

Efektivitas Program Sosialisasi Bank Indonesia dalam Rangka Kuliah Kerja Nyata: Studi Kasus di Kelurahan Indralaya Mulya

M. Ferdy Sulaiman, Pebi Li Deri, Ali Maschan, Norma Juainah
Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang
Corresponding email: ferdysulaiman02@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords

Financial Literacy
Digital Literacy
QRIS
Consumer Protection
CBP Rupiah
KKN

Kata kunci

Literasi keuangan
Literasi digital
QRIS
Perlindungan Konsumen
CBP Rupiah
KKN

ABSTRACT

This study analyzes the effectiveness of Bank Indonesia's outreach program in improving financial and digital literacy in Indralaya Mulya Village through the Community Service Program (KKN) at UIN Raden Fatah Palembang. Using a qualitative case study approach, this study found that the consumer protection education program and the Love, Proud, Understand Rupiah (CBP Rupiah) campaign were effective in increasing public awareness and participation, while adoption of the Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) remained low due to barriers to digital literacy and perceived security. This study's contribution lies in emphasizing the importance of a socialization strategy based on socio-demographic characteristics and the need for synergy between academics, monetary authorities, and local banks to strengthen digital financial inclusion sustainably.

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis efektivitas program sosialisasi Bank Indonesia dalam meningkatkan literasi keuangan dan digital di Kelurahan Indralaya Mulya melalui kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) UIN Raden Fatah Palembang. Dengan pendekatan kualitatif studi kasus, penelitian ini menemukan bahwa program edukasi perlindungan konsumen dan kampanye Cinta, Bangga, Paham Rupiah (CBP Rupiah) efektif dalam meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat, sedangkan adopsi *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) masih rendah karena hambatan literasi digital dan persepsi keamanan. Kontribusi penelitian ini terletak pada penekanan pentingnya strategi sosialisasi berbasis karakteristik sosio-demografis serta perlunya sinergi antara akademisi, otoritas moneter, dan perbankan lokal untuk memperkuat inklusi keuangan digital secara berkelanjutan.

Pendahuluan

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan komponen esensial dalam kurikulum pendidikan tinggi di Indonesia, khususnya di Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Fatah Palembang, yang secara konsisten mengimplementasikan Tri Dharma Perguruan Tinggi: pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat. (Muniarty et al., 2022) Program ini berfungsi sebagai wahana strategis untuk mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang diperoleh di bangku perkuliahan ke dalam konteks kehidupan masyarakat yang sesungguhnya. KKN tidak hanya bertujuan untuk mentransfer pengetahuan, tetapi juga

untuk mengembangkan kemampuan mahasiswa dalam berpikir kritis, memecahkan masalah kompleks di lapangan, dan menumbuhkan rasa tanggung jawab sosial yang kuat terhadap komunitas.(Novianto et al., 2021) Dalam perkembangannya, KKN sering kali mengadopsi pendekatan multidimensional, menyentuh berbagai aspek kehidupan masyarakat, mulai dari ekonomi, sosial, pendidikan, hingga kesehatan dan hukum, demi menciptakan dampak yang lebih holistik dan berkelanjutan.(Novianto et al., 2021)

Transformasi digital dan inklusi keuangan merupakan dua agenda krusial dalam pembangunan ekonomi nasional. Bank Indonesia (BI) memiliki peran sentral dalam mengawal agenda ini, salah satunya melalui inisiatif program edukasi yang menyentuh berbagai lapisan masyarakat. Namun, implementasi kebijakan ini di tingkat akar rumput seringkali menghadapi berbagai kendala, terutama terkait dengan kesenjangan literasi keuangan dan digital. Kurangnya pemahaman tentang produk dan layanan keuangan modern dapat menghambat partisipasi masyarakat dalam ekosistem ekonomi yang lebih luas.

Kuliah Kerja Nyata (KKN) menjadi salah satu instrumen efektif bagi institusi pendidikan tinggi untuk menjembatani kesenjangan ini. Melalui KKN, mahasiswa berperan sebagai agen perubahan yang membawa pengetahuan teoritis dari kampus ke tengah masyarakat. Kelurahan Indralaya Mulya, yang berada di wilayah suburban dengan karakteristik demografi dan ekonomi yang beragam, dipilih sebagai lokasi studi kasus. Tujuan utama dari pengabdian ini adalah untuk mengukur efektivitas program sosialisasi BI di lapangan, mengidentifikasi faktor-faktor penghambat, serta merumuskan rekomendasi kebijakan yang lebih tepat sasaran.

Literasi keuangan didefinisikan sebagai kombinasi kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku yang diperlukan untuk membuat keputusan keuangan yang sehat.(Joseph, 2024) Literasi ini menjadi prasyarat penting bagi individu untuk dapat mengakses dan memanfaatkan produk serta layanan keuangan. Seiring dengan era digitalisasi, literasi keuangan tidak lagi berdiri sendiri, melainkan harus diiringi dengan literasi digital kemampuan untuk menggunakan teknologi informasi dan komunikasi untuk menemukan, mengevaluasi, dan menciptakan informasi yang relevan.

Adopsi teknologi finansial seperti QRIS oleh pelaku UMKM sangat bergantung pada dua dimensi literasi ini. Faktor usia dan tingkat pendidikan merupakan prediktor kuat terhadap penerimaan teknologi baru. Pelaku usaha yang lebih tua cenderung memiliki resistensi yang lebih tinggi karena faktor kebiasaan dan kekhawatiran terhadap perubahan.(Palangan, 2023) menambahkan bahwa persepsi risiko keamanan, seperti potensi penipuan siber, juga menjadi hambatan psikologis yang signifikan bagi UMKM untuk beralih dari transaksi tunai ke non-tunai.

Perlindungan konsumen adalah pilar utama dalam membangun kepercayaan masyarakat terhadap sistem keuangan. Bank Indonesia, melalui fungsinya dalam menjaga stabilitas sistem pembayaran dan perbankan, memiliki mandat untuk memastikan bahwa hak-hak konsumen layanan keuangan terlindungi. Edukasi perlindungan konsumen bertujuan untuk membekali masyarakat dengan pengetahuan tentang hak dan kewajiban

mereka, serta prosedur yang harus ditempuh jika menghadapi permasalahan atau sengketa (Fauziah et al., 2024) Sosialisasi yang efektif harus mampu menjangkau kelompok rentan, seperti ibu rumah tangga, yang seringkali menjadi target empuk modus penipuan.

Program Cinta, Bangga, dan Paham (CBP) Rupiah merupakan inisiatif Bank Indonesia untuk menanamkan nilai-nilai nasionalisme melalui mata uang. Program ini tidak hanya mengajarkan cara merawat uang, tetapi juga mengenalkan Rupiah sebagai simbol kedaulatan negara. Edukasi ini penting untuk diberikan sejak dini, karena pemahaman yang kuat tentang mata uang nasional dapat membentuk karakter dan sikap yang bertanggung jawab dalam mengelola keuangan di masa depan dan menekankan bahwa program ini efektif dalam membangun rasa bangga terhadap identitas bangsa melalui elemen visual dan historis yang terkandung di dalam setiap lembar Rupiah. (Albie et al., 2025)

Sebagian besar penelitian sebelumnya berfokus pada literasi keuangan secara makro atau di wilayah perkotaan, sementara kajian tentang efektivitas sosialisasi BI di wilayah suburban dengan keragaman sosio-demografis, seperti Kelurahan Indralaya Mulya, masih terbatas. Kesenjangan penelitian (*research gap*) inilah yang menjadi pijakan utama studi ini. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas program sosialisasi BI dalam meningkatkan literasi keuangan dan digital melalui KKN UIN Raden Fatah Palembang, dengan menekankan pada identifikasi faktor penghambat, tingkat partisipasi masyarakat, serta strategi yang dapat memperkuat inklusi keuangan digital secara berkelanjutan.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk menganalisis efektivitas program KKN di Kelurahan Indralaya Mulya. Data primer diperoleh melalui observasi partisipatif, wawancara semi-terstruktur, dan dokumentasi, sedangkan data sekunder berasal dari laporan kegiatan serta arsip desa. Subjek penelitian terdiri atas 20 pelaku UMKM, 30–40 anggota kelompok ibu-ibu pengajian, dan 50 siswa kelas 4–5 SD Negeri 05 Indralaya. Pemilihan partisipan menggunakan purposive sampling, dengan pertimbangan bahwa mereka merupakan sasaran langsung kegiatan sosialisasi QRIS dan memiliki pengalaman relevan untuk menjawab fokus penelitian.

Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif melalui tahapan Miles & Huberman:

1. reduksi data dengan memilah hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi sesuai fokus penelitian
2. penyajian data dalam bentuk narasi dan tabel untuk menampilkan pola interaksi serta respons partisipan;
3. penarikan kesimpulan melalui identifikasi tema kunci dan verifikasi data.

Uji keabsahan data dilakukan dengan triangulasi sumber (UMKM, ibu pengajian, siswa, guru), triangulasi teknik (observasi, wawancara, dokumentasi), serta member check untuk memastikan interpretasi peneliti sesuai dengan pengalaman informan.

Hasil dan Diskusi

A. Efektivitas Sosialisasi QRIS: Analisis Hambatan Sosio-Demografis

Tabel 1

Kategori	Jumlah UMKM	Persentase
Mendaftar QRIS	3	15%
Tidak Mendaftar	17	85%
Total	20	100%

Dari 20 pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang menjadi target sosialisasi di Kelurahan Indralaya Mulya, hanya 3 UMKM yang berhasil mendaftar sebagai *merchant* QRIS. Tingkat adopsi yang sangat rendah ini tidak dapat dipahami hanya dari perspektif teknis semata, melainkan harus dianalisis dari faktor-faktor non-teknis yang memiliki peran dominan. Kegagalan adopsi ini menunjukkan bahwa proses digitalisasi di tingkat akar rumput menghadapi tantangan multidimensional, mulai dari aspek psikologis, sosial, hingga demografi.



1. **Usia dan Literasi Digital:** Mayoritas pelaku UMKM yang menolak sosialisasi berada pada rentang usia 50 tahun ke atas. Mereka secara eksplisit menyatakan "takut" dan "tidak mengerti" konsep teknologi. Persepsi ini diperkuat oleh kebiasaan bertransaksi tunai yang telah mereka lakukan selama puluhan tahun. Bagi mereka, uang tunai menawarkan validasi fisik yang tidak dapat diberikan oleh QRIS.
2. **Kekhawatiran Keamanan:** Para pelaku UMKM juga mengungkapkan kekhawatiran terhadap kehilangan dana akibat penipuan siber. Meskipun tim KKN telah menjelaskan prosedur keamanan dan jaminan dari BI, kekhawatiran ini sulit dihilangkan. Mereka merasa uang tunai lebih aman karena dapat mereka kendalikan secara langsung.

Temuan ini secara tegas menggarisbawahi bahwa strategi sosialisasi QRIS yang seragam dan bersifat massal tidak efektif untuk semua segmen masyarakat. Pendekatan yang hanya berfokus pada pemaparan teknis dan manfaat ekonomi tidak akan berhasil jika tidak didahului dengan membangun kepercayaan dan mengatasi ketakutan yang mendasar. Diperlukan strategi yang lebih personal, intensif, dan berorientasi pada pendampingan. Pendekatan satu-satu (*one-on-one approach*), di mana mahasiswa KKN tidak hanya menjadi pemberi informasi, tetapi juga mentor terpercaya, akan lebih efektif untuk kelompok usia lanjut ini. Alih-alih melakukan sosialisasi massal, tim KKN dapat melakukan kunjungan rutin ke setiap UMKM untuk memberikan pendampingan secara langsung, mulai dari proses pendaftaran yang sederhana, simulasi transaksi berulang, hingga bantuan dalam mengatasi masalah kecil yang muncul.

Pendekatan ini memungkinkan adanya dialog yang lebih personal, di mana mereka dapat bertanya dan mengungkapkan kekhawatiran mereka tanpa merasa malu. Durasi pendampingan yang lebih lama juga krusial untuk membantu mereka secara bertahap familiar dengan teknologi baru ini. Dengan melihat bukti nyata bahwa QRIS mudah dan aman melalui bimbingan langsung, persepsi mereka dari "sesuatu yang menakutkan" dapat bergeser menjadi "sesuatu yang mudah dan aman." Tanpa pendekatan yang disesuaikan ini, kesenjangan dalam inklusi digital dan finansial di Kelurahan Indralaya Mulya akan terus melebar.

B. Perlindungan Konsumen



Berbeda dengan tantangan yang dihadapi pada sosialisasi QRIS, program edukasi perlindungan konsumen mendapatkan respons yang sangat positif dan partisipatif dari ibu-ibu pengajian di Kelurahan Indralaya Mulya. Tingkat partisipasi yang tinggi, pertanyaan yang interaktif, dan kesediaan untuk berbagi pengalaman menunjukkan bahwa isu ini bukan sekadar informasi, melainkan merupakan kebutuhan nyata yang mendesak di tengah masyarakat. Keberhasilan program ini dapat dianalisis dari tiga aspek utama: relevansi materi, pemilihan audiens yang tepat, dan lingkungan sosial yang mendukung.

Materi perlindungan konsumen yang disampaikan tidak bersifat teoretis dan abstrak, melainkan sangat relevan dengan risiko finansial yang dapat dihadapi siapa pun. Relevansi ini terbukti saat salah satu peserta secara spontan berbagi pengalaman pribadinya, di mana

ia menjadi korban penipuan melalui telepon yang menyebabkan dana di rekeningnya di salah satu bank (disebutkan BRI) hilang. Kejadian ini menjadi studi kasus otentik yang langsung dapat dipahami oleh seluruh peserta, karena banyak dari mereka memiliki rekening bank dan sering kali menerima panggilan telepon yang mencurigakan. Pengalaman nyata ini mengubah materi sosialisasi dari sekadar informasi menjadi alat praktis untuk melindungi diri.

Tim KKN merespons kasus ini dengan memberikan panduan praktis:

1. Segera melaporkan kejadian tersebut ke bank terkait (dalam kasus ini BRI) untuk meminta investigasi.
2. Jika tidak ada respons atau penyelesaian yang memuaskan, korban diarahkan untuk mengajukan pengaduan ke Bank Indonesia.

Keberhasilan program ini terletak pada pemilihan audiens dan konteks yang tepat. Keberhasilan program ini tidak lepas dari pemilihan audiens dan konteks yang tepat. Pengajian merupakan ruang sosial yang aman dan terpercaya bagi ibu-ibu. Dalam lingkungan ini, mereka merasa nyaman untuk berinteraksi, bertanya, dan berbagi pengalaman tanpa takut dihakimi. Kepercayaan yang telah terbentuk antar anggota pengajian memfasilitasi diskusi terbuka tentang topik yang sensitif, seperti masalah keuangan pribadi. Hal ini memungkinkan tim KKN untuk menjangkau inti permasalahan dan memberikan solusi yang benar-benar dibutuhkan.

Lingkungan yang kondusif ini juga memungkinkan penyebaran informasi yang lebih efektif. Informasi yang disampaikan di pengajian cenderung menyebar dari mulut ke mulut, menjangkau ibu-ibu lain yang tidak hadir. Kepercayaan yang dibangun di dalam komunitas membuat pesan perlindungan konsumen menjadi lebih kuat dan kredibel.

C. Implementasi Program Cinta, Bangga, dan Paham Rupiah pada Anak-Anak



Program edukasi Cinta, Bangga, dan Paham (CBP) Rupiah yang diimplementasikan di SD Negeri 05 Indralaya merupakan bagian dari kegiatan pengabdian yang terbukti paling berhasil dalam memantik partisipasi aktif dan antusiasme tinggi dari para siswa. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa konsepsi pendidikan finansial, yang seringkali dianggap sebagai topik yang kompleks dan berat, dapat disampaikan secara efektif kepada peserta didik usia dini melalui adaptasi metodologi pedagogis yang tepat. Pendekatan

interaktif yang diadopsi, seperti penggunaan kuis berhadiah dan permainan edukatif, berhasil mentransformasi sesi sosialisasi menjadi sebuah pengalaman belajar yang menyenangkan dan bermakna.

Alih-alih mengandalkan metode ceramah satu arah yang cenderung pasif, tim pelaksana program KKN mengaplikasikan pendekatan pedagogis yang berpusat pada siswa (*student-centered learning*). Strategi ini diwujudkan melalui serangkaian kegiatan yang menstimulasi partisipasi aktif siswa. Kuis yang memuat pertanyaan sederhana seputar uang Rupiah dan permainan kecil yang melibatkan uang kertas dan koin berhasil menumbuhkan rasa ingin tahu serta keterlibatan anak-anak. Pemberian hadiah untuk setiap respons yang tepat atau partisipasi aktif berfungsi sebagai motivasi ekstrinsik, mendorong kompetisi yang sehat di antara siswa. Pendekatan ini secara fundamental sejalan dengan prinsip-prinsip pendidikan anak usia dini, yang menekankan pentingnya proses belajar melalui eksplorasi dan bermain.

Materi edukasi CBP Rupiah dirancang secara sistematis dengan bahasa yang sederhana, sehingga mudah diserap oleh anak-anak. Konten program mencakup tiga pilar utama:

1. Cinta Rupiah: Peserta didik diajarkan metode sederhana untuk mengidentifikasi keaslian uang kertas melalui metode 3D (Dilihat, Diraba, Diterawang). Mereka dilatih untuk mengamati fitur visual, merasakan tekstur uang, dan mengenali tanda air sebagai penanda autentisitas.
2. Bangga Rupiah: Anak-anak diperkenalkan dengan simbol-simbol nasional yang tertera pada Rupiah, seperti gambar pahlawan, warisan budaya, dan *landmark* ikonik Indonesia. Pengetahuan ini membantu mereka memahami bahwa Rupiah tidak sekadar berfungsi sebagai alat tukar, melainkan juga sebagai representasi konkret dari kekayaan budaya dan sejarah bangsa.
3. Paham Rupiah: Peserta diajarkan mengenai etika merawat uang—seperti tidak melipat, mencoret, atau merusaknya—serta memahami nilai nominal uang untuk tujuan dasar seperti menabung atau melakukan transaksi sederhana.

Keberhasilan program ini menghasilkan implikasi positif yang lebih luas dari sekadar pemahaman dasar tentang uang. Secara tidak langsung, edukasi CBP Rupiah telah menanamkan dua nilai penting yang krusial untuk perkembangan karakter siswa:

1. Pembentukan Karakter Finansial Sejak Dini: Dengan diperkenalkannya konsep dasar seperti merawat uang, menabung, dan mengenali nilai, program ini berfungsi sebagai fondasi literasi finansial yang bertanggung jawab. Hal ini diharapkan akan membentuk kebiasaan finansial yang sehat di masa depan.
2. Peningkatan Kesadaran Nasionalisme: Melalui pengenalan pahlawan dan keragaman budaya pada uang, anak-anak secara tidak langsung teredukasi mengenai identitas dan sejarah bangsa. Proses ini menumbuhkan rasa bangga dan cinta terhadap tanah air melalui medium yang mereka gunakan dalam kehidupan sehari-hari.

Respons yang sangat positif dari siswa dan apresiasi dari pihak sekolah mengindikasikan bahwa program ini sangat efektif dan layak untuk dikembangkan lebih lanjut. Melalui pendekatan edukasi yang menyenangkan, Bank Indonesia dan institusi pendidikan dapat berkontribusi dalam membentuk generasi yang tidak hanya cerdas secara finansial, tetapi juga memiliki kesadaran dan kebanggaan nasional yang kuat.

Kesimpulan

Secara keseluruhan, program Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Kelurahan Indralaya Mulya menunjukkan capaian yang beragam dalam membangun literasi keuangan dan digital masyarakat. Sosialisasi Perlindungan Konsumen dan kampanye Cinta, Bangga, dan Paham (CBP) Rupiah berhasil meningkatkan kesadaran dan pemahaman praktis masyarakat karena materi yang relevan, metode interaktif, dan audiens yang tepat. Sebaliknya, sosialisasi QRIS belum efektif karena rendahnya literasi digital, faktor usia, serta kekhawatiran terhadap keamanan transaksi.

Dari sisi kontribusi akademik, penelitian ini menegaskan bahwa efektivitas intervensi literasi keuangan tidak hanya ditentukan oleh isi materi dan metode penyampaian, tetapi juga oleh kondisi sosio-demografis, tingkat kepercayaan, serta budaya lokal masyarakat. Temuan ini memperkaya diskursus literasi keuangan di tingkat akar rumput dengan menekankan pentingnya variabel non-teknis dalam keberhasilan program.

Dari sisi kontribusi praktis, hasil penelitian memberikan dasar bagi lembaga pendidikan, pemerintah daerah, dan perbankan untuk merancang strategi literasi keuangan yang lebih adaptif. Rekomendasi konkret antara lain:

1. Pendampingan personal (*one-on-one approach*) untuk UMKM lanjut usia sebelum mengenalkan teknologi finansial.
2. Program literasi digital berjenjang yang disesuaikan dengan tingkat pendidikan dan usia peserta.
3. Pemanfaatan komunitas lokal (pengajian, kelompok ibu rumah tangga, dan sekolah) sebagai mitra strategis dalam menyebarkan pengetahuan keuangan.
4. Kolaborasi berkelanjutan antara perguruan tinggi, Bank Indonesia, dan perbankan lokal dalam menciptakan ekosistem yang mendukung inklusi finansial.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menghasilkan temuan lapangan, tetapi juga memberikan kontribusi teoritis terhadap kajian literasi keuangan serta menawarkan rekomendasi praktis yang dapat diimplementasikan dalam program serupa di masa mendatang.

Referensi

- Albie, F., Yosy Arisandi, & Fryanti, Y. E. (2025). Edukasi Cinta Bangga Paham (CBP) Rupiah Terhadap Siswa SMP Negeri 1 Pendopo Barat Kabupaten Empat Lawang. *KENDURI: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 5(1), 8–13. <https://doi.org/10.62159/kenduri.v5i1.1722>

- Fauziah, A. A., Aziz, A. A., Setiawan, H., & others. (2024). Sosialisasi Pengenalan QRIS Dalam Transformasi Sistem Transaksi Guna Memudahkan Ekonomi Masyarakat Desa Cipedes. *Proceedings Uin Sunan Gunung Djati Bandung*, 5(3), 1–14.
- Joseph, C. N. (2024). *PERANAN LITERASI KEUANGAN DALAM MENINGKATKAN KEMAMPUAN PENGELOLAAN KEUANGAN PRIBADI. XVIII*, 158–170.
- Muniarty, P., Wulandari, W., Pratiwi, A., & Rimawan, M. (2022). Pengabdian Kepada Masyarakat Melalui Kuliah Kerja Nyata Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima. *Journal of Empowerment*, 2(2), 172. <https://doi.org/10.35194/je.v2i2.1586>
- Novianto, P., Nuraeni, E., & Ag, M. (2021). Implementasi tridharma perguruan tinggi melalui pengabdian partisipatif. *Proceedings UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, 1(8), 72–82.
- Palangan, C. Y. (2023). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Adopsi E-commerce oleh UMKM Kerajinan DIY. *KONSTELASI: Konvergensi Teknologi dan Sistem Informasi*, 3(2), 425–435. <https://doi.org/10.24002/konstelasi.v3i2.8232>
-