bijaksana untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat di masa datang.

Visi tersebut dijabarkan dalam empat tujuan utama yaitu :

- 1. Membangun minat masyarakat pada perbankan (*bank-minded & awareness*);**
- 2. Meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai produk dan jasa bank serta kesadaran akan hak dan kewajiban nasabah;**

3. Meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai aspek kehati-hatian dalam melakukan transaksi keuangan (*risk awareness*); dan
4. Meningkatkan pengenalan terhadap ketersediaan sarana pengaduan dan mekanisme penyelesaian sengketa untuk menyelesaikan permasalahan dengan bank.

Membangun Minat Pada Perbankan

Pembangunan minat masyarakat terhadap perbankan ditujukan untuk mendorong keingintahuan masyarakat terhadap dunia perbankan. Kondisi ini akan menjadi landasan terciptanya partisipasi aktif masyarakat untuk terus menggali informasi lebih banyak tentang manfaat, jenis, fungsi dan peran bank dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat pada skala mikro (keluarga) maupun perekonomian nasional.

Tumbuhnya minat dan partisipasi masyarakat terhadap bank diharapkan dilakukan oleh seluruh elemen masyarakat sehingga dapat menjadi pemicu pemanfaatan atas produk dan jasa perbankan yang lebih luas diseluruh lapisan masyarakat. Dengan demikian secara totalitas komposisi masyarakat pengguna produk dan jasa bank semakin lama semakin tinggi di Indonesia seperti layaknya di negara maju.

Meningkatkan Pemahaman Mengenai Produk dan Jasa Bank Serta Kesadaran akan Hak dan Kewajiban Nasabah

Peningkatan pemahaman mengenai produk dan jasa bank serta kesadaran akan hak dan kewajiban nasabah dimaksudkan agar supaya nasabah atau calon nasabah yang akan memanfaatkan produk dan jasa bank mengetahui dan menyadari manfaat dari produk dan jasa bank serta hak dan kewajiban yang dimiliki. Dengan meningkatnya kesadaran nasabah maupun calon nasabah diharapkan mereka dapat memilih produk dan jasa bank yang sesuai dengan kebutuhan mereka, sehingga risiko timbulnya permasalahan antara nasabah dan bank di kemudian hari dapat dikurangi.

Meningkatkan Kesadaran Mengenai Aspek Kehati-hatian Dalam Melakukan Transaksi Keuangan (Risk Awareness)

Peningkatan kesadaran untuk berhati-hati dalam melakukan transaksi keuangan

ditujukan sebagai tindak lanjut dari sikap kritis nasabah dalam memanfaatkan produk dan jasa bank. Dalam hal ini, nasabah diharapkan untuk memperhatikan dan memahami aspek risiko yang terkandung dalam produk dan jasa yang disediakan bank disamping manfaat yang akan diperoleh sehingga dapat menilai produk dan jasa bank yang sesuai dengan kebutuhannya. Dengan adanya kesadaran dan pemahaman mengenai aspek manfaat dan risiko tersebut, diharapkan nasabah dapat memilih produk dan jasa bank secara bijaksana.

Meningkatkan Pengenalan Terhadap Ketersediaan Sarana Pengaduan Dan Mekanisme Penyelesaian Sengketa Untuk Menyelesaikan Permasalahan Dengan Bank

Keberadaan sarana dan mekanisme pengaduan serta penyelesaian sengketa dalam hal terjadi permasalahan antara nasabah dengan bank merupakan salah satu hal penting yang perlu diketahui oleh nasabah dalam upaya perlindungan dan pemberdayaan nasabah sebagai salah satu bentuk kesetaraan hubungan antara nasabah dengan bank. Dengan pengenalan, pemahaman, maupun sikap positif untuk memanfaatkan sarana pengaduan sebagai cara penyelesaian masalah, diharapkan nasabah dapat mengupayakan penyelesaian permasalahan melalui mekanisme yang telah disediakan oleh bank dan dapat menghindari terjadinya konflik lebih lanjut dengan bank yang pada akhirnya hanya akan merugikan nasabah dan bank dalam hal waktu, biaya, dan reputasi.

3. Pola Strategi

Penetapan pola strategi program edukasi perbankan mutlak diperlukan sebagai pedoman untuk melaksanakan program-program tersebut agar dapat berjalan secara efektif dan efisien. Mengingat edukasi masyarakat di bidang perbankan merupakan program berkelanjutan yang memiliki rentang waktu yang cukup lama, maka dalam pelaksanaannya perlu dikelompokkan ke dalam program-program jangka pendek (periode 1 - 2 tahun) dan program jangka panjang (periode 3 - 5 tahun) disesuaikan dengan situasi dan kondisi masyarakat serta perkembangan industri perbankan ke depan.

Agar pelaksanaan program dapat berjalan dengan baik mulai dari materi sampai dengan media yang digunakan untuk mendukung pelaksanaan program tersebut, maka pola pendekatan yang dipilih adalah dengan menggunakan pendekatan target kelompok masyarakat yang akan diedukasi. Dalam hal ini, telah diidentifikasi 5 (lima) kelompok besar masyarakat sebagai target pelaksanaan edukasi, yaitu:

1. Kelompok pelajar;
2. Kelompok mahasiswa;
3. Kelompok profesional;
4. Kelompok lembaga penunjang perekonomian (termasuk penegak hukum dan instansi pemerintah terkait);
5. Kelompok lain-lain (termasuk ibu rumah tangga, sektor informal, dan sebagainya)

Sementara itu, untuk memberikan kejelasan mengenai arah pada yang telah disusun akan ditetapkan tiga indikator utama edukasi, yaitu:

1. meningkatnya *awareness*
2. terwujudnya perubahan perilaku
3. terwujudnya masyarakat yang *bank minded*

Pola Strategi Jangka Pendek

Pola strategi jangka pendek sekurang-kurangnya mencakup hal-hal sebagai berikut:

1. Melaksanakan program edukasi untuk meningkatkan *awareness* terhadap kelembagaan, produk dan jasa perbankan, hak dan kewajiban nasabah, aspek kehati-hatian dalam melakukan transaksi keuangan (*risk awareness*), serta sarana dan mekanisme pengaduan atau penyelesaian permasalahan dengan perbankan.
2. Melaksanakan program edukasi untuk meningkatkan *awareness* terhadap kelembagaan serta produk dan jasa perbankan syariah dalam rangka meningkatkan pangsa pasar perbankan syariah.
3. Melaksanakan program edukasi untuk meningkatkan *awareness* terhadap kelembagaan BPR dan meningkatkan citra BPR di masyarakat.
4. Melaksanakan program edukasi kepada masyarakat luas tentang tindak kejahatan yang menggunakan produk dan jasa perbankan dalam upaya mencegah kemungkinan timbulnya kerugian pada masyarakat.
5. Melaksanakan program edukasi untuk meningkatkan pemahaman penggunaan instrumen sistem pembayaran non tunai secara aman.

Program-program tersebut dilakukan dengan cara antara lain:

1. Menjalani kerjasama dengan media massa untuk meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap kelembagaan, produk dan jasa perbankan.
2. Melakukan koordinasi dalam pelaksanaan program edukasi dengan lembaga/institusi terkait.
3. Melakukan program edukasi kepada target segment yang mempunyai pengaruh besar pada kelompok masyarakat tertentu agar dalam jangka panjang dapat menjadi *change implementor*, misalnya: kaum intelektual yang diwakili oleh guru.
4. Melakukan program edukasi yang lebih mengandalkan pada peran dari kalangan internal perbankan.

Dengan demikian, program-program edukasi yang disusun untuk kepentingan pola strategi jangka pendek akan lebih terarah pada upaya untuk memberikan informasi berimbang kepada masyarakat mengenai hal-hal yang menjadi

permasalahan utama di masyarakat dalam berinteraksi dengan bank. Agar dampak program edukasi dapat lebih dirasakan oleh masyarakat, maka strategi yang akan dilakukan adalah dengan mengangkat suatu tema tunggal untuk jangka waktu tertentu. Tema tunggal ini akan menjadi acuan bagi bank-bank untuk melaksanakan program edukasinya dan diharapkan dengan luasnya jaringan kantor bank dapat membantu memperluas jangkauan program edukasi sehingga hasil yang diperoleh lebih efisien dan efektif.

Pola Strategi Jangka Panjang

Pola strategi jangka panjang yang akan dilaksanakan merupakan bentuk kontinuitas dari pola strategi jangka pendek yang telah disempurnakan. Pola strategi jangka panjang tersebut mencakup upaya-upaya peningkatan kualitas program edukasi yang telah dilakukan sebelumnya dengan memperhatikan dan mengikuti dinamika serta kompleksitas produk dan jasa perbankan, yang meliputi namun tidak terbatas pada:

1. Memperluas cakupan wilayah edukasi melalui kerjasama dengan media massa untuk meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap kelembagaan, produk dan jasa perbankan.
2. Memperluas dan mengintensifkan program edukasi melalui integrasi program edukasi dengan kurikulum sekolah maupun penyempurnaan dan pengkinian materi mengenai uang dan bank yang sudah terdapat dalam kurikulum sekolah saat ini dengan cara memanfaatkan jalur pendidikan formal mulai dari sekolah dasar (SD) sampai dengan sekolah lanjutan tingkat atas (SLTA).
3. Meningkatkan cakupan program, sasaran dan wilayah edukasi melalui kerjasama dengan pihak-pihak terkait baik formal maupun non formal.
4. Meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap fungsi, peranan dan kelembagaan bank umum dan BPR baik konvensional maupun syariah dalam mendukung perekonomian nasional.
5. Meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai kinerja bank, sehingga masyarakat dapat lebih bijaksana dalam menentukan pilihan aktifitas perbankannya.

Dengan demikian, pola strategi jangka panjang akan lebih diarahkan pada upaya untuk memperluas jangkauan edukasi dengan memanfaatkan teknologi informasi melalui berbagai *delivery channels* yang tersedia. Untuk mewujudkan hal tersebut, akan diperlukan kerjasama yang erat dengan berbagai lembaga swasta dan instansi pemerintah terkait. Selain itu, perkembangan produk dan jasa perbankan yang sedemikian cepat juga akan diakomodasi dalam pola strategi edukasi jangka panjang ini, misalnya, produk dan jasa perbankan seperti *electronic banking* yang saat ini mulai dimanfaatkan oleh sebagian masyarakat di perkotaan akan diintensifkan edukasinya sampai ke pedesaan.

Dengan melaksanakan pola strategi jangka pendek dan jangka panjang, diharapkan masyarakat dapat mengelola keuangannya secara bijaksana untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat di masa datang.

--o0o--