



LAPORAN GABUNGAN

*Survei Tingkat Pemahaman
Cinta Bangsa Paham Rupiah
Tahun 2022*



BANK INDONESIA



universitas
paramadina



LAPORAN GABUNGAN
*Survei Tingkat Pemahaman
Cinta Bangsa Paham Rupiah
Tahun 2022*

Tim Peneliti :

- 1. Dr. Handi Risza**
- 2. Dr. Ardi Adji**
- 3. Dewi Kurniaty, SE., MM**

EXECUTIVE SUMMARY

ANALISIS EVALUASI PROGRAM EDUKASI CBP RUPIAH:

PROPENSITY SCORE MATCHING

Seperti halnya pada Semester-I 2022, evaluasi terhadap program edukasi CBP Rupiah juga dilakukan pada Semester-II 2022. Tujuannya adalah untuk melihat efektifitas program edukasi CBP Rupiah yang telah berjalan pada Semester-II 2022. Evaluasi dilakukan dengan menggunakan metode PSM dan ATE melalui komparasi tingkat pemahaman antara kelompok responden yang mengetahui dan kelompok responden yang tidak mengetahui program edukasi CBP Rupiah. Pendekatan PSM digunakan karena kemampuannya mengurangi bias dalam mengestimasi dampak program. Bias ini diharapkan akan tereduksi ketika hasil perbandingan diperoleh dengan kelompok kontrol dan kelompok treatment yang sedekat mungkin. Pendekatan PSM diharapkan dapat mengatasi permasalahan counterfactual, dimana dimungkinkan bahwa perbedaan peluang akses antara kelompok treatment dan kelompok kontrol karena memang salah satu kelompok memiliki karakteristik yang sudah berbeda sejak awal.

Seperti pada Laporan Semester-I 2022, metode PSM diimplementasikan dalam dua tahapan utama: pertama, meregresikan variabel keikutsertaan (atau variabel yang menyatakan bahwa responden telah mengetahui Gerakan CBP) terhadap variabel-variabel confounding, yakni: usia responden, status perkawinan responden, status pekerjaan responden, partisipasi sekolah responden, dan pendidikan tertinggi yang ditempuh (ijazah yang dimiliki) responden. Spesifikasi yang digunakan pada kasus ini adalah regresi probit. Hasil estimasi regresi dapat dilihat pada lampiran. Kedua, berdasarkan hasil regresi tersebut kemudian akan menghasilkan nilai (score matching) untuk mengidentifikasi kelompok-kelompok yang memiliki kedekatan atau kesamaan. Salah satu asumsi yang perlu dipenuhi dalam perbandingan ini dipenuhinya kondisi properties balancing yang menandakan eksinya kelompok pembanding bagi kelompok treatment secara statistik. Score matching digunakan untuk menghasilkan kelompok pembanding dan kelompok treatment yang relatif homogen. Dengan demikian pengukuran dampak program edukasi CBP Rupiah mampu menetralkan pengaruh variabel-variabel confounding.

Hasil estimasi dampak edukasi CBP Rupiah yang diukur dengan menggunakan average treatment effect (ATE) berdasarkan kerangka PSM disajikan pada Tabel 5.1. Pengukuran ATE dilakukan menggunakan pendekatan stratification matching. Dengan menggunakan kedua pendekatan tersebut, dapat dilihat bahwa secara rata-rata individu yang mengikuti atau telah mengetahui gerakan CBP memiliki tingkat Awareness CBP Rupiah yang lebih baik. Di sini, secara rata-rata responden yang telah mengikuti atau mengetahui Gerakan CBP Rupiah memiliki indeks CBP Agregat 8,30 poin lebih tinggi dibandingkan dengan kelompok pembandingnya (responden yang tidak mengikuti atau belum mengetahui Gerakan CBP Rupiah). Hal yang sama juga dapat dilihat berdasarkan dimensi CBP Rupiah. Di sini, responden yang telah mengikuti atau mengetahui Gerakan CBP Rupiah, memiliki Indeks Cinta, Indeks Bangga, Indeks Paham yang lebih tinggi berturut-turut sebesar 5,9 poin, 7,80 poin, dan 11,4 poin dibandingkan dengan kelompok pembandingnya. Fakta ini mengindikasikan bahwa program edukasi CBP Rupiah yang telah dijalankan pada Semester-II Tahun 2022 cukup efektif dalam meningkatkan pemahaman atau Awareness masyarakat terhadap CBP Rupiah.

Hasil Estimasi Dampak Program Edukasi CBP: Pendekatan PSM dengan *Stratification Matching*

Dimensi	ATE	Standard Error	t-Statistic	
Indeks CBP Agregat	8,30%	0,002	44,26	***
Indeks Cinta	5,90%	0,002	34,05	***
Indeks Bangga	7,80%	0,002	35,10	***
Indeks Paham	11,4%	0,003	43,67	***

Keterangan: *** Signifikan pada taraf nyata 1%

Survei Tingkat Pemahaman CBP Rupiah pada Tahun 2022 dilakukan selama dua kali, yakni pada Semester-I (Tahap Pertama) dan Semester-II (Tahap Kedua). Survei ini secara khusus dilakukan untuk mengukur tingkat pemahaman masyarakat terhadap CBP Rupiah yang berfokus pada aspek Awareness. Survei tersebut menargetkan kelompok masyarakat yang terdiri dari ibu rumah tangga, anak usia sekolah, dan pemuda. Beberapa temuan dari kedua survei tersebut telah dianalisis dan disajikan dalam 2 (dua) laporan terpisah. Selain menganalisis tingkat pemahaman masyarakat terhadap CBP Rupiah beserta dimensi dan subdimensinya sebagai bahasan utama, kajian ini juga menganalisis bagaimana keterkaitan antara kelompok masyarakat yang dibedakan berdasarkan lokasi (Nasional dan per KPW Bank Indonesia), karakteristik demografi masyarakat yang mencakup usia, pendidikan, dan pekerjaan dengan tingkat pemahamannya terhadap CBP Rupiah. Kajian ini juga menelaah bagaimana peran Kampanye CBP dalam meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap CBP Rupiah, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat mendukung keberhasilan Kampanye CBP Rupiah.

Laporan agregat ini secara khusus disusun untuk menyajikan perkembangan hasil survei Semester-I 2022 dan Semester-II 2022, yang berfokus pada rata-rata dan perubahan Indeks Awareness CBP Rupiah selama kurun waktu tersebut. Dengan menggunakan metode survei di 46 lokasi KPW BI seluruh Indonesia, kedua survei tersebut menghasilkan beberapa temuan utama:

1. Rata-rata capaian Indeks Awareness CBP Rupiah selama Tahun 2022 secara agregat adalah 72,47%. Nilai tersebut berada pada kategori cukup baik (60 – 74,99). Jika dirinci menurut periode survei yang dilakukan, terdapat kenaikan Indeks Awareness dari Semester-I 2022 yang sebesar 68,18% (kategori cukup baik) menjadi 76,76% (kategori baik) pada Semester-II 2022. Jika indeks tersebut didekomposisi menurut dimensi Cinta, Bangga, dan Paham, Indeks Awareness Bangga menempati posisi tertinggi dengan skor rata-rata 75% (kategori baik), diikuti oleh dimensi Cinta (71,81%) dan dimensi Paham (70,59%) yang keduanya masuk kategori cukup baik.
2. Berdasarkan kelompok responden yang diobservasi, selama Tahun 2022, kelompok pemuda merupakan kelompok dengan rata-rata indeks Awareness CBP Rupiah tertinggi (76,35%) dan masuk kategori baik, diikuti kelompok ibu rumah tangga (73,55%) dan kelompok anak usia sekolah (66,87%) yang keduanya masuk kategori cukup baik. Jika dirinci menurut dimensi Cinta, Bangga dan Paham, dapat dilihat bahwa kelompok pemuda konsisten menempati urutan teratas pada setiap dimensi CBP Rupiah. Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan Awareness pemuda dengan rentang usia 18-30 tahun lebih baik dibandingkan dengan dua kelompok lainnya.

3. Hasil pengukuran menurut KPW BI seluruh Indonesia menunjukkan bahwa Indeks Awareness CBP mengalami peningkatan selama periode Semester-I dan SemesterII 2022 untuk semua KPW, kecuali KPW Palembang yang mengalami sedikit penurunan. KPW dengan kenaikan Indeks Awareness CBP tertinggi adalah KPW Lhokseumawe (25,80 poin) disusul oleh KPW Tarakan (20,81 poin) dan KPW Banda Aceh (20,64 poin). Secara rata-rata, pada Tahun 2022 terdapat 35 KPW dengan kategori cukup baik dan 11 KPW dengan kategori baik. Tiga KPW dengan rata-rata skor awareness tertinggi pada Tahun 2022 adalah KPW Palembang (79,00%), diikuti oleh KPW Tegal (77,02%) dan KPW Surakarta (76,99%).
4. Analisis Indeks Awareness CBP Rupiah menurut usia responden menemukan bahwa responden dengan rentang usia 18-30 tahun memiliki rata-rata skor Awareness CBP Rupiah tertinggi (76,3%) dan masuk kategori baik. Untuk 2 (dua) kelompok responden lainnya, yakni kelompok usia di atas 31 tahun dan kelompok usia 10-17 tahun, masing-masing mencapai rata-rata skor awareness sebesar 73,5% dan 66,9% dan keduanya masuk kategori cukup baik. Hasil Awareness menurut dimensi CBP Rupiah juga menunjukkan temuan yang sama dimana kelompok responden dengan rentang usia 18-30 tahun konsisten memiliki rata-rata skor awareness lebih tinggi dibandingkan dengan kelompok responden lainnya.
5. Analisis Indeks Awareness CBP Rupiah menurut tingkat pendidikan responden menemukan bahwa responden dengan tingkat Pendidikan Universitas memiliki rata-rata Indeks Awareness CBP Rupiah tertinggi pada Tahun 2022, yakni 78.8% atau masuk kategori baik. Jika dilihat menurut dimensi CBP, Awareness responden dengan tingkat pendidikan Universitas juga konsisten lebih tinggi dibandingkan dengan responden pada kelompok pendidikan lainnya. Hasil analisis selama Tahun 2022 juga menemukan adanya kecenderungan dimana semakin tinggi pendidikan responden, semakin tinggi pula rata-rata indeks Awareness CBP Rupiah dari responden.
6. Hasil analisis Indeks Awareness CBP Rupiah menurut lapangan pekerjaan responden (untuk responden yang bekerja) pada Tahun 2022 menemukan bahwa kelompok responden yang bekerja di sektor Listrik dan Gas, Keuangan dan Asuransi, serta Transportasi, Komunikasi, dan Informasi menempati posisi tertinggi dengan rata-rata indeks Awareness CBP masing-masing 80,01%, 79,9%, dan 77.7%. Ketiganya berada pada kategori baik. Sementara itu, jika dilihat menurut subdimensi CBP, rata-rata indeks Awareness antar kelompok responden selama Semester-I dan Semester-II 2022 cukup bervariasi. Di sini, responden yang bekerja di sektor Listrik dan Gas memiliki rata-rata Indeks Awareness tertinggi untuk dimensi Cinta dan Bangga, dengan skor masing-masing sebesar 79.3% dan 80,2%. Sedangkan rata-rata indeks Awareness tertinggi untuk Dimensi Paham dicapai responden yang bekerja di sektor Keuangan dan Asuransi dengan nilai rata-rata sebesar 83,5%.
7. Pada Semester-I 2022 hanya terdapat sebanyak 13,3% responden yang mengetahui adanya Gerakan CBP Rupiah. Namun, angka tersebut meningkat signifikan menjadi 58,8% pada Semester-II 2022. Dengan kenaikan mencapai lebih dari 3 (tiga) kali lipat ini, sedikit banyak telah menunjukkan efektifitas dan keberhasilan sosialisasi Gerakan CBP Rupiah yang telah berjalan selama kurun waktu tersebut.
8. Hasil survei pada Semester-I dan Semester-II 2022 menunjukkan adanya perbedaan tingkat awareness CBP Rupiah antara kelompok responden yang mengetahui dan kelompok responden yang belum mengetahui

Gerakan CBP Rupiah. Pada Semester-I 2022, tingkat awareness CBP kelompok yang mengetahui mencapai 76,53% dan untuk kelompok yang belum mengetahui sebesar 66,99%. Kemudian pada Semester-II 2022, tingkat awareness CBP kelompok yang mengetahui Gerakan CBP mencapai 80,71%% dan untuk kelompok yang belum mengetahui sebesar 71,83%. Pola ini juga konsisten jika dilihat per dimensi, dimana Awareness Cinta, Bangga, dan Paham dari masyarakat yang mengetahui Gerakan CBP Rupiah ditemui lebih tinggi dibandingkan dengan mereka yang belum mengetahui Gerakan CBP Rupiah.

Rekomendasi

Berdasarkan hasil analisis dan temuan survei tahap pertama (Semester-I 2022) dan survei tahap kedua (Semester-II 2022), kajian ini menghasilkan beberapa rekomendasi yang dapat digunakan untuk membantu perumusan strategi untuk memperkuat program edukasi atau sosialisasi CBP Rupiah ke depan:

1. Selama Tahun 2022, kelompok pemuda mampu menempati posisi dengan rata-rata skor Awareness CBP Rupiah tertinggi dan bahkan masuk kategori baik. Hasil ini tidak hanya ditemui pada kasus awareness CBP secara agregat, namun juga menurut dimensinya dimana kelompok pemuda konsisten menempati urutan teratas. Fakta ini dapat dipahami karena pemuda merupakan kelompok masyarakat yang umumnya memiliki pendidikan relatif baik. Sehingga hal ini sedikit banyak memperkuat pengetahuan dan pengalamannya tentang Rupiah, sehingga kelompok pemuda cenderung lebih mudah menerima dan memahami aspek-aspek pada CBP Rupiah.
1. Sebaliknya, kelompok anak usia sekolah menempati posisi rata-rata skor awareness terendah pada periode yang sama. Hal ini menandakan pengalaman dan pengetahuan anak usia sekolah terhadap CBP Rupiah masih relatif terbatas. Fakta ini mengindikasikan bahwa sosialisasi dan edukasi CBP Rupiah pada kelompok anak usia sekolah masih perlu menjadi perhatian dan prioritas utama. Hasil kajian ini juga menyarankan bahwa sasaran terhadap anak usia sekolah dapat difokuskan pada kelompok anak usia 10-12 tahun (SD sederajat) dan 13-15 tahun (SMP Sederajat). Hal ini karena skor awareness pada rentang usia anak tersebut menempati posisi terendah. Selain anak usia sekolah, sosialisasi dan edukasi CBP juga dapat berfokus pada kelompok ibu rumah tangga. Hal ini karena meski memiliki skor lebih tinggi dari kelompok anak usia sekolah, Indeks Awareness CBP kelompok ibu rumah tangga masih berada pada kategori cukup. Artinya masih terdapat ruang untuk meningkatkan pemahaman kelompok ibu rumah tangga ke tingkat yang lebih baik.
2. Program-program sosialisasi dan edukasi CBP Rupiah pasca survei Semester-I 2022 dapat dipertimbangkan untuk dipertahankan, bahkan dalam batas tertentu perlu diperkuat dan diperluas cakupannya. Hal ini karena program tersebut diduga cukup efektif dalam memperluas pengetahuan masyarakat terhadap eksistensi Gerakan CBP Rupiah. Pada survei tahap kedua tercatat sebanyak 58,8% responden telah mengetahui Gerakan CBP Rupiah. Angka ini meningkat signifikan dari survei tahap pertama yang hanya tercatat sebanyak 13,3%. Tidak hanya dari sisi cakupan, penguatan program juga dapat dilakukan dari sisi kualitas instrumen (media) sosialisasi dan bentuk (atau cara) penyampaiannya kepada masyarakat. Pada survei tahap kedua, ditemui bahwa responden yang mengetahui Gerakan CBP Rupiah tidak hanya proporsinya saja yang

meningkat, namun kualitas pemahamannya juga mengalami peningkatan. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengukuran evaluasi dampak program, dimana pada Semester-II 2022 tingkat perbedaan awareness antara kelompok responden yang mengetahui dan kelompok yang belum mengetahui Gerakan CBP rupiah ditemui lebih tinggi dibandingkan pada Semester-I 2022. Perluasan cakupan ini penting, karena kajian ini juga menemukan fakta bahwa responden yang telah mengetahui Gerakan CBP Rupiah memiliki indeks Awareness CBP Rupiah (baik secara agregat maupun per dimensinya) yang lebih tinggi dibandingkan dengan responden yang belum mengetahui Gerakan CBP Rupiah. Hasil ini secara implisit menjelaskan bahwa edukasi dan sosialisasi CBP Rupiah yang telah berjalan, dalam batas tertentu, berperan dalam mendorong peningkatan pemahaman masyarakat terhadap CBP Rupiah.

3. Beberapa media yang dapat dipertimbangkan dalam sosialisasi dan edukasi CBP Rupiah adalah media elektronik, penyampaian langsung oleh narasumber, media online, media sosial dan media outdoor. Pada survei Semester-I dan Semester-II 2022, media-media tersebut secara keseluruhan berkontribusi signifikan dalam memberikan informasi masyarakat tentang Gerakan CBP Rupiah yang telah berjalan.
4. Meski pada Semester-II 2022 Indeks Awareness CBP Rupiah telah mencapai kategori baik (76,76%), namun secara rata-rata skor pada Tahun 2022 tercatat sebesar 72,47% atau masih berada pada kategori cukup baik. Dengan demikian, upaya-upaya penguatan masih perlu dilakukan dengan memperhatikan setiap dimensi dan subdimensinya. Aspek yang perlu menjadi perhatian utama adalah upaya untuk meningkatkan awareness masyarakat terkait Merawat Rupiah, yang pada Semester-II 2022 ditemui paling rendah atau masuk kategori kurang. Begitu juga dengan aspek Bertransaksi dan Berhemat yang masih memiliki peluang untuk ditingkatkan, karena masih berada pada kategori cukup.
5. Survei Semester-I dan Semester-II 2022 secara khusus juga berfokus untuk menganalisis perbedaan awareness CBP Rupiah dari 3 (tiga) kelompok yang memiliki karakteristik berbeda, yakni ibu rumah tangga, anak usia sekolah, dan pemuda. Dengan berfokus pada hal tersebut diharapkan akan memberikan gambaran yang lebih rinci dan komprehensif terkait Awareness masyarakat terhadap CBP Rupiah dan upaya-upaya penguatannya ke depan. Berdasarkan hasil survei Semester-I dan Semester-II 2022, dapat dipertimbangkan beberapa kondisi yang diharapkan dapat meningkatkan efektifitas edukasi dan kampanye CBP Rupiah berdasarkan kelompok responden tersebut:
 - a. Bagi kelompok ibu rumah tangga, program edukasi dan sosialisasi ke depan dapat mempertimbangkan lokasi kampanye (offline) di Lingkungan Perumahan dan Balai RW/Desa. Hal ini karena kedua lokasi tersebut berkontribusi signifikan sebagai lokasi kampanye yang paling disukai oleh kelompok ibu rumah tangga, baik pada Semester-I maupun Semester-II 2022. Sementara media kampanye yang dapat dipertimbangkan untuk kelompok ibu rumah tangga adalah iklan layanan masyarakat di televisi nasional, program atau acara di televisi, dan membuat konten kreatif di media sosial seperti Youtube, Instagram, Facebook, Twitter atau sejenisnya. Bentuk kampanye tersebut merupakan pilihan teratas kelompok ibu rumah tangga pada Semester-I dan Semester-II 2022.

- b. Bagi kelompok anak usia sekolah, program edukasi dan sosialisasi ke depan dapat memfokuskan lokasi kampanye (offline) di sekolah dan lingkungan perumahan. Hal ini karena kedua lokasi tersebut berkontribusi dominan sebagai lokasi kampanye yang paling disukai oleh kelompok anak usia sekolah pada Semester-I dan Semester-II 2022. Sementara media kampanye yang dapat dipertimbangkan untuk kelompok anak usia sekolah adalah membuat konten kreatif di media sosial, Iklan di Televisi, program atau acara khusus di televisi, dan video pendek. Media-media tersebut berkontribusi signifikan sebagai media kampanye yang disukai oleh anak usia sekolah.
- c. Bagi kelompok pemuda, program edukasi dan sosialisasi ke depan dapat memilih lokasi kampanye (offline) di lingkungan perumahan dan Balai RW/Desa. Hal ini karena lokasi tersebut konsisten dipilih secara dominan pada Semester-I dan Semester-II 2022. Sementara bentuk atau cara kampanye yang dapat dipertimbangkan untuk kelompok ini adalah melalui konten kreatif di media sosial, iklan di TV dan program/acara di TV. Ketiga bentuk atau cara kampanye tersebut merupakan pilihan dominan dari kelompok responden pemuda baik pada Semester-I maupun Semester-II 2022.