

ISSN 2828-285x



POLICY BRIEF

**PERTANIAN, KELAUTAN, DAN
BIOSAINS TROPIKA**
Vol. 7 No. 2 Tahun 2025

Strategi Kebijakan Edukasi Digital untuk
Pencegahan Pinjaman Online

Penulis

 Megawati Simanjuntak¹, Siti Aisyah¹

¹ Departemen Ilmu Keluarga dan Konsumen, Fakultas Ekologi Manusia, IPB University

Strategi Kebijakan Edukasi Digital untuk Pencegahan Pinjaman *Online*

Isu Kunci

Policy Brief ini memuat poin-poin penting sebagai berikut:

- 1) Ibu rumah tangga di pedesaan rentan terjebak pinjaman *online* ilegal akibat rendahnya literasi keuangan.
- 2) Edukasi digital berbasis video efektif menarik perhatian, namun kurang menggugah tindakan nyata.
- 3) Belum ada kebijakan yang mendukung produksi dan penyebaran konten edukatif yang berulang, emosional, dan kontekstual.
- 4) Intervensi kebijakan sangat dibutuhkan untuk mencegah siklus utang dan meningkatkan ketahanan keluarga.

Ringkasan

Maraknya penggunaan pinjaman *online* ilegal di kalangan ibu rumah tangga pedesaan disebabkan rendahnya literasi keuangan dan kemudahan akses layanan digital. Penelitian menunjukkan bahwa video edukasi efektif meningkatkan perhatian dan minat untuk tidak meminjam, tetapi belum cukup mampu membangkitkan keinginan dan tindakan nyata untuk tidak melakukan pinjaman di *online*. Hal ini terkait dengan kurangnya elemen emosional dan penyebaran yang hanya dilakukan sekali. Tanpa intervensi kebijakan yang tepat, risiko lingkaran utang, kemiskinan struktural, dan penurunan kesejahteraan keluarga akan semakin tinggi. *Policy brief* ini merekomendasikan strategi penguatan edukasi literasi keuangan berbasis multimedia yang lebih berulang, emosional, dan kontekstual, guna mendukung perlindungan konsumen serta meningkatkan ketahanan ekonomi keluarga di wilayah pedesaan.

Kata kunci: ekonomi, literasi keuangan, keluarga, kemiskinan struktural

Pendahuluan

Pada era digital saat ini, pinjaman *online* telah menjadi sangat umum di berbagai entitas masyarakat. Kemudahan dan kecepatan yang disediakan dalam layanan pinjaman *online* inilah yang membuat masyarakat tertarik untuk meminjam dana tanpa harus adanya pengajuan yang panjang seperti proses peminjaman pada lembaga keuangan lain (Herremans *et al.* 2023). Namun, dibalik kemudahan dan kecepatan akses yang ditawarkan keberadaan pinjaman *online* membawa risiko serius yang berdampak negatif pada konsumen. Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), hingga Januari 2024 terdapat 7.816 pengaduan kasus pinjaman *online*. Angka ini meningkat signifikan dari 3.903 kasus pada tahun 2023 (CNN Indonesia 2024).

Kondisi ini menjadi sangat mengkhawatirkan khususnya pada kelompok ibu-ibu rumah tangga di wilayah pedesaan, salah satunya adalah daerah Kecamatan Cipanas, Kabupaten Lebak, Provinsi Banten. Berdasarkan data laporan PT PNM Mekaar Cabang Cipanas Lebak, Banten, per Februari 2024 terdapat 4.600 perempuan yang telah meminjam di lembaga informal seperti Bank Emok. Bank Emok merupakan lembaga informal yang memberikan pinjaman menggunakan cicilan mingguan disertai bunga yang tinggi (Sunarti *et al.* 2024). Keberadaan Bank Emok menunjukkan tingginya ketergantungan masyarakat pada praktik berutang. Fenomena ini menciptakan potensi pergeseran pola pinjaman dari lembaga informal ke pinjaman *online* ilegal yang dinilai lebih praktis, namun menyimpan risiko yang lebih besar. Pinjaman *online* ilegal adalah layanan pembiayaan yang tidak terdaftar atau tidak memiliki izin usaha dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sebagaimana diatur dalam Peraturan OJK No. 10/POJK.05/2022. Karakteristik utamanya meliputi bunga tidak transparan, penagihan tidak beretika, dan akses data pribadi yang disalahgunakan. Hal ini berbeda dengan pinjaman *online* legal yang diawasi OJK dan wajib memenuhi prinsip perlindungan konsumen.

Permasalahan yang paling mendasar dari tingginya penggunaan pinjaman *online* ini adalah disebabkan oleh kurangnya tingkat literasi keuangan sehingga lebih mudah terjebak dalam penawaran pinjaman *online* yang tampak menggiurkan (Nur dan Pawestri 2023). Artinya, tanpa adanya intervensi edukasi yang memadai, kelompok ini akan semakin rentan terhadap lingkaran utang yang memperburuk kondisi ekonomi keluarga.

Dalam upaya mengatasi maraknya pinjaman *online*, edukasi literasi keuangan melalui video edukasi yang disebarluaskan melalui media sosial seperti TikTok menjadi salah satu solusi yang murah, mudah, dan cepat disebarluaskan. Namun, bukan satu-satunya solusi. Diperlukan pendekatan terpadu untuk menjangkau faktor struktural, norma sosial, serta keterlibatan anggota keluarga lain seperti suami. Hasil penelitian menunjukkan bahwa video edukasi efektif meningkatkan perhatian dan minat ibu-ibu untuk tidak melakukan pinjaman *online*. Namun, video tersebut belum cukup mampu memengaruhi keinginan dan tindakan nyata, sehingga diperlukan penguatan strategi edukasi pada tahap afektif dan perilaku.

Jika kondisi tersebut dibiarkan tanpa intervensi kebijakan yang tepat, maka risiko lingkaran utang, kemiskinan struktural, penurunan kesejahteraan keluarga, hingga tingkat kekerasan rumah tangga akan semakin meningkat. Oleh karena itu, perlu ada kebijakan strategis yang mendukung penyebaran edukasi literasi keuangan yang berbasis multimedia secara lebih masif, berkelanjutan, dan disesuaikan dengan karakteristik *audiens*.

Policy brief ini disusun untuk memberikan rekomendasi kebijakan berbasis bukti mengenai strategi peningkatan efektivitas edukasi pencegahan pinjaman *online* melalui media video edukasi. Rekomendasi ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Kementerian Komunikasi dan Informatika, serta pemerintah daerah dalam merancang program edukasi yang lebih responsif terhadap kebutuhan

masyarakat, sekaligus mendorong terciptanya masyarakat yang lebih melek keuangan dan terlindungi dari praktik pinjaman ilegal.

Evaluasi Elemen Video Edukasi

Video edukasi pencegahan pinjaman *online* yang digunakan dalam intervensi ini dinilai memiliki kekuatan utama pada kejelasan pesan, kemudahan untuk dipahami, dan didukung dengan tampilan tipografi serta warna yang memadai. Sebagian responden menyebutkan bahwa video ini mudah dipahami, informatif, dan memiliki tulisan yang jelas serta warna yang mendukung keterbacaan. Kejelasan ini menjadi faktor penting dalam menyampaikan informasi di *platform* berbasis video.

Namun demikian, evaluasi terhadap elemen lain menunjukkan kelemahan pada kualitas gambar, durasi video, dan daya tarik emosional. Berdasarkan hasil penelitian, responden menilai bahwa visual video kurang menarik dan durasinya tidak cukup untuk mempertahankan fokus. Selain itu, pesan yang disampaikan dinilai belum menggugah perasaan. Untuk meningkatkan dampak pesan, konten edukasi ke depan perlu mengintegrasikan unsur emosional yang lebih spesifik, seperti rasa takut terhadap jeratan utang, empati terhadap korban pinjaman *online*, atau harapan untuk lepas dari beban ekonomi. Jenis emosi ini dapat diuji secara cepat di lapangan untuk memilih pendekatan paling efektif dalam membentuk sikap dan mendorong perubahan perilaku.

Kelemahan pada aspek emosional ini berpotensi mengurangi efektivitas video, terutama untuk mendorong perubahan sikap. Di era digital, konten edukasi yang hanya mengandalkan informasi tanpa didukung visual yang kuat dan narasi emosional cenderung hanya berhenti pada pemahaman, tidak berlanjut menjadi motivasi atau aksi nyata.

Efektivitas dan Dampak Video Edukasi terhadap Penggunaan Pinjaman Online

Secara keseluruhan, video edukasi pencegahan pinjaman *online* terbukti efektif dalam

membentuk respons audiens terhadap isu pinjaman *online*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 8 dari 10 responden yang belum pernah meminjam berhasil melalui seluruh tahapan dari *attention* hingga *action*. Sementara itu, pada responden yang pernah meminjam di bank emok hanya 7 dari 10 responden.

Video edukasi pencegahan pinjaman *online* ini lebih efektif pada audiens yang belum pernah meminjam dibandingkan dengan audiens yang punya riwayat meminjam. Hal ini karena audiens tanpa pengalaman meminjam lebih mudah menerima pesan edukatif dan lebih terbuka untuk mengikuti langkah-langkah yang disarankan dalam video. Hal ini mengindikasikan bahwa audiens yang belum pernah meminjam tidak terbebani oleh pengalaman sebelumnya, sehingga lebih terbuka. Sebaliknya, pada audiens yang sudah punya pengalaman meminjam di bank emok, ketika menonton video edukasi tentang pencegahan meminjam di *online* merasa video yang ditampilkan bertentangan dengan pengalaman audiens tersebut. Oleh karena itu, pendekatan edukasi yang menargetkan kelompok ini perlu diprioritaskan. Sementara untuk audiens yang sudah meminjam, pendekatan yang lebih sensitif terhadap pengalaman individu akan lebih efektif.

Selain efektivitas, video edukasi tentang pinjaman *online* yang diberikan mampu menarik perhatian dan minat responden untuk tidak melakukan pinjaman *online*. Namun, belum mampu untuk membangkitkan keinginan (*desire*) dan Tindakan nyata (*action*) untuk melakukan pinjaman *online* responden. Hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu video yang diberikan belum optimal dalam membangkitkan dan menggugah perasaan responden. Kemudian, video diberikan hanya sekali sehingga hal itulah yang membuat responden tidak terdorong untuk bertindak.

Video edukasi yang diberikan dengan sekali pemberian hanya dapat membangkitkan perhatian (*attention*) responden. Kemudian, melemah pada tingkat *interest* hingga *action*. Hal ini menyoroti bahwa pada penyebaran video edukasi perlu dilakukan secara berulang dan bertahap yaitu sebanyak 2 sampai 5 kali (Semenenko *et al.* 2022).

Rekomendasi

Dalam mengoptimalkan peran edukasi digital dalam upaya pencegahan jeratan pinjaman *online* ilegal pada kalangan ibu rumah tangga, diperlukan formulasi kebijakan yang berbasis bukti dan berorientasi pada tindakan nyata. Intervensi edukatif sebaiknya tidak hanya menasar ibu rumah tangga, tetapi juga melibatkan anggota keluarga lain seperti suami, mengingat keputusan berutang dalam rumah tangga sering kali bersifat kolektif dan dipengaruhi oleh dinamika kekuasaan domestik.

Pertama, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) perlu merumuskan pedoman resmi dalam produksi konten edukatif yang mengimplementasikan pendekatan AIDA secara aplikatif serta mudah diakses oleh masyarakat luas. Meskipun OJK telah menjalankan program FinEdu dan tergabung dalam Satuan Tugas Waspada Investasi, pendekatan yang ada belum sepenuhnya menjangkau kelompok ibu rumah tangga di pedesaan secara kontekstual. Konten yang tersedia cenderung bersifat formal dan satu arah, serta belum mengintegrasikan elemen emosional yang terbukti efektif dalam menggerakkan tindakan nyata.

Kedua, pemerintah daerah, melalui pemberdayaan lembaga komunitas seperti PKK dan posyandu dapat menyelenggarakan pelatihan produksi video edukatif sederhana yang relevan dengan konteks kehidupan sehari-hari masyarakat. Ketiga, lembaga swadaya masyarakat (LSM) serta institusi pendidikan nonformal memiliki peran strategis dalam mengembangkan modul literasi keuangan berbasis video pendek sebagai bagian integral dari program pemberdayaan sosial ekonomi masyarakat.

Evaluasi secara berkala terhadap efektivitas pesan yang disampaikan juga perlu dilakukan guna memastikan keberlanjutan serta relevansi materi edukasi dengan dinamika kebutuhan masyarakat. Estimasi biaya produksi video edukasi sederhana berkisar Rp1–2 juta per unit, dengan tambahan biaya distribusi sekitar Rp500 ribu per siklus tayang dan honor fasilitator komunitas sebesar Rp100 ribu per sesi. Program ini dapat didanai melalui skema

APBD, kerja sama lintas kementerian, atau kemitraan CSR dengan fintech legal dan penyedia layanan digital. Tanpa adanya kebijakan yang partisipatif dan kontekstual semacam ini, kelompok rentan akan tetap terekspos pada risiko praktik pinjaman ilegal, yang pada akhirnya dapat mengancam ketahanan keluarga dan menghambat pencapaian kesejahteraan sosial di tingkat komunitas pedesaan.

Daftar Pustaka

- CNN Indonesia. 2024. OJK terima 39 ribu aduan per januari 2024, terbanyak sektor perbankan. *cnnIndonesia.com.*, siap terbit. [diakses 2024 Apr 30]. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20240201180222-78-1057333/ojk-terima-39-ribu-aduan-per-januari-2024-terbanyak-sektor-perbankan>.
- Herremans I, Hedges P, Mahmoudian F, Kleffner A, Tahir M. 2023. The Paradox of the Payday Borrower: A Case Study of the Role of Planned Behavior in Borrowers' Motivations and Experiences. *J Risk Financ Manag.* 16(5). doi:10.3390/jrfm16050254.
- Nur SK, Pawestri AY. 2023. Peningkatan literasi keuangan dan pencegahan pinjaman online ilegal bagi ibu ibu 'Aisyiyah Jember. *J Kreat dan Inov.* 3(3):105–111. doi:10.24034/kreanova.v3i3.6002.
- Semenenko K, Kapinus L, Boiko I, Kucherenko V, Skryhun N. 2022. Effective frequency of displaying the communication message to consumers of beer brand in digital media. *Ukr Food J.* 11(4):629–647. doi:10.24263/2304-974X-2022-11-4-11.
- Sunarti E, Ajrania S, Pranadji DK, Siswanto A, Hambari, Musthofa, Istighfarani S. 2024. Keinginan keluarga menghentikan pinjaman bank emok: Potret tekanan ekonomi, manajemen keuangan, dukungan sosial, dan lingkungan keluarga. *J Ilmu Kel dan Konsum.* 17(3):247–262. doi:<https://doi.org/10.24156/jikk.2024.17.3.247>.



Policy Brief Pertanian, Kelautan, dan Biosains Tropika merupakan upaya mengantarmukakan sains dan kebijakan (science-policy interface) untuk mendukung pembangunan berkelanjutan yang inklusif. Media ini dikelola oleh Direktorat Kajian Strategis dan Reputasi Akademik (D-KASRA) IPB University. Substansi policy brief menjadi tanggung jawab penulis sepenuhnya dan tidak mewakili pandangan IPB University.

Author Profile



Megawati Simanjuntak, adalah akademisi di Institut Pertanian Bogor (IPB) yang ahli dalam bidang kesejahteraan keluarga dan perilaku konsumen. Penelitiannya berfokus pada peningkatan kualitas hidup keluarga dan literasi keuangan, serta kontribusi pada kebijakan kesejahteraan konsumen di Indonesia.
(Corresponding Author)
Email: mega_juntak@apps.ipb.ac.id



Siti Aisyah, merupakan mahasiswa sarjana di Departemen Ilmu Keluarga dan Konsumen, IPB University.



Telepon
+62 811-1183-7330



Email
dkasra@apps.ipb.ac.id



Alamat
Gedung LSI Lt. 1
Jl. Kamper Kampus IPB Dramaga
Bogor - Indonesia 16680