

Mencapai Financial Well-being melalui Peran Financial literacy bagi Masyarakat Indonesia

by Nanik Linawati

Submission date: 20-Jun-2022 02:20PM (UTC+0700)

Submission ID: 1859989563

File name: Artikel_Seminar_Nasional_FRA_2017.pdf (279.89K)

Word count: 3549

Character count: 23448

Mencapai *Financial Well-being* melalui Peran *Financial literacy* bagi Masyarakat Indonesia

Raymond Wahyudi¹, Nanik Linawati²

¹ Mahasiswa Program Magister Manajemen

² Program Manajemen Keuangan, Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra

Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya

Email: raymond.wahyudi.djie@gmail.com; nanikl@petra.ac.id

ABSTRAK. Literasi keuangan (*financial literacy*) memegang peran kunci dalam pencapaian keamanan finansial (*financial wellbeing*). Literasi keuangan akan membantu seseorang untuk memiliki tujuan-tujuan keuangan yang terarah dan runtut berdasarkan skala prioritas. Literasi keuangan akan membantu seseorang untuk mengendalikan cara membelanjakan uang, agar berdasarkan kebutuhan (*need*) dan bukan keinginan (*want*). Apabila seseorang telah mampu mengendalikan cara membelanjakan uangnya (*spending*) dengan bijak, maka kemampuan menyisihkan penghasilan untuk ditabung akan terus tumbuh. Kemampuan untuk menabung secara berkesinambungan akan memungkinkan seseorang untuk menginvestasikan sebagian penghasilannya. Kebiasaan berinvestasi akan memungkinkan seseorang untuk meraih seluruh tujuan keuangannya, yang dikenal dengan keamanan finansial (*financial wellbeing*). Namun berdasarkan data *financial literacy* di Indonesia, ditemukan *financial literacy* masyarakat Indonesia masih terkonsentrasi pada produk perbankan. Sementara *financial literacy* masyarakat Indonesia pada produk pasar modal dan asuransi masih rendah. Bercermin pada data *financial literacy*, maka dapat diketahui bahwa pencapaian keamanan finansial di Indonesia masih menghadapi hambatan yang cukup besar. Perjalanan sosialisasi *financial literacy* masih perlu terus dilakukan secara berkesinambungan, agar harapan tercapainya masyarakat Indonesia yang mapan secara finansial dapat tercapai.

Kata Kunci: *financial literacy*, tujuan keuangan, *spending*, *financial well being*

ABSTRACT. *Financial literacy holds a key role in the achievement of financial wellbeing. Financial literacy will help a person to have targeted and coherent financial goals based on a priority scale. Financial literacy will help a person to control how to spend his or her money, to be based on "needs" and not "want". If a person has been able to spend his money wisely, then he can set aside earnings for savings. The ability to save on an ongoing basis will allow a person to invest some of his income. The habit of investing will enable a person to achieve all of his financial goals, known as financial wellbeing. However, based on financial literacy data in Indonesia, found financial literacy of Indonesian people are still concentrated in banking products. While the financial literacy of Indonesian people in capital market and insurance*

products is still low. Reflecting on the data financial literacy, it can be seen that the achievement of financial wellbeing in Indonesia still faces obstacles. The journey of socialization of financial literacy still needs to be done continuously, so that the hope of achieving financial wellbeing in Indonesian society can be achieved.

Keywords: *financial literacy, financial goals, spending, financial well being*

PENDAHULUAN

Mapan finansial (*financial well being*) merupakan dambaan bagi semua orang. Setiap orang menginginkan semua tujuan keuangan, seperti beribadah ke tanah suci, mengirim anak kuliah ke jenjang yang diinginkan, memiliki rumah, memiliki mobil, memiliki dana pensiun yang cukup, berlibur, semuanya tercapai. Kemapanan finansial akan memberi rasa aman bagi pemiliknya (Consumer Financial Protection Bureau, 2015). Untuk mencapai *financial well being*, setiap individu atau keluarga didorong untuk membuat pilihan-pilihan yang akan menentukan tujuan keuangan setiap individu atau keluarga dalam setiap aspek kehidupan.

Pendidikan dari masa kanak-kanak hingga remaja, kesehatan diri dan keluarga, hingga mempersiapkan masa pensiun tidak dapat terlepas dari sektor keuangan melalui beragam produk dan fungsi yang diberikan (ojk.go.id, 2016). Dengan adanya berbagai isu demografis, sosial dan tren ekonomi seperti *baby boom* dan peningkatan usia harapan hidup, perubahan pendapatan dan perencanaan pensiun, juga semakin banyak dan kompleksnya produk-produk keuangan yang ditawarkan, maka literasi keuangan (*financial literacy*) disadari semakin dibutuhkan (OECD, 2005). Setiap pihak baik pemerintah maupun institusi keuangan juga memiliki pemahaman akan kebutuhan *financial literacy* dalam masyarakat, sehingga mereka dapat mengatasi kesalahan dalam mengambil keputusan keuangan maupun berpartisipasi dalam membangun masa depan keuangan yang lebih baik (Raaij, 2016).

Para peneliti telah menyadari pengaruh *financial literacy* terhadap bagaimana seseorang dalam membuat keputusan ekonomi. Rumah tangga yang memiliki *financial literacy* yang tinggi akan memiliki perencanaan keuangan dan pensiun yang lebih baik (Lusardi & Mitchell, 2007). Begitu juga dalam penggunaan kartu kredit dan kredit lainnya, rumah tangga yang memiliki *financial literacy* yang tinggi akan mampu mengelolanya dengan baik (Disney & Gathergood, 2013). Sebaliknya, seseorang yang memiliki *financial literacy* yang rendah terbukti berpengaruh terhadap keputusan keuangan yang buruk dalam berinvestasi di pasar modal, pembiayaan dengan hutang, perencanaan pensiun dan setiap keputusan tersebut akan berdampak pada menurunnya kondisi keuangan orang tersebut (Chu, Wang, Xiao, & Zhang, 2016). Dapat disimpulkan bahwa *financial literacy* memiliki pengaruh terhadap *financial well-being*. Hal tersebut disetujui oleh banyak pihak bahwa ukuran keberhasilan yang paling akurat dari upaya peningkatan *financial literacy* adalah *financial well being* dari individu tersebut (Consumer Financial Protection Bureau, 2015).

Indonesia merupakan negara kepulauan dengan populasi keempat terbesar di dunia dan paling besar diantara negara-negara di ASEAN. Komposisi penduduk di Indonesia didominasi oleh penduduk dengan usia produktif dan diperkirakan akan terus mendominasi hingga dua puluh tahun mendatang. Hal ini disebut sebagai bonus demografi karena jumlah penduduk dengan usia produktif yang besar merupakan modal untuk mewujudkan pertumbuhan ekonomi yang tinggi dan berkelanjutan (Otoritas Jasa Keuangan, 2016). Hingga saat ini, pertumbuhan ekonomi Indonesia merupakan paling besar diantara negara Asia Tenggara dengan pencapaian pertumbuhan Pendapatan Domestik Bruto (PDB) sebesar 4% secara kuartal pada agustus 2017 (Trading economics, 2017).

Berdasarkan indeks literasi keuangan yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), kesadaran masyarakat akan *financial literacy* di Indonesia sebesar 29,66% pada tahun 2016, meningkat dibandingkan indeks literasi keuangan pada tahun 2013 sebesar 21,84% yang berarti diantara 100 orang penduduk Indonesia terdapat 29 orang yang *well literate*. *Well literate* berarti orang tersebut memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan serta produk jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan, serta memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan (Otoritas Jasa Keuangan, 2017). Indeks tersebut menunjukkan bahwa masih banyak masyarakat Indonesia yang masih belum memiliki kesadaran keuangan.

Bagi setiap negara, *financial literacy* dianggap penting dimiliki oleh masyarakat karena semakin tinggi *financial literacy* yang dimiliki masyarakat mempengaruhi keputusan keuangan yang diambil lebih optimal dan berpengaruh pada setiap aspek masyarakat. Banyak penelitian menunjukkan bahwa masyarakat yang memiliki *financial literacy* akan memberi dampak terhadap pembentukan masyarakat yang mandiri secara keuangan, semakin berkurangnya risiko dalam setiap sektor jasa keuangan, dan mendukung pemerintah dalam mencapai kesejahteraan secara keuangan pada setiap individu (Davies, 2016). Sebagai negara berkembang yang memiliki wilayah sangat luas dan penduduk nomor empat terbesar di dunia, Indonesia menghadapi masalah banyaknya penduduk yang belum memahami masalah keuangan dan memiliki tingkat literasi keuangan yang rendah. Hal ini mengakibatkan masyarakat terbatas dalam memahami dan mengevaluasi informasi yang relevan untuk melakukan pengambilan keputusan secara keuangan (Otoritas Jasa Keuangan, 2013). Fakta tersebut selaras dengan penelitian-penelitian yang telah menyimpulkan bahwa faktor utama bagi individu untuk memiliki kemampuan dalam bertindak dengan tepat secara keuangan merupakan tingkat literasi keuangan yang dimilikinya (Sherraden & Ansong, 2016).

Pemerintah Indonesia telah berinisiatif dengan menyusun Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) yang terdiri dari 3 fokus utama yaitu meningkatkan program edukasi dan kampanye nasional mengenai *financial literacy*, mengembangkan infrastruktur yang dibutuhkan untuk mendukung *financial literacy* dan membentuk produk & jasa keuangan yang sesuai (Otoritas Jasa Keuangan, 2013). OJK bersama Industri Jasa Keuangan telah bekerjasama melakukan berbagai macam program strategi dan inisiatif yang bertujuan untuk meningkatkan *financial literacy* masyarakat. Edukasi keuangan

merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan OJK dengan target edukasi yaitu perempuan/ibu rumah tangga, Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), petani/ nelayan, Tenaga Kerja Indonesia (TKI), pelajar/ mahasiswa, profesional, karyawan dan pensiun (Otoritas Jasa Keuangan, 2017).

METODE PELAKSANAAN

Berdasarkan tujuan penelitian, penelitian ini adalah penelitian eksploratori yang dilakukan untuk lebih memahami karakteristik dari suatu masalah dari fenomena yang perlu dipahami (Hermawan, 2005). Penelitian ini akan membahas mengenai perkembangan *financial literacy* di Indonesia melalui kajian literatur dari berbagai sumber dan melihat dampaknya terhadap *financial wellbeing*.

HASIL & PEMBAHASAN

Sebagai penerapan dari Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia, OJK bersama sektor jasa keuangan di Indonesia melaksanakan beberapa program yang bertujuan untuk meningkatkan *financial literacy* dari berbagai lapisan masyarakat Indonesia antara lain:

Tabel 1. Proyeksi sasaran dan kegiatan sebagai program edukasi dan sosialisasi literasi keuangan yang dilakukan oleh OJK selama tahun 2014-2018

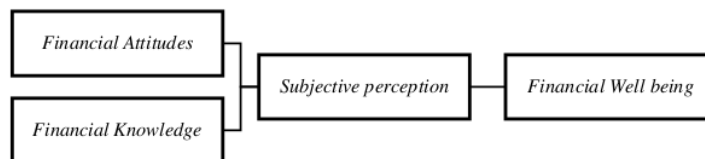
Prioritas	2014	2015	2016	2017	2018
Target	Ibu Rumah Tangga	Pelajar Mahasiswa	Karyawan Pensiun	Ibu Rumah Tangga	Pelajar Mahasiswa
	UMKM	Profesi		UMKM	Profesi
Kegiatan	Melakukan edukasi/ kampanye literasi keuangan	Melakukan edukasi/ kampanye literasi keuangan	Melakukan edukasi/ kampanye literasi keuangan Menyempurnakan infrastruktur literasi keuangan	Melakukan edukasi/ kampanye literasi keuangan	Melakukan edukasi/ kampanye literasi keuangan
	Membangun infrastruktur edukasi	Membangun infrastruktur edukasi	Melaksanakan survei		

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (2013)

Kegiatan-kegiatan literasi keuangan yang diproyeksikan selama tahun 2014-2018 oleh OJK berusaha mencakup semua lapisan masyarakat. Kelompok Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dan Ibu rumah tangga merupakan proyeksi target pertama pada tahun 2014 melalui kegiatan edukasi/

kampanye literasi keuangan dan di sisi lain, infrastruktur edukasi dikembangkan karena OJK berupaya setiap kelompok masyarakat dapat menikmati ³ produk dan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan karena umumnya masyarakat yang berasal dari kelompok bawah tidak dapat memanfaatkan produk-produk keuangan (Otoritas Jasa Keuangan, 2013). Melalui adanya edukasi/ kampanye literasi keuangan yang mencakup semua kelompok usia, program ini dapat mengembangkan *financial literacy* semenjak dini hingga masa tua sebagai kemampuan hidup yang harus dimiliki oleh setiap individu. Dimulai dengan pemahaman mengenai perilaku menabung dari masa muda, kemudian akumulasi kekayaan pada usia 40 tahun dan distribusi kekayaan pada masa pensiun (Soetiono, 2014).

Gambar 1. Kerangka konsep Financial Well Being



Sumber: Joo, (2008)

Dalam konsep *financial well being*, pengetahuan mengenai keuangan (*financial knowledge*) merupakan komponen yang signifikan yang membentuk *Subjective perception* yaitu persepsi yang menguatkan masing-masing individu untuk mengarahkan individu tersebut memiliki kesadaran dalam memiliki perilaku keuangan dan merupakan salah satu komponen yang penting dalam membentuk *financial well being*. Begitu juga dengan sikap masing-masing individu terhadap berbagai aspek keuangan pribadi (*financial attitude*) untuk mencapai *financial well being* membentuk perilaku keuangan yang lebih baik (Joo, 2008). *Financial literacy* mencakup dalam hal pemahaman produk keuangan dan konsep, memiliki kemampuan dan keyakinan dalam menghadapi risiko dan peluang finansial, dapat memilih keputusan finansial dengan informasi yang relevan, mengetahui solusi yang tepat dan mengambil tindakan yang efektif dalam proteksi dan mencapai *financial well being* (OECD, 2005). Kebanyakan orang hanya mengatur keuangan dengan pendekatan pasif yang bereaksi hanya ketika kondisi keuangan berubah atau mereka melakukan pendekatan strategis dengan merencanakan ke depannya untuk mencapai tujuan yang diinginkan (Koh & Mun, 2011). Hal itu disebabkan oleh rendahnya *financial literacy* yang dimiliki dan mengakibatkan banyak sekali kesalahan dan tindakan yang kurang tepat misalnya menabung yang cukup untuk mempersiapkan dana pensiun. ⁸ Dengan memiliki perilaku keuangan yang bertanggung jawab, maka *financial well being* dapat tercapai. Perilaku keuangan yang bertanggung jawab harus dilakukan dalam berbagai cara antara lain (Raaij, 2016):

Pengeluaran yang berdasarkan penghasilan. Memiliki pengeluaran yang lebih rendah dari uang yang dimiliki saat ini. Kebiasaan gaya hidup konsumtif tersebut dilakukan oleh 28% dari seluruh penduduk Indonesia dan gaya hidup tersebut dilakukan kelompok masyarakat dengan pendapatan lebih rendah daripada kelompok masyarakat dengan pendapatan lebih tinggi (republika.co.id, 2016).

Menghindari pilihan yang impulsif, sebagai gantinya melakukan keputusan yang telah dipertimbangkan dengan membandingkan setiap alternatif yang relevan seperti jumlah cicilan, periode jatuh tempo, tingkat suku bunga dan denda (*penalty*) dari setiap alternatif pinjaman,. Persentase penggunaan utang konsumsi di rumah tangga sebesar 38,49% lebih tinggi dari penggunaan untuk modal usaha (ipot.com, 2012).

Memilih produk dan jasa keuangan berdasarkan kesesuaian antara produk dan kebutuhan keuangan pribadi/ keluarga di masa kini atau mendatang. Setiap produk keuangan memiliki karakteristik yang spesifik. Sebelum membeli suatu produk keuangan setiap orang harus melihat kesesuaian profil risiko dan ekspektasinya dengan karakteristik produk keuangan yang akan dibeli.

Menggunakan jasa perencana keuangan atau advisor yang kompeten jika merasa memiliki kemampuan dan pengetahuan yang terbatas dan memastikan tujuan finansial dapat tercapai melalui bantuan jasa profesional tersebut. Sementara menggunakan jasa perencana keuangan, seseorang dapat belajar setiap hal yang harus dipahami untuk membuat perencanaan keuangan. Pada saat pengetahuan terkait pembuatan perencanaan keuangan telah dikuasai, maka kebutuhan untuk menyewa perencana keuangan dapat dihentikan.

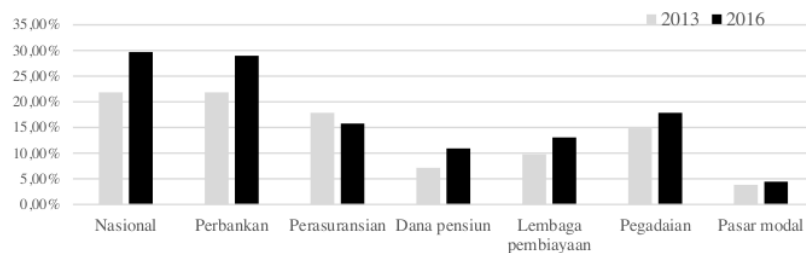
Memastikan cadangan dana untuk biaya yang tidak pasti atau situasi di masa depan. Cadangan dana umumnya dapat diletakkan dalam bentuk simpanan di bank. Tetapi masih ada 52% rumah tangga tidak memiliki tabungan dari total rumah tangga di Indonesia pada tahun 2012 (detik.com, 2014).

Menyesuaikan jumlah penghasilan yang digunakan untuk kebutuhan sehari-hari setelah memenuhi kewajiban finansial seperti membayar cicilan pinjaman, kartu kredit premi asuransi, dan biaya pendidikan anak. Faktanya, masyarakat Indonesia memiliki rata-rata proporsi untuk menabung hanya sebesar 20,6% dari total penghasilan namun sebaliknya proporsi yang digunakan untuk konsumsi sebesar 64% dari total penghasilan lalu sebesar 15,4% digunakan untuk pembayaran cicilan pinjaman (Bank Indonesia, 2017).

Melakukan investasi atau mengambil pinjaman dengan risiko yang telah dipertimbangkan. Hanya menginvestasikan sebagian dari dana yang dapat dimasukkan dalam aset berisiko untuk jangka panjang. Sebagian dana lainnya dapat diinvestasikan dalam obligasi atau aset yang kurang berisiko. Melakukan diversifikasi risiko dan mengurangi biaya transaksi. Alokasi yang dilakukan oleh masyarakat Indonesia sebagian besar hanya pada sektor perbankan dibandingkan sektor keuangan lainnya, dilihat pada tingkat utilitas masyarakat pada sektor perbankan sebesar 57,3%. Sedangkan tingkat utilitas pada produk dana pensiun dan pasar modal masih relatif rendah yaitu 1,5% dan 0,1% (Otoritas Jasa Keuangan, 2016).

Dampak dari perilaku keuangan bertanggung jawab ini akan berpengaruh pada masing-masing individu maupun kepada masyarakat. Bagi setiap rumah tangga yang memiliki perilaku tersebut, kebahagiaan dan *financial well being* dapat meningkat karena umumnya permasalahan keuangan yang menyebabkan retaknya hubungan pernikahan dan menjadi konflik dalam rumah tangga (Gathergood, 2012; Gärling, Kirchler, Lewis, & Raaij, 2009). Bagi masyarakat, kebutuhan akan dukungan keuangan untuk menyelesaikan masalah hutang dapat semakin ditekan sehingga seseorang yang terlepas dari permasalahan keuangan dapat memiliki produktivitas yang lebih baik karena mereka dapat mengurangi kekhawatiran dalam keuangan mereka (Raaij, 2016).

Gambar 2. Indeks Literasi Keuangan berdasarkan sektor jasa keuangan di Indonesia tahun 2013-2016



Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (2016)

Berdasarkan gambar di atas dapat diketahui bahwa ¹² indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia terus mengalami peningkatan dari 7,8% pada tahun 2013 menjadi 29,66% pada tahun 2016. Program edukasi keuangan yang dilakukan OJK membuktikan telah memberi dampak pada pertumbuhan tingkat literasi keuangan masyarakat. Namun sebaran *financial literacy* tidak merata pada setiap sektor jasa keuangan. Indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia meningkat lebih pesat sekitar 7,14% terhadap sektor perbankan yaitu 28,94% pada tahun 2016. Dibandingkan dengan sektor pasar modal, indeks literasi keuangan pada sektor tersebut hanya meningkat 0,61% menjadi 4,4% dan merupakan indeks yang pertumbuhannya paling rendah. Pada tahun 2016 menunjukkan bahwa masyarakat belum memiliki kesadaran keuangan untuk berinvestasi di pasar modal dan cenderung hanya menggunakan produk dan jasa yang disediakan oleh sektor perbankan. Hal tersebut dibuktikan pada tingkat utilitas di tahun 2013 utilitas pada sektor perbankan sebesar 57,28% namun utilitas pada sektor pasar modal hanya sebesar 0,11%. Partisipasi masyarakat di dalam pasar modal Indonesia sangat minim akibat kurangnya pemahaman yang memadai mengenai cara bertransaksi di pasar modal, ditambah adanya persepsi bahwa produk dan jasa di sektor pasar modal memiliki risiko yang tinggi, begitu juga dengan fakta bahwa sebagian besar yang memanfaatkan produk dan jasa pasar modal dimanfaatkan hanya oleh masyarakat kelas menengah ke atas (Otoritas Jasa Keuangan, 2013).

Indeks literasi keuangan pada sektor perasuransian mengalami penurunan sekitar 1% yaitu sebesar 15,76%. Namun selama tahun 2012 hingga 2016, perkembangan aset pada industri asuransi

meningkat sekitar 40% menjadi Rp. 968,82 Triliun dan pembelanjaan premi masyarakat meningkat sebesar Rp 1,29 juta per tahun (Suryowati, 2017). Perkembangan asuransi di Indonesia lebih rendah dibandingkan negara-negara ASEAN lainnya seperti Singapura, Thailand dan Malaysia karena masih minimnya literasi keuangan masyarakat Indonesia tentang produk asuransi. Sebagian masyarakat beranggapan bahwa kebutuhan akan proteksi diri dan harta benda (produk asuransi) kurang penting dibandingkan kebutuhan lain yang harus dipenuhi lebih dulu (Purnama, 2014).

Pada sektor jasa keuangan dana pensiun, lembaga pembiayaan dan pegadaian, indeks literasi keuangan rata-rata meningkat sebesar 3% pada tahun 2016 dapat disimpulkan terdapat dampak dari edukasi keuangan yang dilakukan oleh OJK terhadap *financial literacy* masyarakat namun terdapat ketimpangan *financial literacy* pada masing-masing sektor jasa keuangan di Indonesia. Hal ini berarti masyarakat belum memiliki *financial literacy* yang kuat dalam beberapa sektor jasa keuangan di Indonesia sehingga perilaku keuangan masyarakat hanya terbatas pada sektor keuangan perbankan .

KESIMPULAN

Secara umum, *financial literacy* masyarakat Indonesia masih terkonsentrasi pada produk perbankan. Sementara *financial literacy* pada produk pasar modal maupun asuransi masih rendah. Kondisi seperti ini akan menghambat perjalanan untuk tercapainya *financial well being*. OJK bersama dengan sektor jasa keuangan lain telah melakukan berbagai kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan *financial literacy* di setiap golongan masyarakat sebagai penerapan dari strategi nasional literasi keuangan. Perkembangan *financial literacy* pada tahun 2016 yang ditunjukkan dengan meningkatnya indeks literasi keuangan membuktikan program edukasi keuangan telah berjalan dengan baik. Namun masih perlu ada perhatian secara khusus pada masing-masing sektor jasa keuangan karena masih ada ketimpangan dalam pemahaman masyarakat sehingga perlu dilakukan integrasi di setiap sektor jasa keuangan untuk mencapai sasaran yang diinginkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amidjono, D. S., Brock, J., & Junaidi, E. (2016). Financial Literacy in Indonesia. Dalam C. Aprea, E. Wuttke, K. Breuer, N. K. Koh, P. Davies, B. Greimel-Fuhrmann, & J. S. Lopus, *International Handbook of Financial Literacy* (hal. 270-290). Singapore: Springer Science Business Media.
- Bank Indonesia. (2017, 8 8). *Survei Konsumen Bank Indonesia*. Diambil kembali dari Bi.go.id: <http://www.bi.go.id/id/publikasi/survei/konsumen/Default.aspx>
- CFPB. (2015). *Financial well-being; The goal of Financial Education*. US: CFPB.
- Chu, Z., Wang, Z., Xiao, J. J., & Zhang, W. (2016). Financial literacy, Portfolio choice and Financial Well-Being. *Social Indicators Research vol. 132 issue 2*, 799-820.
- Davies, P. (2016). Policy Contexts of Financial Literacy. Dalam C. Aprea, E. Wuttke, K. Breuer, N. K. Koh, P. Davies, B. Greimel-Fuhrmann, & J. S. Lopus, *International Handbook of Financial Literacy* (hal. 127-130). Singapore: Springer Science Business Media.

- detik.com. (2014, 10 7). *52% Rumah Tangga di Indonesia Tak Punya Tabungan*. Diambil kembali dari detik.com: <https://finance.detik.com/moneter/2741696/52-rumah-tangga-di-indonesia-tak-punya-tabungan>
- Disney, R., & Gathergood, J. (2013). Financial literacy and consumer credit portfolios. *Journal of Banking and Finance* 37(7), 2246-2254.
- Hermawan, A. (2005). *Penelitian bisnis; paradigma kuantitatif*. Jakarta: Grasindo.
- ipot.com. (2012, 07 19). *Kemampuan Sektor Rumah Tangga Bayar Utang Tunjukkan Peningkatan*. Diambil kembali dari ipotnews.com: https://www.ipotnews.com/index.php?jdl=Kemampuan_Sektor_Rumah_Tangga_Bayar_Utang_Tunjukkan_Peningkatan&level2=newsandopinion&level3=industries&level4=finance&news_id=13608&group_news=IPOTNEWS&taging_subtype=BANKING&popular=&search=y&q=#.WZxVElQjHIU
- Joo, S. (2008). Personal Financial Wellness. Dalam P. Jing Jian Xiao, *Handbook of Consumer Finance Research* (hal. 21-34). USA: Springer Science Business Media.
- Koh, B., & Mun, F. W. (2011). *Personal financial planning*. Singapore: Prentice hall.
- Kompas.com. (2017, 05 4). *Apa Fokus OJK untuk Edukasi, Literasi Keuangan dan Perlindungan Konsumen?* Diambil kembali dari kompas.com: <http://ekonomi.kompas.com/read/2017/05/04/160000926/apa.fokus.ojk.untuk.edukasi.literasi.keuangan.dan.perlindungan.konsumen>.
- Linangkung, E. (2016, 8 25). *OJK Gandeng UGM Tingkatkan Literasi dan Inklusi Lembaga Keuangan*. Diambil kembali dari Sindonews.com: <https://ekbis.sindonews.com/read/1133949/178/ojk-gandeng-ugm-tingkatkan-literasi-dan-inklusi-lembaga-keuangan-1472107128>
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2007). Baby boomer retirement security: The roles of planning, financial literacy, and housing wealth. *Journal of monetary Economics*, 54(1), 205–224.
- OECD. (2005). Improving financial literacy. Paris: OECD Publishing.
- ojk.go.id. (2016). *PENDIDIKAN KEUANGAN, KUNCI KESEJAHTERAAN MASYARAKAT*. Diambil kembali dari Sikapi uangmu: <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/376>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2013, 10). Literasi keuangan: sebuah strategi nasional. *Edukasi konsumen*, hal. 13-18.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2013, 10). Mengerek literasi pasar modal nasional. *Edukasi Konsumen*, hal. 19-21.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2013). *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia*. Jakarta: OJK.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2016). *Master Plan Sektor Jasa Keuangan Indonesia 2015-2019*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2016). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2016*. Diambil kembali dari Sikapiuangmu.ojk.go.id: <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/DetailMateri/250>

- Otoritas Jasa Keuangan. (2017, 01 24). *Siaran pers OJK: Indeks literasi dan inklusi keuangan meningkat*. Diambil kembali dari ojk.go.id: ojk.go.id
- Purnama, R. R. (2014, 10 9). *Kesadaran Berasuransi Masyarakat Indonesia Masih Rendah*. Diambil kembali dari Sindonews.com: <https://ekbis.sindonews.com/read/921909/34/kesadaran-berasuransi-masyarakat-indonesia-masih-rendah-1415532937>
- Raaij, W. F. (2016). *Understanding Consumer Financial Behavior*. New York: Palgrave Macmillan.
- republika.co.id. (2016, 2 4). *28 Persen Masyarakat Miliki Pengeluaran Lebih Besar dari Pendapatan*. Diambil kembali dari Republika.co.id: <http://gayahidup.republika.co.id/berita/gaya-hidup/trend/16/02/03/01z6gv384-28-persen-masyarakat-miliki-pengeluaran-lebih-besar-dari-pendapatan>
- Sherraden, M. S., & Ansong, D. (2016). Financial Literacy to Financial Capability:: Building Financial Stability and Security. Dalam C. Aprea, E. Wuttke, K. Breuer, N. K. Koh, P. Davies, B. Greimel-Fuhrmann, & J. S. Lopus, *International Handbook of Financial Literacy* (hal. 83-96). Singapore: Springer Science Business Media.
- Soetiono, K. S. (2014, 4 8). *Promoting financial literacy through life cycle*. Diambil kembali dari Otoritas Jasa Keuangan: http://www.ojk.go.id/id/data-dan-statistik/ojk/Documents/3rdPresentasiFinal_1397745329.pdf
- Suryowati, E. (2017, 4 2). *Rata-rata Belanja Asuransi Masyarakat Indonesia Capai Rp 1,29 Juta per Tahun*. Diambil kembali dari Kompas.com: <http://ekonomi.kompas.com/read/2017/04/02/171500726/rata-rata.belanja.asuransi.masyarakat.indonesia.capai.rp.1.29.juta.per.tahun>
- Trading economics. (2017,08). *Indonesia GDP Growth Rate*. Diambil kembali dari Trading economics: <https://tradingeconomics.com/indonesia/gdp-growth>
- Wardah, F. (2017, 5 30). *Pemerintah Berupaya Kurangi Ketimpangan Ekonomi*. Diambil kembali dari Voice of America: <https://www.voaindonesia.com/a/pemerintah-berupaya-kurangi-ketimpangan-/3877577.html>

Mencapai Financial Well-being melalui Peran Financial literacy bagi Masyarakat Indonesia

ORIGINALITY REPORT

18%

SIMILARITY INDEX

16%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

10%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

Submitted to Universitas Jenderal Soedirman

Student Paper

4%

2

repository.unj.ac.id

Internet Source

2%

3

vdocuments.site

Internet Source

2%

4

spiritnews.co.id

Internet Source

2%

5

www.slideshare.net

Internet Source

1%

6

Submitted to Universitas Pendidikan Indonesia

Student Paper

1%

7

jurnal.stiebankbpdjateng.ac.id

Internet Source

1%

8

lib.unnes.ac.id

Internet Source

1%

www.scribd.com

9

Internet Source

1 %

10

pekanbaru.tribunnews.com

Internet Source

1 %

11

journal.uny.ac.id

Internet Source

1 %

12

media.neliti.com

Internet Source

1 %

13

studentjournal.petra.ac.id

Internet Source

1 %

Exclude quotes On

Exclude matches < 1 %

Exclude bibliography On