

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Indonesia di era digital, secara geografis Indonesia memiliki 16.000 pulau, 34 provinsi dan populasi masyarakat Indonesia lebih dari 260 juta jiwa (35% milenial) serta berdasarkan data internetworldstats, pengguna internet Indonesia mencapai 212,35 juta jiwa pada maret 2021. Dengan jumlah tersebut, Indonesia berada di urutan ketiga dengan pengguna internet terbanyak di Asia. Di urutan pertama ada Tiongkok dengan pengguna internet mencapai 989,08 juta jiwa.

Pandemi Covid-19 meskipun berdampak besar terhadap resesi atau kelesuan ekonomi tetapi disisi lain membuat perilaku masyarakat lebih adaptif terhadap teknologi dan menciptakan digitalisasi ekosistem termasuk e commerce dan fintek disektor perbankan, IKNB (Industri keuangan non bank) dan pasar modal . Perubahan di era digital ini seperti inovasi teknologi yang massif bergerak begitu dinamis dan stimulus *disruptive*, mempengaruhi juga perilaku konsumen yang konsumtif “ingin sesuatu itu mudah, cepat dan nyaman serta berdampak terhadap pelaku bisnis yang kompetitif .

Tetapi yang menjadi masalah faktanya adalah masih ada orang yang malas dan ragu untuk memanfaatkan lembaga keuangan, pada zaman sekarang siapa yang masih nyimpen uang dibawah bantal? Kita atau orang terdekat kita pun sebenarnya sempat menjadi pelakunya sebelum disadarkan dengan edukasi dan

realita lapangan yang sekarang telah menjadi mode on digital dan wajar sebenarnya seperti penulis ini yang cukup telat dalam memahami dan berinteraksi dengan lembaga keuangan apalagi dengan keterbatasan akses. Masih banyak masyarakat yang juga belum mengakses produk/layanan keuangan karena memang tidak tahu cara, fungsi dan manfaatnya. Hingga saat ini, masih banyak masyarakat Indonesia yang pengetahuan tentang sektor keuangannya rendah penyampaian informasi yang kurang jelas/dipahami dan perilaku konsumen yang ingin praktis dan serba cepat. Hal ini berkorelasi dengan keterbatasan akses ke lembaga keuangan Indonesia.

Selaras dengan yang terjadi saat ini dimana akses keuangan ini memiliki peranan penting dalam meningkatkan taraf hidup atau kesejahteraan masyarakat. Perlu diketahui juga akses keuangan disini tidak hanya terbatas terhadap bank saja tetapi termasuk akses ke layanan keuangan lain seperti asuransi, pembiayaan, program pensiun, dan investasi. Dalam peraturan presiden No.82 tahun 2016 tentang Strategi nasional keuangan inklusif (SNKI) untuk inklusi keuangan. Masalah ini semakin bertambah dengan maraknya produk pinjaman online ilegal dan penipuan, pinjol ilegal bermunculan akibat lemahnya sistem hingga perilaku masyarakat yang konsumtif kriteria seperti akses dan syarat dipermudah, takaran bunga yang cukup tinggi hingga metode penagihan yang mengancam dan mewujudkan peraturan presiden No. 50 tahun 2017 tentang Strategi nasional perlindungan konsumen.

Oleh karena itu Otoritas Jasa Keuangan (OJK) hadir dalam bentuk pengupayaan dan penanggulangan permasalahan edukasi sektor keuangan dan

inklusi dalam akses keuangan masyarakat yang masih terbatas, dalam segi substansinya OJK memiliki peran sebagai pengaturan pembuatan kebijakan regulasi di sektor keuangan, melakukan pengawasan terhadap sektor keuangan dalam pengimplementasian pengaturan dan mempunyai wewenang penyidikan sebagai bentuk perlindungan konsumen dan akhirnya untuk memperkuat itu semua OJK mempunyai bagian EPK atau Edukasi dan perlindungan konsumen.

Edukasi dan perlindungan konsumen (EPK) dibentuk dalam rangka melindungi kepentingan konsumen dan masyarakat terhadap pelanggaran dan kejahatan disektor keuangan seperti manipulasi dan berbagai bentuk penggelapan dalam kegiatan jasa keuangan, sesuai Pasal 4 Undang-undang 21 tahun 2011 tentang otoritas jasa keuangan. Bidang EPK Otoritas jasa keuangan bertugas meningkatkan pemahaman masyarakat dan konsumen mengenai lembaga jasa keuangan (LJK) serta produk dan jasa yang ditawarkan diindustri keuangan, sehingga dengan demikian tingkat pengetahuan mengenai industri keuangan akan meningkat serta berkorelasi dengan peningkatan akses disektor keuangan dan pada akhirnya akan meningkatkan tingkat utilitas dan kepercayaan masyarakat serta konsumen terhadap lembaga dan produk jasa keuangan diindonesia.

Berdasarkan Uraian diatas, penulis tertarik untuk mengetahui mengenai Upaya atau dalam bentuk strategi edukasi dan perlindungan konsumen pada sektor jasa keuangan di Otoritas Jasa Keuangan Tasikmalaya, yang dituangkan dalam bentuk Tugas Akhir dengan judul **“STRATEGI EDUKASI DAN PERLINDUNGAN KONSUMEN PADA SEKTOR JASA KEUANGAN DI OJK TASIKMALAYA”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latarbelakang diatas, penulis merumuskan identifikasi masalah sebagai berikut:

- 1) Permasalahan apa yang terjadi disektor jasa keuangan
- 2) Bagaimana Strategi OJK terkait Edukasi dan Perlindungan Konsumen
- 3) Upaya apa yang dilakukan OJK untuk mengedukasi dan memberikan perlindungan kepada konsumen dan LJK
- 4) Bagaiman Perkembangan Inklusi dan Literasi Keuangan Bagi masyarakat

1.3 Tujuan Penelitian

Sejalan dengan identifikasi masalah sebelumnya, tugas akhir ini disusun dengan tujuan untuk mengetahui :

- 1) Permasalahn yang terjadi sektor jasa keuangan
- 2) Strategi OJK terkait Edukasi dan Perlindungan Konsumen
- 3) Upaya yang dilakukan OJK untuk mengedukasi dan memberikan perlindungan kepada konsumen dan LJK
- 4) Perkembangan Inklusi dan Literasi keuangan masyarakat

1.4 Kegunaan Penelitian

- 1) Aspek teoritis untuk memahami dan mengembangkan kemampuan disiplin ilmu penulis dan pembaca

- 2) Aspek Praktis untuk mengimplementasikan secara langsung dilapangan dengan menuangkan hasil praktik kerja lapangan di OJK tasikmalaya dalam Tugas Akhir penulis
- 3) Aspek Edukasi untuk memberikan penjelasan khususnya kepada penulis dan umumnya untuk semua orang terkait Strategi edukasi dan perlindungan konsumen di era digital OJK Tasikmalaya

1.5 Lokasi dan waktu penelitian

Kegiatan penelitian dilaksanakan di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) selama satu bulan. Dimulai pada tanggal 03 Januari 2022 sampai dengan 31 Januari 2022. Berikut informasi lengkap Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tempat pelaksanaan penelitian :

Nama Instansi : Otoritas Jasa Keuangan (OJK)

Alamat : Jl. KHZ. Mustofa No.339A, Kahuripan, Kec. Tawang, Kab.
Tasikmalaya, Jawa Barat 46112

Telepon : (0265) 7296009

Website : www.ojk.go.id

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dipilih sebagai tempat pelaksanaan penelitian dengan pertimbangan sebagai berikut :

- a) Lokasi Kantor Otoritas Jasa Keuangan (OJK) cukup strategis dan terjangkau oleh pratikan serta mudah dalam transportasinya.

- b) Adanya ketersediaan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) untuk menerima mahasiswa praktik.
- c) Otoritas Jasa Keuangan (OJK) ini telah menjadi salah satu tempat peminat magang baik dibidang perbankan maupun non bank.

Tabel 1.1
Rencana *Rundown* Penelitian

No	Jenis Kegiatan	Bulan ke:															
		Februari				Maret				April							
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1	Pengajuan outline dan rekomendasi pembimbing																
2	Konsultasi awal dan menyusun rencana kegiatan																
3	Proses bimbingan Tugas Akhir (Bab I-III)																
4	Pengumpulan data penelitian: wawancara																
4	Pengolahan data penelitian																
5	Revisi tugas akhir (bab I-V) dan persetujuan revisi																
6	Ujian tugas akhir																
7	Revisi pasca ujian tugas akhir dan pengesahan revisi tugas akhir																