

The Role Of LPS Socialization Strategy Through Deposit Surveys In Increasing Confidence In The Deposits Guarantee Program

Peran Strategi Sosialisasi LPS Melalui Survei Deposan Dalam Meningkatkan Kepercayaan Terhadap Program Penjaminan Simpanan

Suswati Nasution ¹⁾; Eska Prima MD ²⁾; Wagini ³⁾ Siti Wardah Pratidina Nasution ⁴⁾

^{1,2,3)} *Department of Management, Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu*

⁴⁾ *Department of Management, Faculty of Economic Universitas AIWashliyah Medan.*

Email: ¹⁾ suswatinasution@unived.ac.id ; ²⁾ ds.monique@gmail.com

³⁾ wagini@unived.ac.id ; ⁴⁾ pratidina.bachrain@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received [08 Juni 2025]

Revised [10 Juli 2025]

Accepted [11 Juli 2025]

KEYWORDS

Deposit Insurance Corporation (LPS), Outreach Strategy, Depositor Survey, Public Trust, Financial Literacy.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran strategi sosialisasi yang dijalankan oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) melalui pelaksanaan survei terhadap deposan, serta dampaknya terhadap tingkat kepercayaan masyarakat terhadap program penjaminan simpanan. Meskipun survei umumnya diposisikan sebagai instrumen penelitian, dalam konteks ini survei justru berfungsi ganda sebagai sarana edukasi publik dan media diseminasi informasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan analisis tematik, serta mengacu pada model analisis Miles dan Huberman (1994), yang meliputi tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data diperoleh dari hasil survei terhadap 30 responden deposan yang mencerminkan beragam karakteristik demografis dan tingkat literasi keuangan. Temuan menunjukkan bahwa partisipasi dalam survei secara tidak langsung meningkatkan kesadaran dan pemahaman responden mengenai keberadaan dan fungsi LPS. Beberapa responden mengaku baru mengetahui tentang program penjaminan simpanan setelah mengikuti survei, yang mengindikasikan bahwa survei dapat berfungsi sebagai alat sosialisasi yang efektif, terutama bila dikemas secara komunikatif dan interaktif. Selain itu, mayoritas responden menunjukkan tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap lembaga keuangan, termasuk LPS, meskipun pemahaman awal mereka terhadap program penjaminan relatif rendah. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi sosialisasi melalui survei memiliki potensi besar sebagai pendekatan non-tradisional dalam membangun kepercayaan publik terhadap institusi keuangan. Oleh karena itu, survei tidak hanya perlu diposisikan sebagai alat pengumpulan data, tetapi juga sebagai media komunikasi strategis dalam kerangka manajemen hubungan lembaga dengan masyarakat. LPS disarankan untuk terus mengembangkan format survei yang mampu mendorong partisipasi aktif, edukasi simultan, dan peningkatan literasi keuangan publik secara berkelanjutan.

ABSTRACT

This study aims to examine the role of the public outreach strategy implemented by the Indonesia Deposit Insurance Corporation (LPS) through depositor surveys, and its impact on public trust in the deposit insurance program. Although surveys are typically positioned as research instruments, in this context they also serve as tools for public education and information dissemination. This research employs a qualitative descriptive approach using thematic analysis, based on the model proposed by Miles and Huberman (1994), which includes data reduction, data display, and conclusion drawing. The data were obtained from surveys involving 30 depositors with diverse demographic backgrounds and levels of financial literacy. The findings indicate that participation in the survey indirectly enhanced respondents' awareness and understanding of the existence and functions of LPS. Several respondents admitted that they became aware of the deposit insurance program only after taking part in the survey, suggesting that surveys can be an effective outreach tool when designed to be communicative and interactive. In addition, most respondents expressed high levels of trust in financial institutions, including LPS, despite their initially limited understanding of the program. This study concludes that survey-based outreach strategies hold significant potential as non-traditional methods to build public trust in financial institutions. Therefore, surveys should not be viewed merely as data collection tools, but also as strategic communication media within the broader framework of institutional public engagement. LPS is encouraged to further develop survey formats that promote active participation, simultaneous education, and sustainable improvements in public financial literacy.

PENDAHULUAN

Stabilitas sistem perbankan nasional tidak hanya bergantung pada kekuatan regulasi dan pengawasan, tetapi juga pada tingkat kepercayaan masyarakat sebagai deposan terhadap lembaga keuangan dan institusi penjamin seperti Lembaga Penjamin Simpanan (LPS). LPS dibentuk berdasarkan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2004 tentang Lembaga Penjamin Simpanan, dengan mandat utama

untuk melindungi simpanan nasabah serta menjaga stabilitas sistem keuangan. Dalam pelaksanaan mandat tersebut, keterbukaan informasi dan edukasi publik menjadi elemen penting dalam membangun kepercayaan masyarakat terhadap mekanisme penjaminan simpanan.

Masyarakat sebagai deposan membutuhkan informasi yang akurat, mudah dipahami, dan disampaikan melalui saluran yang relevan, agar dapat memahami fungsi, batas penjaminan, serta prosedur klaim yang dijalankan oleh LPS. Namun demikian, rendahnya tingkat literasi keuangan di masyarakat masih menjadi tantangan dalam menyampaikan informasi kebijakan secara efektif. Oleh karena itu, strategi sosialisasi menjadi bagian penting dari upaya LPS dalam membangun pemahaman publik dan meningkatkan kepercayaan terhadap institusi penjamin simpanan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran strategi sosialisasi LPS yang dijalankan melalui penyebaran survei kepada masyarakat sebagai bentuk pendekatan komunikasi partisipatif. Survei ini tidak hanya berfungsi sebagai alat pengumpulan data, tetapi juga sebagai media sosialisasi yang secara tidak langsung memperkenalkan keberadaan dan fungsi LPS kepada deposan. Melalui pendekatan deskriptif kualitatif, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam merumuskan strategi sosialisasi lembaga keuangan yang lebih adaptif, partisipatif, dan berdampak terhadap peningkatan kepercayaan publik.

LANDASAN TEORI

Dalam konteks komunikasi kelembagaan, Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) memerlukan strategi sosialisasi yang terstruktur dan adaptif guna menyampaikan informasi penting kepada masyarakat, khususnya kepada para deposan bank. Sosialisasi ini merupakan bagian dari strategi komunikasi publik, yang tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga edukatif dan partisipatif. Komunikasi publik sendiri didefinisikan sebagai proses penyampaian pesan oleh suatu institusi kepada khalayak luas, dengan tujuan membentuk opini, pemahaman, dan sikap publik (Effendy, 2003). Komunikasi yang efektif tidak cukup jika hanya satu arah, melainkan harus bersifat dua arah dan melibatkan dialog timbal balik antara lembaga dan masyarakat sebagai audiens. Hal ini sejalan dengan model komunikasi dua arah simetris yang dikemukakan oleh Grunig dan Hunt (1984), di mana komunikasi ideal melibatkan umpan balik dan kesetaraan dalam hubungan antara pengirim dan penerima pesan.

Salah satu bentuk pendekatan partisipatif dalam komunikasi publik adalah melalui survei masyarakat. Dalam konteks ini, survei tidak hanya berfungsi sebagai alat pengumpulan data, melainkan juga sebagai media sosialisasi institusional. Ketika dirancang dengan pendekatan interaktif, survei dapat menjadi bagian dari strategi stakeholder engagement (Mefalopulos, 2008), yaitu upaya membangun keterlibatan dan pemahaman masyarakat terhadap isu-isu kebijakan. Dalam hal ini LPS, pelaksanaan survei terhadap deposan dapat menjadi media untuk memperkenalkan keberadaan, fungsi, dan mekanisme program penjaminan simpanan. Dengan demikian, strategi sosialisasi melalui survei memiliki potensi ganda: menghasilkan data empirik sekaligus meningkatkan literasi publik secara langsung.

Kepercayaan masyarakat terhadap lembaga publik seperti LPS juga sangat dipengaruhi oleh kualitas informasi yang disampaikan, serta persepsi masyarakat terhadap integritas dan kapabilitas institusi. Menurut Teori Kepercayaan yang dikembangkan oleh Mayer, Davis, dan Schoorman (1995), kepercayaan dibangun atas dasar tiga elemen utama, yaitu kompetensi (*competence*), integritas (*integrity*), dan niat baik (*benevolence*). Dalam hal ini, LPS dituntut untuk menunjukkan profesionalisme dan transparansi dalam melaksanakan tugasnya, serta memastikan bahwa informasi yang diberikan dapat diakses, dipahami, dan dipercaya oleh publik. Komunikasi yang konsisten, terbuka, dan responsif akan menjadi pondasi penting dalam membangun persepsi positif serta meningkatkan kepercayaan deposan terhadap lembaga.

Selain faktor kelembagaan, literasi keuangan masyarakat juga berperan penting dalam efektivitas penyampaian informasi. Lusardi dan Mitchell (2007) menjelaskan bahwa literasi keuangan adalah kemampuan individu untuk memahami dan menggunakan konsep-konsep keuangan dasar, seperti pengelolaan uang, risiko, dan sistem penjaminan. Rendahnya literasi keuangan dapat menyebabkan miskonsepsi terhadap fungsi lembaga seperti LPS. Oleh karena itu, strategi sosialisasi tidak hanya perlu fokus pada penyampaian informasi, tetapi juga harus mencakup aspek edukatif yang dapat meningkatkan pemahaman masyarakat secara berkelanjutan.

Secara kelembagaan, LPS dibentuk berdasarkan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2004 dengan mandat utama untuk menjamin simpanan nasabah dan menjaga stabilitas sistem perbankan nasional. Sebagai lembaga publik, LPS memiliki kewajiban untuk menerapkan prinsip-prinsip *good governance*, terutama keterbukaan (*transparency*) dan akuntabilitas (*accountability*), dalam menyampaikan informasi kepada publik. Informasi yang disampaikan harus mencakup batas penjaminan simpanan, prosedur klaim, serta hak dan kewajiban nasabah secara jelas dan bertanggung jawab. Lebih lanjut, keberhasilan

sosialisasi LPS juga dipengaruhi oleh bagaimana lembaga tersebut mengelola isu dan media. Berdasarkan Teori Agenda-Setting yang dikemukakan oleh McCombs dan Shaw (1972), media dan institusi memiliki kekuatan dalam membentuk persepsi publik melalui penekanan terhadap isu-isu tertentu. Dalam konteks ini, kemampuan LPS dalam mengelola saluran informasi baik melalui media massa, media sosial, maupun survei publik akan sangat menentukan persepsi masyarakat terhadap kredibilitas lembaga dan efektivitas penjaminan simpanan. Dengan merujuk pada kerangka teori-teori di atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana strategi sosialisasi yang dijalankan oleh LPS melalui pelaksanaan survei kepada deposan mampu membangun kepercayaan publik dan meningkatkan pemahaman terhadap program penjaminan simpanan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis strategi sosialisasi Lembaga Penjamin Simpanan (LPS), khususnya melalui pelaksanaan survei kepada masyarakat, serta dampaknya terhadap tingkat pemahaman dan kepercayaan deposan terhadap program penjaminan simpanan. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memahami makna, persepsi, dan pengalaman individu secara mendalam dalam konteks sosial yang lebih luas.

Meskipun menggunakan pendekatan kualitatif, pengumpulan data dilakukan dengan memanfaatkan instrumen kuesioner terbuka yang disusun untuk memunculkan jawaban yang bersifat naratif dan interpretatif. Responden dalam penelitian ini berjumlah 30 orang yang dipilih secara purposive sampling, yaitu masyarakat Kota Bengkulu yang memiliki pekerjaan, penghasilan atau gaji serta memiliki simpanan di bank, baik bank umum konvensional maupun bank syariah. Pemilihan responden mempertimbangkan keberagaman usia, tingkat pendidikan, dan latar belakang sosial ekonomi, agar data yang diperoleh mencerminkan variasi pandangan deposan.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dua metode utama, yaitu studi dokumentasi dan penyebaran kuesioner terbuka. Studi dokumentasi digunakan untuk menelaah sumber-sumber sekunder seperti laporan tahunan LPS, publikasi resmi, serta literatur ilmiah yang relevan. Sementara itu, kuesioner digunakan untuk menggali persepsi langsung dari responden mengenai pemahaman mereka terhadap peran dan fungsi LPS, tingkat kepercayaan terhadap sistem penjaminan simpanan, serta media informasi yang mereka akses.

Data dianalisis secara deskriptif tematik, dengan mengelompokkan jawaban responden berdasarkan tema-tema utama yang muncul, seperti: (1) tingkat pengetahuan tentang LPS, (2) sumber informasi yang diakses, (3) persepsi terhadap transparansi lembaga, dan (4) tingkat kepercayaan terhadap program penjaminan simpanan. Proses analisis data mengikuti model Miles dan Huberman (1994) yang meliputi tiga tahap: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

Untuk memastikan validitas temuan, dilakukan triangulasi data, yaitu dengan membandingkan hasil survei kualitatif dengan data dokumentasi dan publikasi resmi lembaga. Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih utuh mengenai efektivitas strategi sosialisasi LPS melalui survei deposan dalam membangun kepercayaan masyarakat terhadap sistem penjaminan simpanan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil survei terhadap 30 responden yang ada di kota Bengkulu, mayoritas responden (90%) telah mengetahui bahwa simpanan mereka di bank, seperti giro, tabungan, dan deposito, dijamin oleh suatu lembaga. Namun demikian, hanya 58% yang secara eksplisit menyebut Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) sebagai institusi penjamin, sementara sisanya menyebut lembaga lain seperti Bank Indonesia (BI), Kementerian Keuangan (Kemenkeu), dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat kekeliruan pemahaman masyarakat terhadap lembaga yang bertanggung jawab atas penjaminan simpanan.

Tingkat kepercayaan responden terhadap program penjaminan simpanan yang diselenggarakan oleh LPS cukup tinggi, dengan rata-rata nilai 7,89 dari skala 1–10. Ini mencerminkan persepsi positif masyarakat terhadap kredibilitas LPS sebagai lembaga penjamin simpanan, meskipun sebagian responden masih belum mengenal LPS secara utuh.

Adapun beberapa alasan utama mengapa sebagian responden tidak atau kurang mengetahui program LPS meliputi: tidak mengikuti berita ekonomi dan keuangan (45%), tidak pernah melihat iklan tentang LPS (13%), serta tidak pernah membaca berita mengenai LPS (13%). Hal ini menunjukkan

perlu peningkatan strategi komunikasi publik yang lebih intensif dan menjangkau berbagai segmen masyarakat, termasuk mereka yang tidak aktif mengakses media informasi formal.

Terkait media informasi yang digunakan, responden umumnya memperoleh informasi ekonomi, bisnis, dan keuangan dari berbagai sumber, dengan Instagram, televisi, dan WhatsApp menjadi tiga besar platform yang paling banyak disebut. Ini menunjukkan bahwa media sosial dan saluran digital menjadi sarana strategis yang dapat dioptimalkan oleh LPS dalam menyampaikan pesan-pesan edukatif kepada masyarakat.

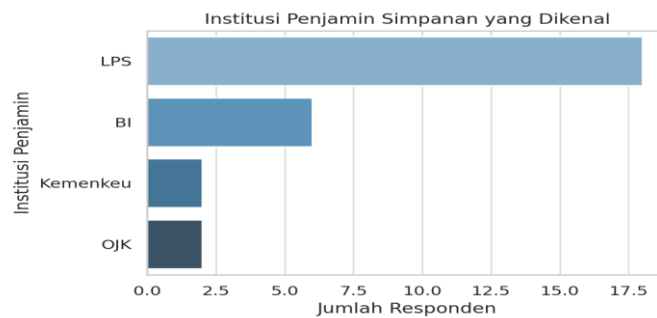
Secara keseluruhan, hasil survei menunjukkan bahwa strategi sosialisasi melalui survei memberikan peluang tidak hanya sebagai alat evaluatif, tetapi juga sebagai media edukatif. Survei ini dapat memperkenalkan lembaga, memperjelas fungsi, dan mendorong partisipasi publik. Pendekatan ini sejalan dengan gagasan Mefalopoulos (2008) mengenai strategi komunikasi partisipatif sebagai cara untuk memperkuat hubungan antara lembaga dan masyarakat.

Dengan meningkatkan intensitas sosialisasi berbasis survei atau media digital, LPS memiliki peluang besar untuk memperkuat kepercayaan deposan melalui komunikasi yang informatif, dialogis, dan membunji. Hasil survei dapat dilihat dari tabel dan grafik sebagai berikut:

Hasil Survei Pemahaman dan Kepercayaan terhadap LPS

Tabel 1. Institusi Penjamin Simpanan yang Dikenal oleh Responden

Institusi Penjamin	Jumlah Responden
LPS	18
BI	6
Kemenkeu	2
OJK	2
Lain-lain	2



Gambar 1

Tabel 2. Alasan Responden Tidak atau Kurang Mengetahui Program Penjaminan Simpanan oleh LPS

Alasan	Jumlah Responden
Saya tidak mengikuti berita-berita seputar ekonomi, bisnis, dan keuangan	14
Saya tidak pernah melihat iklan mengenai LPS	4
Saya tidak pernah pernah membaca berita tentang LPS	4
Saya tidak pernah pernah membaca berita tentang LPS, Saya tidak mengikuti berita-berita seputar ekonomi, bisnis, dan keuangan	6
Lain-lain (sebutkan), Sy mengetahui	2

Sumber : Data Diolah Tahun 2025

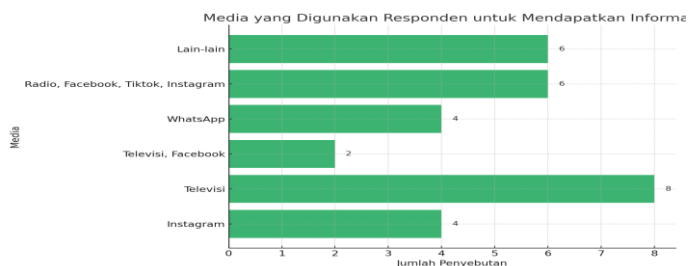


Gambar 2

Tabel 3. Media yang Digunakan Responden untuk Mendapatkan Informasi Ekonomi Bisnis, dan Keuangan

Media	Jumlah Penyebutan
Instagram	4
Televisi	8
Televisi, Facebook	2
WhatsApp	4
Radio, Facebook, Tiktok, Instagram	6
Lain-lain	6

Sumber : Data Diolah Tahun 2025



Gambar 3



Gambar 4 Rata-Rata Tingkat Kepercayaan terhadap Program Penjaminan Simpanan oleh LPS

Hasil survei ini menunjukkan bahwa meskipun sebagian besar responden telah mengetahui adanya program penjaminan simpanan, pemahaman yang komprehensif mengenai peran dan fungsi LPS masih terbatas. Temuan ini diperkuat oleh beragam jawaban responden yang mengindikasikan bahwa informasi mengenai LPS belum sepenuhnya menjangkau seluruh lapisan masyarakat secara merata.

Oleh karena itu, terdapat harapan yang kuat dari masyarakat agar LPS meningkatkan intensitas dan jangkauan sosialisasi, khususnya melalui media yang mudah diakses dan relevan dengan kebiasaan konsumsi informasi masyarakat. Hal ini penting untuk memastikan bahwa setiap individu, tanpa memandang latar belakang atau tingkat literasi keuangan, memiliki pemahaman yang memadai tentang perlindungan simpanan yang dijamin oleh negara melalui LPS.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil survei terhadap 30 responden, dapat disimpulkan bahwa tingkat pemahaman masyarakat terhadap keberadaan dan fungsi Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) masih perlu ditingkatkan. Meskipun sebagian besar responden telah mengetahui bahwa simpanan di bank dijamin, hanya sekitar setengahnya yang secara tepat mengenal LPS sebagai lembaga penjamin. Tingkat kepercayaan terhadap program penjaminan simpanan oleh LPS tergolong tinggi, dengan rata-rata nilai 7,89 dari skala 1–10, yang mencerminkan persepsi positif terhadap keberadaan lembaga ini. Namun demikian, keterbatasan akses terhadap informasi dan rendahnya literasi keuangan menjadi faktor utama yang menyebabkan sebagian masyarakat belum sepenuhnya memahami program tersebut. Media sosial, televisi, dan platform digital lainnya menjadi saluran utama masyarakat dalam memperoleh informasi, namun belum semua dimanfaatkan secara optimal dalam penyebaran informasi oleh LPS.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, disarankan agar LPS:

1. Mengoptimalkan peran survei sebagai media sosialisasi, dengan merancang instrumen yang informatif, mudah dipahami, dan mendorong partisipasi publik. Survei yang interaktif dapat membantu meningkatkan literasi keuangan masyarakat sekaligus menjadi sarana penguatan identitas institusional LPS.
2. Mengembangkan strategi komunikasi yang bersifat dua arah, sebagaimana dikemukakan oleh Grunig dan Hunt (1984), melalui forum dialog, penyuluhan berbasis komunitas, serta mekanisme umpan balik yang melibatkan masyarakat sebagai mitra informasi, bukan hanya objek sosialisasi.
3. Memperluas saluran penyebaran informasi, khususnya melalui platform yang sering digunakan oleh masyarakat seperti Instagram, WhatsApp, TikTok, dan televisi lokal. Dengan pendekatan multikanal ini, pesan tentang fungsi dan manfaat program penjaminan simpanan dapat lebih luas menjangkau berbagai segmen deposan.
4. Berkoordinasi dengan bank, institusi pendidikan, dan media lokal untuk memperkuat jaringan edukasi keuangan, baik dalam bentuk kampanye bersama, kolaborasi literasi, maupun integrasi materi penjaminan simpanan dalam kegiatan komunitas.
5. Meningkatkan kualitas konten edukatif yang tidak hanya informatif tetapi juga menarik secara visual dan relevan dengan kebutuhan masyarakat. Infografik, video pendek, dan konten berbasis kisah (storytelling) dapat meningkatkan efektivitas pesan dan retensi informasi.

Dengan strategi yang lebih inklusif dan berbasis pada karakteristik masyarakat, LPS berpotensi memperkuat kepercayaan publik dan memastikan fungsi penjaminan simpanan berjalan secara efektif dalam menjaga stabilitas sistem keuangan nasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Effendy, O. U. (2006). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing Public Relations*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Lembaga Penjamin Simpanan. (2023). *Tugas dan Fungsi LPS*. Diakses dari <https://www.lps.go.id/tentang-lps/tugas-fungsi>
- Lembaga Penjamin Simpanan. (2023). *Laporan Tahunan LPS 2022*. Diakses dari <https://www.lps.go.id>
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2007). Financial Literacy and Retirement Preparedness: Evidence and Implications for Financial Education. *Business Economics*, 42(1), 35–44.
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An Integrative Model of Organizational Trust. *Academy of Management Review*, 20(3), 709–734.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187.
- Mefalopulos, P. (2008). *Development Communication Sourcebook: Broadening the Boundaries of Communication*. Washington, DC: World Bank.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Literasi dan Inklusi Keuangan Nasional 2022*. Jakarta: OJK. Diakses dari <https://www.ojk.go.id>.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2004 tentang Lembaga Penjamin Simpanan.
- 318** | Suswati Nasution, Eska Prima MD, Wagini, Siti Wardah Pratidina Nasution; *The Role Of LPS Socialization Strategy...*