Al-Khidmah Jurnal Pengabdian Masyarakat
Volume 5 No. 2, 2025
DOI : 10.56013/jak.v5i2.4396
e-issn : 2808-7011, p-issn : 2808-6996
Accredited: Sinta 5

Strategi Pendekatan Konsultatif Financial Consultant dalam Mendorong Literasi dan Kepercayaan Investasi di Perusahaan Pialang

Moch Labib Zuwitanto[1]*, Irma Kurniasari[2]
[1,2] Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Indonesia
*email corresponding author: mlabibzuwitanto@gmail.com

ABSTRACT
The role of financial consultants in brokerage firms has shifted from being mere product sellers to strategic partners for clients. This community service journal explores in depth the consultative approach strategy implemented by financial consultants in guiding prospective and existing clients in brokerage firms. Through this approach, the main focus is on building understanding, trust, and providing truly personalized investment solutions, rather than just being sales-oriented. Participatory observation methods and case study analysis are used to identify the stages, key skills, and impacts of the consultative approach on increasing public investment literacy and client satisfaction. The results of this activity show an increase in participants' knowledge of investment instruments and growth in confidence in making wiser investment decisions. The consultative approach has proven effective in bridging the information gap between industry players and the general public.

Keywords: investment literacy; financial consulting; brokerage firms; investment trust; community service

PENDAHULUAN

Perkembangan industri pasar modal Indonesia dalam beberapa tahun terakhir mengalami peningkatan yang cukup signifikan, baik dari sisi jumlah investor, transaksi, hingga diversifikasi instrumen keuangan. Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), tren pertumbuhan investor ritel terus menunjukkan lonjakan yang menjanjikan, terutama sejak era digitalisasi dan kemudahan akses investasi melalui *platform* daring (OJK, 2022). Namun demikian, kemajuan tersebut belum sepenuhnya diimbangi oleh pemahaman masyarakat yang memadai mengenai prinsip-prinsip dasar investasi. Rendahnya tingkat literasi keuangan masih menjadi tantangan utama dalam mewujudkan masyarakat yang mampu mengambil keputusan keuangan secara bijak dan rasional.

Literasi keuangan yang lemah dapat menyebabkan masyarakat rentan terhadap penipuan berkedok investasi, salah dalam memilih produk keuangan, serta mudah terpengaruh oleh informasi yang menyesatkan (OECD, 2021). Literasi keuangan memberikan dampak yang besar terhadap kehidupan masyarakat, baik secara individu maupun kolektif. Dengan pemahaman yang baik mengenai keuangan, masyarakat dapat mengelola pendapatan secara bijak, menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan, dan memanfaatkan produk serta layanan keuangan formal dengan lebih tepat. Hal ini berkontribusi langsung pada pengurangan tingkat kemiskinan dan ketimpangan sosial, terutama bagi kelompok masyarakat yang sebelumnya tidak memiliki akses ke lembaga

Copyright ©2025 This is an open access article under the CC–BY-SA license

keuangan formal. Selain itu, masyarakat yang memiliki literasi keuangan yang baik juga lebih siap dalam menghadapi risiko keuangan, merencanakan masa depan, serta menciptakan kestabilan finansial keluarga. Bahkan, bagi pelaku UMKM, literasi keuangan mampu meningkatkan kelangsungan dan daya saing usaha mereka melalui manajemen arus kas dan perencanaan yang lebih terstruktur (Hidayat et al., 2019).

Untuk meningkatkan literasi keuangan di Indonesia, berbagai upaya telah dilakukan oleh pemerintah dan lembaga terkait. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menjadi salah satu pelopor dalam menyelenggarakan berbagai program edukasi seperti *Kelompok Sadar Keuangan* (KSK) dan kampanye *Financial Inclusion Month* yang menyasar berbagai segmen masyarakat, mulai dari pelajar, pelaku UMKM, hingga masyarakat desa (OJK, 2023). Pelatihan literasi juga telah menjangkau daerah-daerah terpencil melalui kerja sama dengan bank, perguruan tinggi, dan pemerintah desa. Selain itu, penyebaran informasi keuangan juga didukung oleh pemanfaatan teknologi digital, seperti modul e-learning, kampanye media sosial, serta keterlibatan influencer keuangan yang membantu menjangkau generasi muda.

Berbagai pihak memiliki peran dalam upaya peningkatan literasi keuangan. Pemerintah pusat melalui OJK dan Bank Indonesia menetapkan kebijakan dan program edukasi nasional. Lembaga keuangan, baik bank maupun non-bank, turut berperan aktif dalam menyelenggarakan workshop dan pendampingan. Pemerintah desa juga memfasilitasi pelatihan berbasis komunitas lokal untuk meningkatkan pemahaman keuangan masyarakat akar rumput. Lembaga pendidikan seperti sekolah dan universitas berkontribusi melalui pengintegrasian literasi keuangan ke dalam kurikulum dan kegiatan ekstrakurikuler. Tidak kalah penting, komunitas pemuda, media massa, dan influencer digital juga berperan dalam menyebarkan informasi keuangan secara lebih luas dan menarik. Menurut laporan Sinarmas (2024), penyebaran literasi keuangan melalui media sosial menjadi cara efektif untuk menjangkau kelompok usia produktif, meskipun tetap memerlukan pengawasan agar kontennya akurat dan bertanggung jawab.

Dalam konteks ini, kehadiran perusahaan pialang tidak hanya berfungsi sebagai perantara transaksi di pasar modal, tetapi juga memiliki tanggung jawab sosial dalam mengedukasi investor, khususnya pemula. Salah satu aktor penting dalam struktur organisasi perusahaan pialang adalah *financial consultant*, yang berperan sebagai penghubung langsung antara investor dan pasar keuangan. Di era *modern* ini, peran *financial consultant* telah berevolusi dari sekadar agen penjualan menjadi konsultan yang mengedepankan pendekatan konsultatif dalam membangun relasi dengan klien (Yulianti & Hapsari, 2023).

Pendekatan konsultatif merujuk pada strategi komunikasi dan pelayanan yang berorientasi pada pemahaman mendalam terhadap kebutuhan, tujuan, dan preferensi risiko klien. Alih-alih menawarkan produk secara satu arah, pendekatan ini menempatkan klien

 Copyright ©2025 This is an open access article under the CC–BY-SA license

e-issn : 2808-7011, p-issn : 2808-6996
DOI : 10.56013/jak.v5i2.4396

sebagai mitra diskusi dalam merumuskan keputusan keuangan yang tepat. *Financial consultant* yang menerapkan strategi ini tidak hanya membimbing klien dalam proses investasi, tetapi juga menumbuhkan kesadaran, rasa percaya, dan keterlibatan jangka panjang (Pramudito & Ramadani, 2021). Penerapan pendekatan konsultatif diyakini mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap institusi keuangan, sekaligus memperkuat ekosistem investasi yang sehat dan berkelanjutan.

Melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini, strategi pendekatan konsultatif oleh *financial consultant* akan dieksplorasi secara mendalam. Tujuannya adalah untuk melihat sejauh mana pendekatan ini mampu mendorong peningkatan literasi dan membangun kepercayaan terhadap aktivitas investasi. Selain itu, pendekatan ini juga diharapkan dapat memberikan solusi praktis terhadap masalah ketimpangan informasi dan ketidakpastian yang selama ini menjadi penghambat utama partisipasi masyarakat dalam pasar modal.

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, yang bertujuan untuk menggambarkan strategi pendekatan konsultatif yang digunakan oleh *financial consultant* dalam meningkatkan literasi dan membangun kepercayaan investasi di perusahaan pialang. Pendekatan kualitatif digunakan karena sesuai untuk mengeksplorasi proses sosial dan perilaku antar individu dalam konteks edukasi dan layanan keuangan yang bersifat personal (Creswell & Poth, 2018). Dengan kata lain, fokus kegiatan ini bukan pada kuantifikasi data, tetapi pada pemahaman mendalam terhadap proses interaksi, respon klien, serta efektivitas pendekatan yang diterapkan.

Kegiatan berlangsung selama empat bulan dan mencakup proses identifikasi, pendekatan, edukasi, hingga pendampingan terhadap calon investor. Adapun tahapan utama dalam metode pelaksanaan kegiatan ini terbagi menjadi tiga fase: *contacting, prospecting,* dan *closing,* yang merupakan siklus kerja umum dalam proses konsultasi keuangan. Ketiga tahap ini tidak hanya bersifat prosedural, namun memiliki dimensi edukatif dan komunikatif yang saling berkesinambungan.

Tahap pertama, *contacting*, merupakan proses awal di mana *financial consultant* menghubungi calon klien menggunakan berbagai saluran komunikasi seperti aplikasi pesan instan (*WhatsApp*), dan panggilan telepon. Tujuan utama dari tahap ini adalah membangun *awareness* dan minat awal terhadap pentingnya pengelolaan keuangan dan investasi secara bijak. Komunikasi pada tahap ini tidak menekankan pada promosi produk, melainkan pada pendekatan edukatif dengan mengenalkan konsep dasar seperti pentingnya diversifikasi, manajemen risiko, dan perencanaan keuangan jangka panjang. Interaksi yang dilakukan bersifat informal namun terarah, guna menumbuhkan rasa nyaman dan membuka jalur komunikasi dua arah yang lebih terbuka (Yulianti & Hapsari, 2023).

Copyright ©2025 This is an open access article under the CC–BY-SA license

Jika calon klien menunjukkan ketertarikan, maka proses berlanjut ke tahap kedua, yaitu *prospecting*. Tahap ini berfokus pada eksplorasi kebutuhan dan karakteristik finansial calon investor. *Financial consultant* melakukan asesmen sederhana untuk memahami latar belakang ekonomi, tujuan investasi, tingkat toleransi risiko, hingga preferensi waktu investasi. Data tersebut kemudian dimasukkan ke dalam sistem manajemen relasi klien atau *Customer Relationship Management* (CRM) sebagai basis dalam menyusun strategi komunikasi dan edukasi yang lebih terstruktur. Pada fase ini, klien mulai diberikan materi edukatif yang disesuaikan dengan profil masing-masing, baik melalui presentasi pribadi seperti mengirim hasil transaksi menggunakan akun *real*, infografis, atau webinar. Proses ini memungkinkan terjadinya peningkatan literasi keuangan secara bertahap dan terarah, sebagaimana dianjurkan dalam pendekatan edukasi berbasis kebutuhan (Wulandari et al., 2021).

Fase terakhir adalah *closing*, yaitu tahap pengambilan keputusan oleh klien untuk memulai investasi. Pada tahap ini, *financial consultant* tidak hanya berperan sebagai penjual produk investasi, tetapi sebagai fasilitator dalam proses pengambilan keputusan yang rasional. Klien diajak untuk meninjau kembali pemahamannya, mempertimbangkan berbagai alternatif instrumen yang tersedia, serta memastikan bahwa keputusan yang diambil selaras dengan kondisi dan tujuan pribadi mereka. Jika klien merasa yakin dan siap, maka proses pembukaan rekening dan transaksi dapat dilakukan. Namun jika klien belum siap, maka *financial consultant* tetap memberikan ruang tanpa tekanan, dan menjaga komunikasi agar klien dapat mengambil keputusan pada waktu yang tepat. Pendekatan ini mendorong terbentuknya relasi jangka panjang yang berbasis kepercayaan dan edukasi (Putri & Rahmawati, 2022).

Seluruh proses kegiatan didokumentasikan secara sistematis melalui catatan lapangan dan juga umpan balik dari klien. Data dianalisis secara tematik untuk mengidentifikasi pola-pola keberhasilan, hambatan yang muncul, serta strategi yang paling efektif dalam konteks pendekatan konsultatif. Validasi dilakukan melalui diskusi dengan sesama praktisi dan observasi silang untuk menjamin kredibilitas data (Miles et al., 2020). Dengan pendekatan ini, diharapkan program pengabdian masyarakat ini dapat memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan literasi keuangan masyarakat serta kepercayaan terhadap ekosistem pasar modal yang sehat dan inklusif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan menerapkan strategi pendekatan konsultatif oleh para *financial consultant* pada sebuah perusahaan pialang yang berfokus pada edukasi dan peningkatan kepercayaan masyarakat terhadap investasi di pasar modal. Proses pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui tiga tahapan utama: *contacting*,

 Copyright ©2025 This is an open access article under the CC–BY-SA license

e-issn : 2808-7011, p-issn : 2808-6996
Volume 5 No. 2, 2025
DOI : 10.56013/jak.v5i2.4396

prospecting, dan *closing*, dengan pelibatan aktif dari masyarakat sebagai objek edukasi sekaligus calon investor potensial.

Pada tahap *contacting*, *financial consultant* menghubungi calon investor sebanyak mungkin yang termasuk dalam segmen pasar potensial, terdiri dari kalangan profesional muda, pekerja sektor swasta, serta wiraswasta. Metode komunikasi yang digunakan meliputi pesan langsung melalui WhatsApp dan melalui telepon. Respons awal menunjukkan bahwa sekitar 3 orang menunjukkan minat untuk mengetahui lebih jauh tentang investasi, dan bersedia melanjutkan ke tahapan berikutnya. Strategi penyampaian informasi pada tahap ini menekankan pada aspek literasi dasar, seperti pengenalan investasi, pentingnya diversifikasi portofolio, dan pengelolaan risiko, tanpa mengarah langsung pada promosi produk.

Masuk ke tahap *prospecting*, proses edukasi yang lebih mendalam dilakukan melalui sesi konsultasi tatap muka atau daring yang bersifat satu-satu. Pada tahap ini, *financial consultant* melakukan asesmen profil risiko masing-masing calon investor, termasuk identifikasi tujuan keuangan, jangka waktu investasi, dan toleransi terhadap fluktuasi pasar. Hasil asesmen ini kemudian dimasukkan ke dalam sistem CRM (*Customer Relationship Management*) untuk keperluan dokumentasi dan pengelolaan relasi. Dalam sesi ini juga dibagikan materi edukatif berupa infografis, hasil transaksi dari klien lain yang profit banyak dan video pendek yang dikembangkan secara internal oleh *financial consultant*. Dari 7 individu yang menjalani tahap *prospecting*, sekitar 2 di antaranya terlibat aktif dalam sesi edukasi lanjutan yang mencakup topik manajemen portofolio, fundamental pasar modal, dan praktik investasi etis.

Pada tahap *closing*, individu memutuskan untuk membuka akun investasi dan memulai transaksi awal di pasar modal. Investor yang memutuskan untuk membuka akun menyatakan bahwa keputusan tersebut didasarkan pada pemahaman yang meningkat tentang investasi serta kepercayaan terhadap *financial consultant* sebagai pendamping finansial, bukan sekadar agen penjual. Dari 1 investor baru tersebut, investor melakukan top-up dana dalam waktu kurang dari dua minggu setelah pembukaan akun, menunjukkan adanya kontinuitas dalam keterlibatan investasi. Sementara 1 individu lainnya masih berada dalam tahap pertimbangan dan menjalin komunikasi berkala dengan *financial consultant* untuk sesi edukasi tambahan.

Hasil kegiatan ini mengindikasikan bahwa strategi pendekatan konsultatif memiliki dampak yang signifikan terhadap peningkatan literasi keuangan masyarakat, khususnya dalam membantu individu mengubah persepsi dari ketakutan terhadap investasi menjadi kesadaran akan manfaat dan potensi pasar modal.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini mengonfirmasi bahwa pendekatan konsultatif yang diterapkan oleh *financial consultant* memiliki dampak signifikan dalam membentuk pemahaman dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap aktivitas investasi,

Copyright ©2025 This is an open access article under the CC–BY-SA license

khususnya di lingkungan perusahaan pialang. Strategi bertahap dimulai dari *contacting*, berlanjut ke *prospecting*, dan ditutup dengan *closing* menjadi kerangka kerja praktis yang tidak hanya bersifat edukatif, tetapi juga mampu membangun hubungan jangka panjang antara konsultan dan klien.

Tahap *Contacting*: Memulai dengan Empati dan Edukasi Awal

Tahap *contacting* berfungsi sebagai jembatan awal yang mempertemukan *financial consultant* dengan calon investor. Dalam konteks literasi investasi, tahap ini sangat krusial karena merupakan kesempatan pertama bagi masyarakat untuk menilai citra, integritas, dan profesionalisme dari seorang konsultan keuangan. Pendekatan *contacting* yang dilakukan tidak bersifat *hard selling*, melainkan lebih berorientasi pada edukasi ringan dan percakapan informal yang membangun kenyamanan emosional. Hal ini penting mengingat salah satu kendala utama dalam penetrasi pasar modal adalah ketidakpercayaan dan rasa takut akan risiko, seperti yang diungkapkan oleh Yulianti & Hapsari (2023), bahwa resistensi terhadap investasi sering kali muncul dari pengalaman buruk sebelumnya atau informasi yang tidak utuh.

Gambar 1. Melakukan *contacting* terhadap calon investor

Financial consultant dalam kegiatan ini menggunakan media sosial, email, dan pesan singkat personal untuk membagikan informasi awal tentang pentingnya pengelolaan keuangan dan manfaat investasi jangka panjang. Informasi dikemas dalam bentuk infografis, video edukatif, dan kutipan sederhana agar lebih mudah dicerna oleh masyarakat umum. Keberhasilan menghubungi beberapa orang dalam waktu singkat menjadi indikator efektivitas strategi komunikasi ini.

Kunci dari tahap *contacting* adalah kemampuan *financial consultant* untuk tidak langsung menawarkan produk, tetapi membangun hubungan emosional yang membuat calon investor merasa dihargai dan dipahami kebutuhannya. Hal ini sejalan dengan temuan (Putri, 2022) yang menyatakan bahwa pendekatan emosional dalam komunikasi finansial berkontribusi besar dalam membentuk *trust* awal terhadap lembaga keuangan.

 Copyright ©2025 This is an open access article under the CC–BY-SA license

e-issn : 2808-7011, p-issn : 2808-6996
Volume 5 No. 2, 2025
DOI : 10.56013/jak.v5i2.4396

Tahap *Prospecting*: Menggali Kebutuhan dan Membangun Nilai

Setelah menjalin hubungan awal, *financial consultant* melanjutkan ke tahap *prospecting* yang berfungsi sebagai fase pendalaman kebutuhan dan preferensi klien. Di sinilah pendekatan konsultatif benar-benar diterapkan secara aktif. *Financial consultant* tidak hanya menjadi penyampai informasi, tetapi berperan sebagai fasilitator yang membantu klien mengenali tujuan finansial mereka, mengukur kapasitas investasi, serta menilai profil risiko secara personal.

Proses ini dilakukan melalui konsultasi individual dan diskusi kelompok. Dalam sesi konsultasi, *financial consultant* menggunakan metode pertanyaan terbuka untuk menggali informasi lebih dalam. Misalnya, klien diajak merenungkan tujuan jangka panjang seperti dana pensiun, biaya pendidikan anak, atau keinginan memiliki properti. Dari sana, *financial consultant* mulai menyusun profil keuangan sederhana dan memberikan simulasi investasi yang relevan.

Gambar 2. *Prospecting* pada calon investor

Selain konsultasi individu, pengabdian ini juga menghadirkan kelas edukasi daring dalam format webinar yang membahas tema-tema penting dalam literasi pasar modal. Kombinasi antara pendekatan personal dan komunal ini terbukti meningkatkan partisipasi aktif. Sejumlah peserta bahkan menyampaikan bahwa ini adalah pertama kalinya mereka memahami konsep dasar saham secara runtut. Pentingnya personalisasi dalam proses edukasi ini turut ditekankan oleh (Wulandari, 2021), yang menegaskan bahwa edukasi finansial yang disesuaikan dengan latar belakang dan kebutuhan peserta akan memiliki dampak yang lebih signifikan dibandingkan edukasi massal yang bersifat generik. Dalam hal ini, *prospecting* menjadi titik temu antara kebutuhan klien dan kapabilitas edukatif *financial consultant*.

Copyright ©2025 This is an open access article under the CC–BY-SA license

Tahap *Closing*: Menyimpulkan dengan Kepercayaan dan Keputusan

Tahap *closing* bukan sekadar proses akhir dari konversi klien menjadi investor aktif, tetapi merupakan manifestasi keberhasilan dari seluruh proses edukatif dan konsultatif. Dalam kegiatan ini, terdapat 7 individu yang berhasil masuk ke dalam sistem CRM dan 2 orang berhasil membuka akun investasi dan memulai langkah pertama dalam dunia pasar modal. Hal yang menarik adalah investor ini melakukan setoran awal dalam waktu singkat, yang menunjukkan bahwa kepercayaan telah terbentuk dengan kuat.

Sementara itu, 5 individu lainnya belum melakukan membuka akun, transaksi, namun tetap melanjutkan komunikasi dan diskusi dengan *financial consultant*. Ini menunjukkan bahwa edukasi telah menanamkan bibit kepercayaan yang akan tumbuh seiring waktu. Penelitian (Gunawan, 2021) (Putri, 2022)juga menunjukkan bahwa keberhasilan edukasi finansial tidak selalu diukur dari hasil langsung, melainkan dari seberapa besar perubahan sikap dan persepsi yang terbentuk pada individu.

Pada tahap ini, *financial consultant* juga menghadapi berbagai kendala seperti rendahnya kemampuan digital klien, keterbatasan waktu untuk *follow-up* intensif, serta keraguan yang masih muncul meskipun edukasi telah diberikan. Kendala ini menunjukkan bahwa pendekatan konsultatif harus dilengkapi dengan dukungan sistem yang kuat, pelatihan berkelanjutan untuk *financial consultant*, serta penggunaan teknologi berbasis AI yang dapat membantu mempersonalisasi komunikasi dengan klien secara otomatis.

Gambar 3. Data CRM di Valbury Apps

Strategi ini juga berdampak pada persepsi masyarakat terhadap perusahaan pialang itu sendiri. Sebagian besar responden mengakui bahwa mereka sebelumnya merasa ragu terhadap pasar modal karena adanya stereotip negatif atau kurangnya pemahaman. Namun, setelah melalui proses konsultasi yang ramah dan edukatif, muncul kesadaran baru bahwa berinvestasi dapat dilakukan secara aman dan terstruktur jika didampingi oleh pihak profesional.

Namun demikian, kegiatan ini juga menghadapi sejumlah tantangan, antara lain keterbatasan waktu dalam menjangkau seluruh calon investor secara personal, variasi tingkat pemahaman peserta, serta kendala teknis seperti kesulitan mengakses aplikasi investasi. Untuk mengatasi hal tersebut, diperlukan pengembangan modul edukatif yang

 Copyright ©2025 This is an open access article under the CC–BY-SA license

e-issn : 2808-7011, p-issn : 2808-6996
DOI : 10.56013/jak.v5i2.4396

lebih sistematis, integrasi teknologi informasi dalam proses konsultasi, serta peningkatan kapasitas *financial consultant* melalui pelatihan berkelanjutan.

Secara keseluruhan, kegiatan ini membuktikan bahwa strategi pendekatan konsultatif merupakan metode yang berkelanjutan, edukatif, dan berbasis empati, yang mampu mendorong perubahan nyata dalam perilaku finansial masyarakat. Tidak hanya berdampak pada peningkatan literasi, tetapi juga menciptakan pengalaman positif pertama bagi calon investor dalam menjelajahi dunia keuangan yang sebelumnya dianggap rumit dan berisiko tinggi.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang mengusung strategi pendekatan konsultatif oleh *financial consultant* terbukti memberikan dampak yang positif dalam membangun literasi keuangan dan kepercayaan masyarakat terhadap praktik investasi di perusahaan pialang. Pendekatan ini dilakukan melalui tiga tahapan sistematis, yaitu *contacting*, *prospecting*, dan *closing*, yang masing-masing dirancang untuk menciptakan interaksi yang bersifat edukatif, personal, dan berbasis kebutuhan individu. Tahap *contacting* berhasil membuka akses komunikasi yang efektif melalui pendekatan informatif dan non-agresif, sementara tahap *prospecting* memberikan ruang bagi *financial consultant* untuk melakukan pemetaan kebutuhan finansial dan edukasi yang disesuaikan dengan karakteristik klien. Pada akhirnya, tahap *closing* menunjukkan bahwa pendekatan berbasis edukasi dan relasi jangka panjang lebih efektif dalam mendorong keputusan investasi yang rasional dan bertanggung jawab dibandingkan dengan pendekatan penjualan konvensional.

Secara keseluruhan, strategi ini tidak hanya berdampak pada konversi klien menjadi investor aktif, tetapi juga membentuk pola pikir masyarakat terhadap pentingnya literasi finansial dan peran pendamping profesional dalam dunia investasi. *Financial consultant* dalam kegiatan ini bertransformasi dari sekadar penyedia informasi menjadi agen perubahan yang turut membentuk budaya finansial yang sehat, inklusif, dan berkelanjutan. Meski masih terdapat tantangan seperti keterbatasan waktu konsultasi dan variasi tingkat pemahaman peserta, pendekatan ini menunjukkan efektivitas yang tinggi dalam menjembatani kesenjangan informasi, mengurangi resistensi terhadap investasi, dan menciptakan relasi keuangan yang berbasis pada kepercayaan. Oleh karena itu, strategi konsultatif ini layak untuk diadopsi secara lebih luas oleh institusi keuangan sebagai bagian dari program literasi keuangan yang berkelanjutan dan berdampak sosial.

Copyright ©2025 This is an open access article under the CC–BY-SA license

DAFTAR PUSTAKA

Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Statistik Pasar Modal 2022*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.

Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2022*. Jakarta: OJK.

OECD. (2021). *Enhancing Financial Literacy: Global Policy Framework and Survey Findings*. Organisation for Economic Co-operation and Development.

Hidayat, T., Saiful, I., & Lestari, D. (2019). *Literasi keuangan dan akuntansi pada pelaku UMKM*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 8(2), 45–55.

Otoritas Jasa Keuangan. (2023). *Laporan kegiatan edukasi dan inklusi keuangan sampai dengan 30 September 2023*.

Yulianti, R., & Hapsari, A. (2023). Evolusi peran konsultan keuangan dalam industri investasi digital. *Jurnal Manajemen Investasi*, 9(2), 45–58.

Pramudito, A., & Ramadani, R. (2021). Pendekatan konsultatif dalam layanan keuangan: Strategi membangun kepercayaan nasabah. *Jurnal Keuangan dan Investasi*, 6(1), 17–25.

Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications.

Buttle, F., & Maklan, S. (2019). *Customer relationship management: Concepts and technologies* (4th ed.). Routledge.

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2020). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (4th ed.). SAGE Publications.

Gunawan, R., Sari, M., & Permana, Y. (2021). Peran financial advisor dalam meningkatkan literasi investasi di kalangan pekerja muda. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Terapan, 8*(2), 112–120.

Putri, D. A., & Rahmawati, I. (2022). Strategi komunikasi financial advisor dalam membangun kepercayaan investor pemula. *Jurnal Komunikasi Keuangan*, 4(1), 12–20.

Wulandari, D., Prasetyo, A., & Sari, N. (2021). Personal financial literacy enhancement through CRM-based advisory model. *Jurnal Ekonomi dan Literasi Keuangan*, 7(2), 33–42.

Yulianti, R., & Hapsari, A. (2023). Evolusi peran konsultan keuangan dalam industri investasi digital. *Jurnal Manajemen Investasi*, 9(2), 45–58.

 Copyright ©2025 This is an open access article under the CC–BY-SA license