



Strategi Pemasaran Inklusif untuk Meningkatkan Partisipasi Dana Pensiun Pekerja Sektor Informal di Indonesia: Analisis Hambatan, Segmentasi Pasar, dan Rekomendasi Implementasi

Syarifudin Yunus^{1*}, Farid Nabil Elsyarif²

¹⁻²Universitas Indraprasta PGRI, Indonesia

*Penulis Korespondensi: syarif.yunus@gmail.com

Abstract. *This study on inclusive marketing strategies to increase participation in pension funds among informal sector workers in Indonesia was conducted using a descriptive method with a mixed-methods approach, with a sample of 100 informal workers in the Greater Jakarta area. The study concluded that barriers to pension fund/DPLK participation among informal sector workers include: the perception that pension funds are illiquid (difficult to withdraw) at 28%, lack of education at 22%, the fact that participation is not mandatory or a lack of awareness at 19%, the lack of digital access at 13%, the perception that the system is absurd at 13%, and the perception that it is only for office workers at 5%. A transformation of the pension fund/DPLK marketing strategy is needed, shifting from a product-oriented approach to a participant-centered one. Segmentation of informal workers to increase pension fund participation can be divided into 1) traditional informal groups (lower tier), such as day laborers, street vendors, domestic workers, small-scale merchants, and micro-scale ride-hailing drivers; and 2) modern informal groups (upper tier), such as contractors, content creators, artists, consultants, and gig economy workers with medium to large-scale economic activities. Concrete recommendations to increase DPLK participation among informal workers involve shifting the DPLK approach from a conventional model to an inclusive-digital model, with a focus on 1) prioritizing community-based financial literacy, 2) flexibility, and 3) inclusivity through pension digitization.*

Keywords: *Barriers; Informal Workers; Marketing Strategy; Pension Funds; Segmentation.*

Abstrak. Penelitian strategi pemasaran inklusif untuk meningkatkan partisipasi dana pensiun pekerja sektor informal di Indonesia dilakukan dengan metode deskriptif melalui pendekatan *mixed methods*, dengan sampel 100 pekerja informal di Jabodetabek. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa terdapat hambatan partisipasi dana pensiun/DPLK pekerja informal meliputi: persepsi dana pensiun tidak likuid (sulit dicairkan) 28%, kurangnya edukasi 22%, sifatnya tidak wajib/tidak tahu 19%, tidak digital 13%, absurd 13%, dan persepsi hanya untuk pegawai kantoran 5%. Diperlukan transformasi strategi pemasaran dana pensiun/DPLK dari pendekatan berbasis produk (*product-oriented*) menjadi berbasis peserta (*participant-centered*). Segmentasi pekerja informal untuk meningkatkan partisipasi dana pensiun dapat dibedakan menjadi 1) kelompok informal tradisional (bawah) seperti buruh harian, pedagang kaki lima (PKL), asisten rumah tangga (ART), pedagang kecil, driver ojol yang berskala mikro dan 2) kelompok informal modern (atas) seperti kontraktor, *content creator*, artis, konsultan, pekerja *gig economy* dengan skala ekonomi menengah ke besar. Rekomendasi konkret untuk meningkatkan partisipasi DPLK bagi pekerja informal dilakukan dengan menggeser pendekatan DPLK dari model konvensional menuju model yang inklusif-digital dengan fokus 1) memprioritaskan literasi berbasis komunitas, 2) fleksibilitas, dan 3) bersifat inklusif dengan digitalisasi pensiun.

Kata kunci: Dana Pensiun; Hambatan; Pekerja Informal; Segmentasi; Strategi Pemasaran.

1. LATAR BELAKANG

Perencanaan dana pensiun merupakan salah satu aspek penting dalam menjaga kesejahteraan masyarakat pada masa tidak lagi produktif. Namun, tingkat kepesertaan program dana pensiun di Indonesia masih relatif rendah, terutama di kalangan pekerja sektor informal yang jumlahnya mendominasi struktur ketenagakerjaan nasional. Berbeda dengan pekerja formal yang umumnya memperoleh fasilitas program pensiun dari pemberi kerja, pekerja informal seperti pelaku UMKM, pedagang, petani, nelayan, pekerja lepas (*freelancer*), hingga

pengemudi transportasi daring harus mempersiapkan dana pensiun secara mandiri. Kondisi tersebut menyebabkan sebagian besar pekerja informal belum memiliki perlindungan pendapatan di hari tua dan berpotensi menghadapi risiko penurunan kesejahteraan setelah memasuki usia pensiun.

Rendahnya partisipasi pekerja sektor informal dalam program dana pensiun tidak hanya dipengaruhi oleh keterbatasan kemampuan ekonomi, tetapi juga oleh berbagai faktor perilaku dan kelembagaan. Pendapatan yang tidak menentu membuat pekerja informal lebih mengutamakan pemenuhan kebutuhan jangka pendek dibandingkan menyisihkan dana untuk masa depan. Selain itu, rendahnya literasi keuangan, minimnya pemahaman mengenai manfaat dana pensiun, persepsi bahwa dana pensiun hanya diperuntukkan bagi pegawai tetap, serta terbatasnya akses terhadap layanan yang mudah dan fleksibel menjadi hambatan utama dalam meningkatkan kepesertaan. Di sisi lain, strategi pemasaran yang diterapkan oleh pengelola dana pensiun masih cenderung berfokus pada segmen pekerja formal sehingga potensi pasar sektor informal belum tergarap secara optimal.

Keikutsertaan dana pensiun sukarela mencapai 5,33 juta peserta (April 2025). Jumlah tersebut masih jauh dibanding total angkatan kerja di Indonesia yang mencapai 147,91 juta orang, termasuk pekerja sektor informal yang mencapai 90-an juta pekerja atau 60% dari total angkatan kerja. Data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat pekerja yang terdaftar sebagai peserta dana pensiun sukarela hanya 2,7% dari total angkatan kerja di Indonesia (Desember 2024). Angka tersebut menunjukkan bahwa penetrasi program dana pensiun di Indonesia masih sangat kecil. Bahkan patut diduga, sebagian besar pekerja baik di sektor formal maupun informal belum terfasilitasi secara optimal untuk menjadi peserta dana pensiun.

Perkembangan teknologi digital, perubahan perilaku konsumen, dan meningkatnya inklusi keuangan sebenarnya membuka peluang baru untuk memperluas kepesertaan dana pensiun di sektor informal. Berbagai inovasi seperti aplikasi digital, pembayaran iuran yang fleksibel, integrasi dengan platform keuangan digital, serta pemanfaatan media sosial dapat menjadi sarana efektif untuk menjangkau pekerja informal yang memiliki karakteristik beragam. Namun demikian, keberhasilan strategi tersebut sangat bergantung pada pemahaman yang komprehensif mengenai kebutuhan, preferensi, motivasi, dan hambatan masing-masing segmen pekerja informal. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan pemasaran yang inklusif, adaptif, dan berbasis data agar program dana pensiun dapat diterima oleh kelompok masyarakat yang selama ini belum terlayani secara optimal.

Pekerja sektor informal merupakan kelompok terbesar dalam struktur ketenagakerjaan Indonesia, namun justru menjadi kelompok yang paling sedikit memiliki perlindungan pensiun. OJK dalam Peta Jalan Pengembangan dan penguatan Dana Pensiun 2024-2028 mencatat bahwa kepemilikan program pensiun di sektor informal masih sangat rendah, sementara salah satu penyebab utama rendahnya partisipasi adalah minimnya pengetahuan masyarakat mengenai program pensiun. Di sisi lain, Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2025 menunjukkan bahwa literasi dana pensiun baru mencapai 27,79% dan tingkat inklusinya hanya 5,37%, sehingga terdapat kesenjangan besar antara potensi pasar dan jumlah peserta aktual. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa tantangan pengembangan dana pensiun seperti Dana Pensiun Lembaga Keuangan (DPLK) bukan semata-mata terletak pada produk, tetapi juga pada belum tersedianya strategi pemasaran yang mampu menjangkau karakteristik pekerja sektor informal yang memiliki pendapatan tidak tetap, pola kerja fleksibel, serta preferensi layanan digital. Oleh karena itu, diperlukan suatu strategi pemasaran inklusif yang didasarkan pada identifikasi hambatan ke peserta, segmentasi pasar yang akurat, serta rekomendasi implementasi yang dapat diterapkan oleh industri DPLK untuk memperluas partisipasi pekerja sektor informal secara berkelanjutan.

Rendahnya tingkat partisipasi pekerja sektor informal dalam program dana pensiun akibat belum optimalnya strategi pemasaran yang mampu menjangkau karakteristik, kebutuhan, dan hambatan segmen pekerja informal secara inklusif. Meskipun jumlah pekerja sektor informal merupakan mayoritas angkatan kerja di Indonesia, belum adanya identifikasi faktor-faktor yang menghambat pekerja informal mengikuti program dana pensiun, seperti keterbatasan pendapatan, rendahnya literasi keuangan, persepsi terhadap dana pensiun, kepercayaan terhadap lembaga keuangan, dan kemudahan akses layanan menjadi persoalan serius. Belum adanya segmentasi pasar yang jelas bagi pekerja sektor informal diduga menjadi sebab strategi pemasaran yang diterapkan oleh pengelola DPLK masih bersifat umum dan belum sesuai dengan karakteristik masing-masing kelompok pekerja. Harus diakui, saat ini belum ada strategi pemasaran inklusif yang efektif dalam meningkatkan kesadaran, minat, dan partisipasi pekerja sektor informal, baik melalui inovasi produk, pemanfaatan teknologi digital, kemitraan dengan komunitas, maupun strategi komunikasi yang tepat sasaran.

Kebaruan penelitian ini terletak pada beberapa aspek seperti orientasi dari penelitian deskriptif menjadi penelitian strategis untuk menghasilkan laporan strategi pemasaran inklusif yang bersifat implementatif bagi industri dana pensiun, di samping mengintegrasikan tiga analisis dalam satu kerangka penelitian, yaitu analisis hambatan ke peserta, segmentasi pasar pekerja sektor informal, dan penyusunan rekomendasi implementasi pemasaran. Penelitian

tidak hanya menjawab pertanyaan "mengapa pekerja sektor informal belum mengikuti DPLK?", tetapi juga "bagaimana strategi pemasaran yang paling efektif untuk meningkatkan kepesertaan pekerja sektor informal?". Luaran penelitian ini dapat menjadi laporan strategi pemasaran inklusif yang memiliki nilai praktis bagi DPLK, regulator, dan pemangku kepentingan dalam memperluas cakupan dana pensiun sukarela di Indonesia.

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini disusun untuk menghasilkan Laporan Strategi Pemasaran Inklusif untuk Meningkatkan Partisipasi Dana Pensiun Pekerja Sektor Informal di Indonesia melalui analisis terhadap hambatan kepesertaan, identifikasi segmentasi pasar, serta penyusunan rekomendasi implementasi yang aplikatif. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi acuan bagi pengelola Dana Pensiun Lembaga Keuangan (DPLK), pemerintah, regulator, dan pemangku kepentingan lainnya dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif, memperluas jangkauan layanan, serta meningkatkan inklusi dana pensiun di Indonesia. Peningkatan partisipasi pekerja sektor informal dalam program dana pensiun diharapkan mampu memperkuat ketahanan ekonomi masyarakat di hari tua sekaligus mendukung terwujudnya sistem perlindungan sosial yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

2. KAJIAN TEORETIS

Strategi Pemasaran

Di era digital saat ini, pemasaran tidak lagi hanya berkutat pada promosi produk, tetapi telah berkembang menjadi pendekatan strategis yang berorientasi pada kepuasan dan pengalaman pelanggan. Karenanya, strategi pemasaran patut mendapat perhatian serius. Kotler & Keller, (2016) menegaskan strategi pemasaran adalah "*a plan of action for developing, pricing, distributing, and promoting products that meet the needs of specific customers to achieve organizational objectives*". Strategi pemasaran adalah rencana tindakan yang terstruktur untuk menciptakan, menyampaikan, dan mempertukarkan penawaran yang bernilai bagi konsumen, dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan pasar dan mencapai tujuan bisnis perusahaan. Maka landasan utama strategi pemasaran modern membutuhkan segmentasi, targeting, dan positioning (STP) untuk membantu suatu produk dalam memahami, memilih, dan menjangkau pelanggan secara lebih tepat.

Strategi pemasaran berkaitan erat dengan merancang promosi dan menentukan pilihan saluran distribusi. Strategi pemasaran merupakan logika pemasaran yang dipegang unit bisnis untuk menciptakan nilai dan mencapai sasaran-sasaran pelangganya (Af'idah & Kurniawan, 2020). Oleh karena itu, strategi pemasaran mengacu pada tindakan-tindakan pemasaran yang

dapat mempengaruhi permintaan terhadap produk untuk memperoleh keuntungan dari hubungannya dengan pelanggan.

Strategi pemasaran memiliki peran penting karena berfungsi untuk menentukan nilai ekonomi suatu bisnis. Karena itu, strategi pemasaran merupakan upaya menawarkan atau memasarkan sebuah produk barang atau jasa, dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan mengalami peningkatan lebih tinggi (Astuti & Amanda, 2020). Produk yang diminati pelanggan sangat bergantung pada strategi pemasaran yang diterapkan dalam sebuah bisnis.

Pekerja Informal

Tenaga kerja yang bekerja tanpa kontrak resmi dan tidak terikat aturan ketenagakerjaan standar sering disebut sebagai pekerja informal. Contoh pekerja informal antara lain: pedagang kaki lima, asisten rumah tangga, buruh tani, usaha mikro, ojek online, pedagang, *freelancer*, atau supir. Rata-rata upah pekerja informal di Indonesia sebesar Rp 1,816 juta per bulan (BPS, 2019). Pekerja informal adalah jenis tenaga kerja yang didasarkan pada kriteria yang sama dengan tenaga kerja formal tetapi tidak diakui sebagai pegawai yang aktif pajak (Saparini & Basri, 2009).

Menurut ILO (2021), pekerja informal terikat pada tiga konsep aktivitas, yaitu: 1) sektor informal, mengacu pada hasil ekonomi dan lapangan pekerjaan pada suatu bisnis yang tidak terdaftar secara formal atau resmi, 2) lapangan kerja informal, mengacu pada pekerjaan yang tidak mengikuti aturan perlindungan pekerja pemerintah dari perusahaan formal, dan 3) ekonomi informal, seluruh bisnis, pekerja, dan kegiatan yang berlangsung di luar peraturan ketenagakerjaan yang berlaku. Hal ini berarti, pekerja informal bekerja di sektor yang tidak formal. Beberapa ciri pekerja informal adalah tidak memiliki kontrak kerja resmi, pendapatan tidak tetap, tidak mendapat perlindungan sosial, tidak terdaftar dalam sistem pajak atau administrasi pemerintah, dan fleksibilitas dalam pekerjaan (Adila, 2025). Oleh karena itu, pekerja informal lebih sering melakukan hubungan kerja berdasarkan pada kepercayaan atau kesepakatan lisan dan pendapatannya tidak stabil.

Pekerja informal memainkan peran penting dalam perekonomian, terutama sebagai penopang kehidupan masyarakat. Individu yang bekerja di sektor informal terbukti mampu menggerakkan ekonomi lokal, di samping menciptakan fleksibilitas ekonomi yang tergolong tinggi. Hutajulu et al. (2021) menyebutkan karakteristik pekerja informal masih menjadi salah satu variabel penentu jumlah pendapatan pekerja. Beberapa faktor ditemukan, seperti pekerja informal yang didominasi oleh pekerja laki-laki sebagai kepala keluarga, sudah menikah, dan memiliki pendidikan rendah atau setara SMA. Pekerja informal lebih banyak terdapat di daerah

perkotaan (kota) dibandingkan dengan desa (kabupaten). Pekerja informal merupakan tulang punggung tenaga kerja di Indonesia sebagai penyumbang lebih dari separuh lapangan kerja di Indonesia. Oleh karena itu, perlindungan jaminan sosial dan dana pensiun bagi pekerja informal sangat diperlukan. Selain mendapat perlindungan yang bersifat inklusif, pekerja informal semestinya memiliki dukungan akses keuangan yang memadai.

Dana Pensiun

Dana pensiun merupakan sarana untuk mempersiapkan masa pensiun yang rasa aman dan tenang di hari tua. Dana pensiun bertujuan untuk memenuhi kebutuhan finansial di hari tua ketika seseorang tidak lagi produktif bekerja. Menurut POJK No. 27/2023, dana pensiun adalah badan hukum yang mengelola dan menjalankan program yang menjanjikan manfaat pensiun. Selain untuk menjaga kemandirian finansial di masa pensiun, dana pensiun juga dapat menciptakan ketenangan di hari tua. Dengan adanya dana pensiun yang cukup, pekerja atau pensiunan tidak perlu bergantung secara keuangan pada anak atau kerabat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Cara pekerja untuk mendapatkan penghasilan di hari tua adalah melalui dana pensiun. Melalui akumulasi iuran yang disetorkan saat masih bekerja, setiap peserta berhak mendapatkan manfaat dana pensiun. Mursalina (2023) menyatakan peserta dana pensiun menyetor iuran bulanan untuk jangka waktu tertentu, dimulai dari pendaftaran hingga akhir masa kerja untuk memperoleh manfaat pensiun. Karena itu, dana pensiun sangat bermanfaat bagi seorang pekerja ketika memasuki usia pensiun. Dana pensiun pada akhirnya dapat digunakan untuk menjaga standar hidup di hari tua.

Salah satu jenis dana pensiun adalah DPLK (Dana Pensiun Lembaga Keuangan). Selain bersifat sukarela, DPLK memberikan fleksibilitas iuran dan manfaat pensiun yang optimal untuk masa pensiun. Oleh karena itu, DPLK seharusnya bisa dirancang lebih inklusif untuk setiap pekerja, baik di sektor formal maupun informal. Setidaknya, ada tiga manfaat DPLK bagi pekerja, yaitu: 1) adanya pendanaan yang pasti di masa pensiun, 2) adanya hasil investasi yang optimal selama menjadi peserta, dan 3) adanya insentif pajak saat manfaat pensiun dibayarkan (Yunus, 2025). Hal ini berarti, DPLK dirancang khusus untuk memberikan kesinambungan penghasilan bagi pekerja saat pensiun.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan *mixed methods* (kuantitatif – kualitatif) untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai strategi pemasaran inklusif dalam meningkatkan partisipasi dana pensiun pekerja sektor informal di Indonesia. Sampel penelitian ditentukan secara terbatas dan berjumlah 100 pekerja informal di Jabodetabek yang dilakukan pada Juli 2026.

Pengumpulan data tahap pertama dilakukan melalui survei kuantitatif melalui google form kepada pekerja sektor informal (dibatasi 100 responden) untuk mengidentifikasi tingkat literasi dana pensiun, preferensi produk, dan faktor-faktor yang memengaruhi minat menjadi peserta dana pensiun. Tahap kedua dilakukan secara kualitatif dengan melakukan wawancara mendalam 5 pekerja informal yang mengisi survei google form untuk menggali hambatan, peluang, serta rekomendasi strategi pemasaran dana pensiun yang lebih inklusif, di samping studi dokumen terkait pola dan tren ke pesertaan dana pensiun pekerja informal.

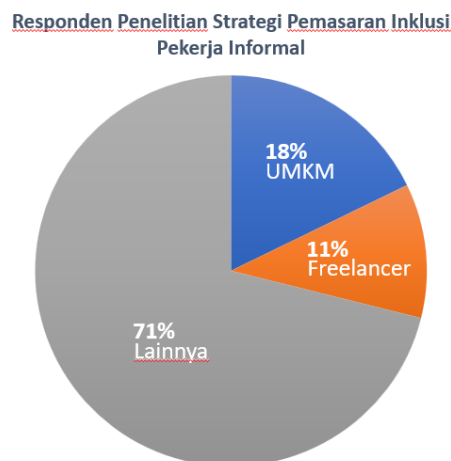
Teknik analisis data dengan mengklasifikasikan hambatan, segmentasi pasar, dan rekomendasi implementasi strategi pemasaran dana pensiun yang inklusif di pekerja informal. Hasil analisis kuantitatif dan kualitatif kemudian diintegrasikan melalui proses triangulasi untuk menghasilkan rekomendasi implementasi strategi pemasaran yang komprehensif, aplikatif, dan sesuai dengan karakteristik pekerja sektor informal di Indonesia.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sistem dana pensiun merupakan salah satu instrumen penting dalam mewujudkan perlindungan sosial yang berkelanjutan, terutama dalam menghadapi peningkatan angka harapan hidup, perubahan struktur demografi, dan tingginya risiko penurunan pendapatan pada masa tua. Di Indonesia, cakupan ke pesertaan dana pensiun masih didominasi oleh pekerja sektor formal yang memperoleh fasilitas ke pesertaan melalui pemberi kerja, sedangkan pekerja sektor informal yang jumlahnya mencapai lebih dari separuh angkatan kerja nasional masih memiliki tingkat partisipasi yang relatif rendah. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan akses terhadap program dana pensiun yang berpotensi meningkatkan kerentanan ekonomi masyarakat pada usia lanjut. Rendahnya partisipasi pekerja sektor informal dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti keterbatasan literasi keuangan, pendapatan yang tidak menentu, rendahnya tingkat kepercayaan terhadap lembaga keuangan, karakteristik produk yang belum sesuai dengan kebutuhan, serta strategi pemasaran yang belum mampu menjangkau karakteristik dan perilaku kelompok sasaran secara efektif.

Berkaitan dengan hal itu, pemasaran dana pensiun yang inklusif menjadi alternatif strategis untuk memperluas cakupan ke peserta dana pensiun melalui penyusunan strategi yang berorientasi pada kebutuhan, kemampuan, dan karakteristik pekerja sektor informal. Pemasaran inklusif tidak hanya berfokus pada promosi produk, tetapi juga pada penciptaan akses yang lebih mudah, penyederhanaan proses ke peserta, edukasi yang berkelanjutan, pemanfaatan teknologi digital, serta kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan seperti pemerintah, pelaku usaha, komunitas, dan platform digital. Oleh karena itu, penelitian ini diarahkan untuk menganalisis berbagai hambatan yang memengaruhi keputusan pekerja sektor informal dalam mengikuti program dana pensiun, mengidentifikasi segmentasi pasar yang potensial berdasarkan karakteristik sosial ekonomi dan perilaku keuangan, serta merumuskan rekomendasi implementasi strategi pemasaran inklusif yang efektif, adaptif, dan berkelanjutan guna meningkatkan partisipasi dana pensiun di Indonesia.

Penelitian tentang strategi pemasaran inklusif untuk meningkatkan partisipasi dana pensiun pekerja sektor informal di Indonesia, sebuah analisis hambatan, segmentasi pasar, dan rekomendasi implementasi menggunakan data primer yang dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner melalui google form yang dibatasi kepada 100 responden pekerja informal di Jabodetabek. Adapun persebaran responden pekerja informal terdiri dari 1) pelaku UMKM 16 responden, 2) *freelancer* 10 responden, dan 3) lainnya 64 responden sektor informal sebagaimana disajikan pada diagram 1.



Gambar 1. Diagram 1.

Analisis Hambatan Partisipasi Dana Pensiun Pekerja Informal

Mayoritas pekerja informal di Indonesia masih menghadapi tantangan besar dalam mempersiapkan dana pensiun. Berbeda dengan pekerja formal yang umumnya memperoleh fasilitas program pensiun dari pemberi kerja, pekerja informal seperti pelaku UMKM, pekerja lepas (*freelancer*), pedagang hingga pengemudi transportasi daring harus mengandalkan

inisiatif pribadi untuk menabung untuk hari tua. Di sisi lain, pendapatan yang cenderung tidak tetap, tingginya kebutuhan konsumsi, serta rendahnya literasi keuangan menyebabkan perencanaan pensiun sering kali belum menjadi prioritas. Akibatnya, sebagian besar pekerja informal berisiko mengalami penurunan kesejahteraan ketika memasuki usia tidak produktif karena tidak memiliki sumber penghasilan yang berkelanjutan.

Kondisi tersebut menunjukkan perlunya peningkatan inklusi dana pensiun, khususnya melalui program yang fleksibel seperti Dana Pensiun Lembaga Keuangan (DPLK). DPLK menawarkan mekanisme iuran yang dapat disesuaikan dengan kemampuan peserta sehingga berpotensi menjadi solusi bagi pekerja informal yang memiliki pola pendapatan tidak menentu. Namun, tingkat kepesertaan dari segmen pekerja informal masih relatif rendah karena dipengaruhi oleh minimnya pemahaman mengenai manfaat dana pensiun, kurangnya sosialisasi, persepsi bahwa dana pensiun hanya diperuntukkan bagi pegawai kantoran, serta keterbatasan akses terhadap layanan yang mudah dan sederhana. Oleh karena itu, diperlukan kolaborasi antara pemerintah, industri dana pensiun, pengelola DPLK, dan platform digital untuk meningkatkan edukasi, memperluas akses layanan, serta membangun kesadaran bahwa perencanaan pensiun merupakan kebutuhan setiap pekerja, termasuk pekerja informal.

Berdasarkan data survei, hambatan partisipasi dana pensiun pekerja informal terdiri dari persepsi dana pensiun tidak likuid, kurangnya edukasi, sifatnya tidak wajib tidak tahu, tidak digital, absurd, dan persepsi hanya untuk pegawai kantoran. Adapun komposisi hambatan partisipasi dana pensiun pekerja informal dapat disajikan pada tabel di bawah ini.

Tabel 1. Analisis Hambatan Partisipasi Dana Pensiun Pekerja Sektor Informal.

Faktor Penghambat	Persentase
Tidak likuid (sulit dicairkan)	28%
Kurang edukasi	22%
Tidak wajib dan tidak tahu	19%
Tidak digital	13%
Abdurd (tidak jelas)	13%
Persepsi untuk pegawai kantoran	5%

Sesuai dengan hasil wawancara 5 responden pekerja informal, dinyatakan pula bahwa masalah utama rendahnya partisipasi dana pensiun pekerja informal bersifat multidimensi, yang mencakup aspek ekonomi, perilaku, kelembagaan, hingga regulasi. Berikut beberapa permasalahan yang paling dominan antara lain: 1) pendapatan yang tidak tetap (*irregular income*) sehingga sulit berkomitmen membayar iuran dana pensiun secara rutin, 2) rendahnya literasi dan kesadaran pensiun sehingga tidak paham manfaat atau cara kerja program seperti DPLK, 3) keterbatasan kemampuan finansial, 4) tidak tersedianya akses dan kemudahan layanan dana pensiun, 5) kuatnya persepsi bahwa dana pensiun bukan kebutuhan mendesak,

dan 6) tidak adanya insentif dan perlindungan kebijakan yang dapat menarik minat menjadi peserta dana pensiun belum optimal.

Dapat dinyatakan, terdapat tiga masalah utama penyediaan dana pensiun bagi pekerja informal, yaitu: 1) ekonomi akibat pendapatan tidak tetap dan kemampuan menabung yang terbatas, 2) perilaku karena rendahnya literasi keuangan serta kesadaran akan pentingnya perencanaan pensiun, dan 3) kelembagaan akibat belum adanya sistem yang secara otomatis memfasilitasi ke peserta dan akses digital dana pensiun. Akibatnya, tingkat ke peserta pekerja informal dalam dana pensiun, termasuk DPLK, masih relatif rendah. Oleh karena itu, solusi yang efektif perlu menggabungkan edukasi keuangan, inovasi produk dengan iuran yang fleksibel, pemanfaatan teknologi digital untuk mempermudah akses dan pembayaran, serta dukungan kebijakan yang mendorong partisipasi pekerja informal dalam program dana pensiun.

Segmentasi Dana Pensiun Pekerja Informal

Pekerja sektor informal memiliki karakteristik yang sangat beragam sehingga tidak dapat diperlakukan sebagai satu kelompok yang homogen dalam penyusunan strategi pemasaran dana pensiun. Berdasarkan karakteristik usaha, tingkat pendapatan, serta kapasitas ekonomi, pekerja informal dapat dikelompokkan menjadi informal tradisional (bawah) dan informal modern (atas).

Kelompok pekerja informal tradisional (bawah) terdiri dari: buruh harian, pedagang kaki lima (PKL), asisten rumah tangga (ART), pedagang kecil, serta penyedia jasa perorangan yang menjalankan aktivitas ekonomi berskala mikro. Kelompok ini memiliki pendapatan yang relatif rendah dan tidak tetap, tingkat literasi keuangan yang masih terbatas, serta lebih memprioritaskan pemenuhan kebutuhan sehari-hari dibandingkan perencanaan keuangan jangka panjang. Dalam konteks dana pensiun, tantangan utama kelompok ini adalah keterbatasan kemampuan menyalurkan dana secara rutin, rendahnya pemahaman mengenai manfaat dana pensiun, serta persepsi bahwa program pensiun hanya diperuntukkan bagi pekerja formal. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang diterapkan perlu menekankan edukasi keuangan, fleksibilitas iuran dengan nominal yang terjangkau, kemudahan pendaftaran, serta pemanfaatan komunitas lokal sebagai media sosialisasi dan peningkatan kepercayaan.

Sebaliknya, kelompok pekerja informal modern (atas) mencakup pekerja dengan skala usaha menengah hingga besar atau profesi yang mengandalkan keterampilan dan teknologi, seperti kontraktor, *content creator*, artis, konsultan, fotografer, maupun pekerja *gig economy*. Meskipun tidak memiliki hubungan kerja formal yang memberikan manfaat pensiun dari pemberi kerja, kelompok ini umumnya memiliki tingkat pendapatan tetap, literasi digital, dan

akses terhadap layanan keuangan yang lebih baik dibandingkan kelompok informal tradisional. Namun, fluktuasi pendapatan dan kecenderungan mengelola keuangan secara mandiri tetap menjadi tantangan dalam membangun komitmen jangka panjang terhadap program dana pensiun. Oleh karena itu, pendekatan pemasaran yang sesuai bagi segmen ini adalah menawarkan produk yang fleksibel, layanan digital yang mudah diakses, simulasi manfaat investasi, serta komunikasi yang menekankan pentingnya perencanaan pensiun sebagai bagian dari strategi pengelolaan kekayaan (*wealth management*).

Dengan melakukan segmentasi berdasarkan karakteristik ekonomi, perilaku, dan kebutuhan masing-masing kelompok pekerja informal, pengelola DPLK dapat merancang strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran sehingga mampu meningkatkan partisipasi pekerja sektor informal secara lebih efektif dan berkelanjutan (tabel 2).

Tabel 2. Segmentasi Pekerja Informal untuk Dana Pensiun.

Segmen informal	Skala	Contoh
Informal Tradisional (Bawah)	Kecil	Buruh, pedagang kaki lima (PKL), ART, pedagang, penyedia jasa perorangan.
Informal Modern (Atas)	Menengah besar	Kontraktor, content creator, artis, konsultan, fotografer, pekerja <i>gig economy</i> .

Berdasarkan pendalaman melalui wawancara 5 responden pekerja informal, segmentasi pekerja informal diperlukan untuk menentukan target dan *positioning* pemasaran dalam kaitan memahami karakteristik, kebutuhan, perilaku, dan kemampuan setiap kelompok pekerja informal. Dana pensiun bagi pekerja informal di Indonesia tidak dapat dipandang sebagai satu segmen yang homogen mengingat adanya perbedaan tingkat pendapatan, stabilitas pekerjaan, literasi keuangan, serta akses terhadap layanan keuangan. Kelompok pekerja informal tradisional (bawah) tergolong segmen yang rentan mengalami *financial exclusion* karena keterbatasan akses, rendahnya literasi keuangan, serta minimnya kemampuan melakukan tabungan jangka panjang. Sementara kelompok pekerja informal modern (atas) tergolong memiliki pendapatan yang lebih tinggi, tingkat literasi digital yang baik, serta akses yang lebih luas terhadap layanan keuangan sehingga perilaku keuangannya lebih adaptif dan memiliki orientasi yang lebih besar terhadap dana pensiun dan pengembangan aset. Penerapan strategi pemasaran yang berbeda pada kedua segmen tersebut mencerminkan prinsip pemasaran inklusif, yaitu menyediakan solusi yang sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan masing-masing kelompok sehingga mampu memperluas partisipasi dana pensiun pekerja sektor informal secara efektif, berkelanjutan, dan berkeadilan.

Rekomendasi Implementasi Dana Pensiun bagi Pekerja Informal

Temuan penelitian untuk meningkatkan partisipasi dana pensiun/DPLK pekerja sektor informal di Indonesia mengarah pada perlunya transformasi strategi pemasaran dana pensiun/DPLK dari pendekatan berbasis produk (*product-oriented*) menjadi berbasis peserta (*participant-centered*). Keberhasilan peningkatan partisipasi pekerja sektor informal tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk dana pensiun, tetapi juga oleh kemampuan pengelola DPLK dalam memahami keragaman karakteristik pekerja, menyediakan produk yang fleksibel, memperluas akses melalui teknologi digital, meningkatkan literasi keuangan, serta membangun kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan.

Pendekatan pemasaran yang inklusif, adaptif, dan berbasis segmentasi pekerja informal dapat meningkatkan cakupan kepesertaan DPLK sekaligus memperkuat ketahanan ekonomi masyarakat pada masa pensiun. Mengacu pada hambatan yang ada, terdapat urgensi untuk melakukan pergeseran pendekatan DPLK dari model konvensional menuju model yang inklusif-digital yang mencakup 1) prioritaskan literasi (41% hambatan edukasi + tidak tahu) melalui edukasi yang komunikatif dan berbasis komunitas, 2) fleksibilitas (41% tidak likuid + absurd) untuk menjawab hambatan penarikan dana sebagian dan iuran mikro, dan 3) bersifat inklusif (bukan eksklusif) dengan melakukan digitalisasi pensiun dan integrasi ekosistem dana pensiun. Transformasi dana pensiun/DPLK yang dianggap instrumen formal (kantoran) menjadi instrumen informal (rakyat) membutuhkan keberanian untuk merombak model bisnis tradisional. Perlu likuiditas yang fleksibel, digitalisasi yang membumi, dan narasi yang menyentuh realitas hidup pekerja sektor informal (tabel 3).

Tabel 3. Rekomendasi Konkret Dana Pensiun untuk Pekerja Informal.

Rekomendasi	Bobot	Aksi
Literasi (untuk kurang edukasi + tidak tahu)	41%	Edukasi yang masif-komunikatif dan berbasis komunitas
Fleksibilitas (untuk tidak likuid + absurd)	41%	Perlu aturan penarikan dana sebagian, untuk kebutuhan darurat, iuran mikro
Bersifat inklusif (untuk tidak digital + kantoran)	18%	Digitalisasi penuh dan integrasi ekosistem dana pensiun

Berdasarkan wawancara dengan 5 responden, pekerja informal menganggap dana pensiun sebagai konsep yang tidak realistis untuk dicapai dengan pola pendapatan harian dan atas sebab itu pekerja informal merasa teralienasi dari sistem program pensiun dan keamanan finansial masa depan. Oleh karena itu, strategi pemasaran untuk meningkatkan partisipasi dana pensiun pekerja sektor informal di Indonesia perlu dilakukan upaya-upaya konkret sebagai berikut:

- a. Mengembangkan produk dana pensiun yang fleksibel, sesuai dengan karakteristik pekerja sektor informal, seperti iuran mikro, jadwal pembayaran iuran yang fleksibel (harian, mingguan, atau bulanan).
- b. Menerapkan strategi segmentasi pasar, dibedakan berdasarkan informal tradisional dan informal modern.
- c. Memperkuat literasi dana pensiun, adanya penjelasan manfaat produk, manfaat bunga majemuk (*compound return*), dan pentingnya memulai menabung sejak dini.
- d. Memanfaatkan ekosistem digital, untuk memberikan kemudahan akses pendaftaran, pembayaran iuran, pemantauan saldo, dan simulasi manfaat pensiun yang terintegrasi ke dalam platform digital yang mudah digunakan.
- e. Membangun kemitraan dengan berbagai pemangku kepentingan, bekerja sama dengan pemerintah daerah, koperasi, asosiasi UMKM, komunitas profesi, platform pekerja digital, perusahaan *fintech*, bank, dan perusahaan teknologi.
- f. Mengembangkan agen pemasaran berbasis komunitas, dianggap lebih efektif daripada promosi massal.
- g. Memberikan insentif kepesertaan dana pensiun bagi pekerja informal.
- h. Mengembangkan strategi komunikasi yang lebih inklusif untuk pekerja informal, termasuk layanan konsultasi perencanaan pensiun
- i. Menyusun kebijakan berbasis data untuk meningkatkan partisipasi dana pensiun pekerja informal secara tepat sasaran dan evaluasi yang berkelanjutan.

Transformasi Digital dan Sosialisasi Terarah

Temuan penelitian ini mengungkap pula pentingnya transformasi digital DPLK untuk memudahkan akses pekerja informal memiliki DPLK. Hambatan "Tidak Digital" (13%) dan eksklusivitas "Pegawai Kantoran" (5%) harus diatasi dengan strategi *embedded finance* (layanan keuangan terintegrasi) dalam ekosistem dana pensiun. Digitalisasi pensiun dapat mempermudah pekerja informal mendaftar DPLK, memantau saldo dana, dan pencairan manfaat pensiun, di samping kemudahan pembayaran iuran melalui "*payment gateway*", proses transaksi secara online yang mudah seperti OVO, Dana, GoPay. Dana pensiun tidak bisa dipasarkan sebagai produk keuangan yang kaku, melainkan sebagai fitur tambahan dalam aktivitas ekonomi digital harian sehingga menciptakan inklusi keuangan yang cocok dengan pekerja informal.

Di sisi lain, komunikasi pemasaran DPLK harus bertransformasi dari sekadar informasi menjadi persuasi berbasis komunitas dan kepercayaan. Hal ini untuk mengatasi "*knowledge gap*" 41% dan melakukan sosialisasi yang terarah akan pentingnya DPLK di hari tua. Pengelola

DPLK dapat melibatkan “*influencer* komunitas” seperti ketua asosiasi pedagang pasar atau koordinator komunitas transportasi *online* sebagai *social proof* (bukti sosial) untuk menyatakan DPLK merupakan instrumen keuangan yang relevan bagi pekerja informal. Narasi dan terminologi berupa jargon teknis dana pensiun yang memperkuat kesan “absurd” perlu dihilangkan. Narasi diubah seperti dari “Akumulasi Aset Masa Depan” menjadi “Tabungan Pengaman Hari Tua” yang mudah dipahami oleh pekerja informal dengan latar belakang pendidikan beragam. Lebih dari itu, kampanye literasi dana pensiun digital dengan memanfaatkan platform video pendek (TikTok/Reels) untuk menunjukkan testimoni nyata manfaat DPLK bagi pekerja informal harus diperluas dan diperkuat ke pekerja informal.

Peningkatan partisipasi pekerja sektor informal dalam program dana pensiun/DPLK tidak dapat dicapai melalui pendekatan pemasaran yang bersifat seragam, melainkan memerlukan strategi pemasaran yang inklusif, adaptif, dan berbasis segmentasi pasar. Rendahnya kepesertaan dipengaruhi oleh kombinasi hambatan struktural dan perilaku, seperti keterbatasan literasi dana pensiun, pendapatan yang tidak menentu, rendahnya kepercayaan terhadap pengelola DPLK, serta karakteristik produk yang belum sepenuhnya sesuai dengan kebutuhan pekerja sektor informal. Oleh karena itu, pengelola DPLK perlu mengembangkan produk yang fleksibel, memperkuat edukasi dan literasi keuangan, memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas akses layanan, serta membangun kolaborasi dengan pemerintah, komunitas, koperasi, dan platform digital. Penerapan strategi pemasaran DPLK harus disesuaikan dengan karakteristik segmen pekerja informal tradisional dan informal modern agar dapat meningkatkan efektivitas komunikasi, memperluas jangkauan ke pesertaan, serta mendorong terbentuknya budaya perencanaan keuangan masa depan. Pemasaran inklusif DPLK bukan hanya menjadi strategi untuk meningkatkan jumlah peserta, tetapi juga merupakan instrumen penting dalam memperluas inklusi keuangan dan memperkuat perlindungan sosial bagi pekerja sektor informal di Indonesia.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian Strategi Pemasaran Inklusif untuk Meningkatkan Partisipasi Dana Pensiun Pekerja Sektor Informal di Indonesia menyimpulkan bahwa terdapat hambatan partisipasi dana pensiun/DPLK pekerja informal yang terdiri dari; persepsi dana pensiun tidak likuid (sulit dicairkan) 28%, kurangnya edukasi 22%, sifatnya tidak wajib – tidak tahu 19%, tidak digital 13%, absurd 13%, dan persepsi hanya untuk pegawai kantoran 5%. Diperlukan transformasi strategi pemasaran dana pensiun/DPLK dari pendekatan berbasis produk (*product-oriented*) menjadi berbasis peserta (*participant-centered*).

Segmentasi pekerja informal untuk meningkatkan partisipasi dana pensiun dapat dibedakan menjadi 1) kelompok informal tradisional (bawah) seperti buruh harian, pedagang kaki lima (PKL), asisten rumah tangga (ART), pedagang kecil, driver ojol, dan penyedia jasa perorangan yang menjalankan aktivitas ekonomi berskala mikro dengan pendapatan yang relatif rendah dan tidak tetap dan tingkat literasi yang terbatas dan 2) kelompok informal modern (atas) seperti kontraktor, *content creator*, artis, konsultan, fotografer, maupun pekerja *gig economy* dengan skala ekonomi menengah ke besar dan memiliki pendapatan tetap, paham literasi digital, dan punya akses terhadap layanan keuangan yang lebih baik.

Rekomendasi konkret untuk meningkatkan partisipasi DPLK bagi pekerja informal dapat dilakukan melalui pergeseran pendekatan DPLK dari model konvensional menuju model yang inklusif-digital dengan fokus 1) memprioritaskan literasi (41% hambatan edukasi + tidak tahu) melalui edukasi yang komunikatif dan berbasis komunitas, 2) fleksibilitas (41% tidak likuid + aburd) untuk menjawab hambatan penarikan dana sebagian dan iuran mikro, dan 3) bersifat inklusif (bukan eksklusif) dengan melakukan digitalisasi pensiun dan integrasi ekosistem dana pensiun.

DAFTAR REFERENSI

- Adila, V. M. (2025). *Pekerja informal adalah: Mengenal definisi, ciri-ciri, dan contohnya*. Gramedia. <https://www.gramedia.com/best-seller/mengenal-pekerja-informal/>
- Afidah, I., & Kurniawan, A. (2020). Strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan minat masyarakat. *Jurnal Manajemen dan Tarbiyatul Islam*, 1(1), 12–19.
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar manajemen pemasaran*. Deepublish.
- Badan Pusat Statistik. (2019). *Statistik Indonesia 2019*. Badan Pusat Statistik.
- Hutajulu, D. M., Nadeak, M., & Purba, S. (2021). Determinants of informal labor income: Does demographic matters? *Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan*, 13(2), 112–123. <https://doi.org/10.17977/um002v13i22021p112>
- International Labour Organization. (2021). *Global employment trends 2021*. International Labour Organization.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Mursalina, R. (2023). Analisis pentingnya dana pensiun sebagai jaminan hari tua. *Jurnal Sahmiyya*, 2(1), 1–10.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2023). *Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 27 Tahun 2023 tentang Penyelenggaraan Usaha Dana Pensiun*.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2024). *Peta jalan pengembangan dan penguatan dana pensiun 2024–2028*.
- Pemerintah Indonesia. (2023). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 2023 tentang Pengembangan dan Penguatan Sektor Keuangan*.

- Saparini, H., & Basri, M. C. (2009). *Pengusaha sektor nonformal sebagai penggerak pembangunan bangsa*. Universitas Indonesia.
- Yunus, S. (2025). Faktor penyebab pekerja tidak paham dana pensiun, pentingnya edukasi dan digitalisasi industri dana pensiun di Indonesia. *Jurnal Aksioma*, 2(2). <https://doi.org/10.62335/aksioma.v2i2.981>
- Yunus, S. (2025). Persepsi dan kepemilikan generasi milenial terhadap dana pensiun lembaga keuangan (DPLK) untuk kesejahteraan hari tua. *JKPIM: Jurnal Kajian dan Penalaran Ilmu Manajemen*, 3(2). <https://doi.org/10.59031/jkpim.v3i2.605>
- Yunus, S. (2025). Persepsi dan preferensi pekerja biasa terhadap dana pensiun sebagai perencanaan hari tua. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, 4(2). <https://doi.org/10.55606/jupiman.v4i2.5002>
- Yunus, S., & Elsyarif, F. N. (2025). Analisis kepesertaan DPLK secara individu dan karakteristiknya untuk meningkatkan penetrasi dana pensiun pekerja sektor informal di Indonesia. *Jurnal Publikasi Sistem Informasi dan Manajemen Bisnis (JUPSIM)*, 4(3). <https://doi.org/10.55606/jupsim.v4i3.5333>