

## Literasi Keuangan Pelaku UMKM Kota Semarang

**Mustika Widowati**

*Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Semarang*

*mustika2\_66@yahoo.com*

**Winarto**

*Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Semarang*

*winartosuwiryo@yahoo.com*

*(Diterima: 00-Juni-2017; direvisi: 00-Bulan-2017; dipublikasikan: 00-Juni-2017)*

### **Abstract**

*This research is aim to identify the small medium enterprise behavior pattern in the financial decision specially on investment, saving and consumption; to measure financial literacy and to measure the contribution of authority institution in customer financial education. This research is the descriptive analysis and used survey technique. The results showed that consumption behavior pattern is less than 60% from their income is used to consume; all respondents agree that they are take their saving with special appropriation from their income; 97,66% respondents choose that saving account as the first priority to invest their fund and 97% respondent choose to invest land/houses/property if they have more money. Financial literacy level are not literate 36%, less literate 28%, sufficient literate 27% dan well literate 9%. The last research finding is that the contribution of the authority institution is low, the society less literate about the financial institution and their products.*

**Keyword:** *financial education, financial literacy, small medium enterprice, financial institution.*

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pola perilaku masyarakat dalam pengambilan keputusan keuangan khususnya dalam investasi, menabung dan konsumsi; mengukur tingkat literasi keuangan UMKM dan mengukur peran lembaga yang berwenang (OJK/lembaga pendidikan/pemerintah daerah) dalam mendukung masyarakat tentang literasi keuangan. Penelitian ini adalah penelitian diskriptif dengan teknik survey. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola perilaku konsumsi responden adalah kurang dari 60% dari penghasilan yang digunakan untuk konsumsi, 100% responden menyatakan bahwa menabung dilakukan dengan penyisihan khusus dari penghasilan, 97,66% responden memilih tabungan sebagai pilihan investasi dan 97% responden memilih tanah/rumah/property sebagai instrument investasi untuk dana berlebih. Tingkat literasi keuangan responden adalah *not literate* 36%, *less literate* 28%, *sufficient literate* 27% dan *well literate* 9%. Peran lembaga terkait dalam edukasi keuangan ke masyarakat masih rendah dan masyarakat masih kurang paham dengan lembaga keuangan dan produk-produknya.

**Kata kunci:** edukasi keuangan, literasi keuangan, UMKM, lembaga keuangan

### **PENDAHULUAN**

Fenomena yang terjadi di masyarakat menunjukkan banyaknya kasus penipuan yang dilakukan oleh lembaga keuangan, baik yang berkedok sebagai koperasi, unit simpan pinjam, arisan dan sebagainya sampai dengan penipuan yang dilakukan oleh lembaga resmi seperti bank. Berbagai kasus yang terjadi tersebut menimpa berbagai kalangan masyarakat

baik kalangan yang berduit, terpelajar sampai dengan kalangan bawah yang miskin dan tidak terpelajar. Modus yang dilakukan pada kejahatan keuangan ini pasti bermula dari janji imbal hasil investasi dan bisnis yang menggiurkan sampai dengan ketidakjelasan informasi. Kejadian serupa juga menimpa masyarakat manakala berada pada pihak debitur. Keluhan karena tidak transparannya perhitungan bunga dan biaya, perubahan

(kenaikkan) bunga yang dibebankan tanpa persetujuan debitur dan berbagai kasus yang merugikan masyarakat sangat sering terjadi.

Dengan perkembangan pola perekonomian masyarakat yang bergeser dari perekonomian tradisional ke pola perekonomian digital, maka modus kejahatan keuangan berkembang dan semakin canggih. Pemanfaat teknologi dan rekayasa sosial menjadi modus yang semakin berkembang sehingga dikenal dengan istilah *technology based money laundering* yang berkedok pada bisnis-bisnis ilegal dan bisnis investasi seperti perhiasan, emas, benda-benda seni, *game online*, *piracy*, olah raga (sepak bola), mobil (mewah), property, P2P transactions, E-money (*commodity backed*), *prepaid access cards*, *loading cash*, *new payment technology* dan berbagai macam investasi lain (Simsar, J., 2013).

Fakta yang menyedihkan adalah maraknya turunan modus-modus kejahatan keuangan tersebut dan ditujukan pada segmen masyarakat ekonomi bawah. Berbekal pemahaman faktor sosial psikologi masyarakat yang demikian mudah percaya dan kurang rasional maka modus-modus kejahatan keuangan ini tumbuh subur. Minimnya pengetahuan, dan akses perlindungan konsumen menjadikan korban semakin mudah diperdaya. Koran Jakarta, Minggu, 30 September 2012 menyampaikan Report to the Nations 2012 yang dirilis *Association of Certified Fraud Examiners* (ACFE) menyebutkan 5 persen dari total pendapatan yang diperoleh perusahaan dicuri penjahat keuangan. Angka ini diperoleh dari penelitian di 96 negara dengan total kerugian 3,5 triliun dollar AS. Ada tiga daerah terbesar mengalami kejahatan keuangan, yakni Amerika Serikat 778 kasus dengan kerugian 120.000 dollar AS, kemudian, Asia 294 kasus senilai 195.000 dollar AS, dan Eropa 234 kasus sebesar 250 dollar AS. Sebanyak 16,6 persen kasus yang terjadi dialami sektor perbankan dan keuangan.

Xu & Zia, (2012) melaporkan bahwa tingkat literasi keuangan Indonesia pada tahun 2007 sebesar 78% untuk *Compound interest*, 61% untuk *inflation* dan 28% untuk *risk diversification*. ini mengindikasikan bahwa dalam hal pemahaman terhadap *compound interest* masyarakat Indonesia yang mampu menjawab benar dari pertanyaan yang diajukan sebanyak 78%. Pemahaman yang paling baik dibandingkan masyarakat di Negara lain yang sekategori (West Bank dan India). Untuk pemahaman tentang inflasi 61% menjawab benar atas pertanyaan yang diajukan

dan hasil ini juga lebih tinggi dibandingkan India tetapi lebih rendah dari West Bank. Namun dalam hal *risk diversification* maka capaian Indonesia rendah dan lebih rendah dari India. Rendahnya tingkat literasi dalam hal *risk diversification* mengindikasikan bahwa masyarakat Indonesia menghadapi risiko ketidakmampuan dalam melakukan diversifikasi penempatan pilihan alternatif pengelolaan keuangan. Hal ini dimungkinkan karena rendahnya pengetahuan dalam pengelolaan keuangan.

Survey Otoritas Jasa keuangan (OJK) 2013 menghasilkan temuan bahwa tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia masih sangat rendah yakni sebesar *Well literate* sebesar 21,84%; *Sufficient literate* sebesar 75,69 %, *Less literate* (2,06 %), *Not literate* (0,41%). Hasil ini tentu saja sangat memprihatinkan karena menunjukkan ketidakpahaman masyarakat terhadap cara dan pola pengelolaan keuangan yang tepat. Oleh karena itu tidaklah mengagetkan kalau kejahatan keuangan juga sangat banyak terjadi di tengah-tengah masyarakat seperti dalam bentuk investasi ilegal.

Amaliyah dan Rini (2015) melaporkan bahwa tingkat literasi pemilik UMKM di kota Tegal masih tergolong rendah. Faktor yang mempengaruhi literasi keuangan adalah gender, pendidikan dan pendapatan. Indrawati (2015) juga melaporkan bahwa tingkat literasi keuangan masyarakat perkotaan di Kabupaten Jember rendah dan dipengaruhi pendapatan, pendidikan, gender, kepemilikan produk keuangan dan perilaku terhadap jasa keuangan. Beberapa hasil penelitian tersebut semuanya melaporkan rendahnya tingkat literasi keuangan yang ada di Indonesia. Halabi, A. K., R. Barret., and R. Dyt. (2010) menyampaikan bahwa penelitian di SMEs Australia memberikan bukti bahwa pelaku usaha kecil hanya memahami hal-hal sangat dasar dari informasi akuntansi dan memiliki masalah terhadap pemahaman *literacy* keuangan. Penggunaan laporan keuangan hanya terfokus pada masalah pajak. Rowbottom, N. and A. Lymer (2010) menyampaikan bahwa pemakai yang paling sering menggunakan laporan keuangan adalah individual yang tercatat oleh suatu *internet provider*, karyawan dan profesional, investor/kreditor. Penelitian ini juga melaporkan 7,15% permintaan *annual report* berasal dari akademisi. Jumlah ini cukup signifikan dan lebih tinggi dari permintaan konsultan, *customer*, *supplier*, *competitor* dan kantor akuntan terhadap laporan keuangan.

Dalam menghadapi masyarakat yang mendunia ini tantangan yang dihadapi masyarakat semakin kompleks. Apabila kondisi ini dibiarkan tanpa proses penanganan yang terkonsep secara mendasar tentu saja dapat berdampak pada lemahnya kesehatan pola pikir ekonomi masyarakat dalam jangka panjang. Mengingat perkembangan rekayasa keuangan juga semakin canggih maka dalam kondisi ketidaktepatan ilmu dan sikap maka masyarakat menjadi semakin tidak berdaya dan salah dalam menentukan sikap ekonominya. Perilaku kolektif masyarakat yang seperti ini tentu saja dapat berdampak pada lemahnya ketahanan keuangan masyarakat dan daya saing bangsa.

Lo (2009) menyampaikan bahwa dalam kondisi krisis ekonomi yang tidak terhindarkan *hardwired* perilaku manusia akan menjadi "*animal spirit*". Hal ini akan memberikan dampak yang merusak tidak saja pada kondisi kesejahteraan ekonomi tetapi juga merambah pada aspek kepanikan dan ketakutan psikologis. Sebagai Negara yang berpotensi ekonomi baik dengan jumlah penduduk yang besar maka tingginya tingkat literasi keuangan masyarakat sangat diperlukan untuk menghindarkan masyarakat dari kejahatan keuangan. Untuk itu OJK sebagai lembaga yang memiliki wewenang dan tugas mengawasi lembaga jasa keuangan memiliki strategi untuk melawan investasi ilegal yang merugikan dan meresahkan masyarakat. Usaha preventif yang dilakukan OJK adalah dengan strategi nasional literasi keuangan dan untuk pelaksanaannya telah diterbitkan surat edaran OJK nomor 1/SEOJK.07/2014 tentang Pelaksanaan Edukasi dalam Rangka Meningkatkan Literasi Keuangan Kepada Konsumen atau Masyarakat yang diterbitkan 14 Februari 2014. Dalam kurun waktu pelaksanaan program edukasi literasi keuangan tersebut perlu sekali dilakukan penilaian untuk melihat dampak dari kebijakan tersebut. Pengkajian ini diperlukan untuk melihat dampak program terhadap peningkatan literasi keuangan masyarakat dan untuk menemukan permasalahan serta hambatan yang terjadi di masyarakat dalam pelaksanaan program tersebut.

## KAJIAN LITERATUR

### Literasi Keuangan

Berbagai kajian menunjukkan belum adanya kesepakatan dalam mendefinisikan konsep literasi keuangan dan juga standar

pengukurannya. Vitt, (2000) menyatakan bahwa *personal financial literacy* adalah kemampuan seseorang untuk membaca, menganalisa, mengelola dan mengkomunikasikan kondisi keuangan pribadi yang mempengaruhi kehidupan secara material Clereq and Venter (2009). Clereq and Venter (2009) menyampaikan banyak studi di tataran internasional melaporkan bahwa pendidikan pengenalan tentang keuangan sejak dini adalah berpotensi baik untuk meningkatkan literasi keuangan.

Program literasi keuangan adalah rangkaian proses atau aktivitas untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan dan keyakinan konsumen dan masyarakat luas sehingga mereka mampu mengelola keuangan pribadi dengan lebih baik. OJK menggunakan indikator literasi keuangan sebagai berikut: kepemilikan pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan, produk dan jasa keuangan; memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan; memiliki ketrampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan.

Selanjutnya tingkat literasi keuangan diklasifikasikan menjadi empat jenjang. Keempat jenjang tingkat literasi keuangan adalah *well literate*, *sufficient literate*, *less literate* dan *not literate* (OJK.go.id).

### Pengukuran Literasi Keuangan

Pelaksanaan edukasi keuangan bertujuan mewujudkan masyarakat Indonesia yang *well literate*. Sebagai instrument pengukur tingkat literasi keuangan, OJK menggunakan tiga indikator yakni 1. pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga keuangan serta produk jasa keuangan, 2. pengetahuan dan keyakinan terhadap fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan, 3. keterampilan menggunakan produk dan jasa keuangan. Selanjutnya kategorisasi tingkat literasi keuangan dibagi menjadi empat bagian, yakni:

*Well literate*, yakni 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.

1. *Sufficient literate*, memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat dan risiko, hak

- dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan.
2. *Less literate*, hanya memiliki pengetahuan tentang lembaga jasa keuangan, produk dan jasa keuangan.
  3. *Not literate*, tidak memiliki pengetahuan dan keyakinan terhadap lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, serta tidak memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan.

Literasi Keuangan memiliki tujuan jangka panjang bagi seluruh golongan masyarakat, yaitu: meningkatkan literasi seseorang yang sebelumnya *less literate* atau *not literate* menjadi *well literate* dan meningkatkan jumlah pengguna produk dan layanan jasa keuangan. Agar masyarakat luas dapat menentukan produk dan layanan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan, masyarakat harus memahami dengan benar manfaat dan risiko, mengetahui hak dan kewajiban serta meyakini bahwa produk dan layanan jasa keuangan yang dipilih dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Manfaat bagi masyarakat adalah masyarakat akan mampu memilih dan memanfaatkan produk dan layanan jasa keuangan yang sesuai kebutuhan, memiliki kemampuan dalam melakukan perencanaan keuangan dengan lebih baik, terhindar dari aktivitas investasi pada instrumen keuangan yang tidak jelas dan mendapatkan pemahaman mengenai manfaat dan risiko produk dan layanan jasa keuangan. Lembaga keuangan dan masyarakat saling membutuhkan satu sama lain sehingga semakin tinggi tingkat literasi keuangan masyarakat, semakin banyak masyarakat yang akan memanfaatkan produk dan layanan jasa keuangan. Lusardi, Pierre-Carl & Olivia (2015) menyampaikan bahwa efektifitas program literasi keuangan yang diberikan untuk karyawan yang berusia sekitar 40 tahun dapat menumbuhkan jumlah tabungan pensiun sebesar 10%, walaupun program edukasi keuangan memberikan lebih berpengaruh dalam jangka pendek dan hanya sedikit berpengaruh untuk jangka panjang.

Untuk mendukung peningkatan masyarakat dalam memahami laporan keuangan sebenarnya lembaga keuangan juga sudah berupaya komunikatif memberikan berbagai fasilitas dan media komunikasi yang dapat diakses masyarakat dengan teknologi terkini. Hal ini senada dengan pendapat Arvidsson, S. (2011) memperlihatkan terjadinya perubahan tren penyampaian laporan keuangan ke arah *non-financial information* untuk mengekspos *intangible assets* yang dimiliki perusahaan.

Dengan laporan publikasi yang menyangkut *non-financial information* diharapkan masyarakat akan semakin paham dengan lembaga keuangan sehingga memiliki sikap positif. Secara khusus OJK juga mewajibkan lembaga keuangan melaporkan rencana dan pelaksanaan edukasi melalui SE nomor 1/SEOJK.07/2014.

## METODE PENELITIAN

Model penelitian adalah penelitian terapan yakni penelitian yang berusaha menemukan solusi atas suatu permasalahan yang dapat digunakan sebagai informasi pengambilan kebijakan. Informasi yang akan diberikan dari penelitian ini adalah 1. Identifikasi pola perilaku para pelaku UMKM dalam pengambilan keputusan keuangan khususnya dalam investasi, menabung dan konsumsi; 2. Identifikasi tingkat literasi keuangan para pelaku UMKM; 3. Identifikasi peran lembaga yang berwenang (OJK/ lembaga pendidikan/ pemerintah daerah) dalam mengedukasi masyarakat tentang literasi keuangan.

Penelitian dilakukan dengan teknik survey dengan alat pengumpul data kuisisioner dan menggunakan sampel pemilik usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Semarang. Penelitian dilakukan pada bulan Juli sampai dengan bulan Desember 2016 di kota Semarang.

Teknik sampling dengan menggunakan *judgement sampling*. Kriteria sampel yang ditentukan adalah: 1. UMKM berada di daerah Tembalang dengan pertimbangan bahwa daerah Tembalang merupakan daerah cluster yang memiliki keunikan UMKM dan berada pada daerah yang memiliki potensi perputaran uang yang cepat dan besar. Daerah Tembalang juga merupakan kawasan kampus yang memiliki variasi UMKM yang sangat banyak. 2. Pemilik UMKM sudah melakukan usahanya selama minimal 1 tahun sehingga sudah pernah melakukan berbagai keputusan keuangan baik investasi, konsumsi maupun menabung. Dengan keterbatasan sumber daya yang dimiliki maka wilayah survey berada dalam radius 2 km dari kawasan kampus Politeknik Negeri Semarang dan ditentukan sebanyak 30 responden.

Alat pengumpul data adalah kuisisioner. Model kuisisioner disusun dengan pertanyaan terbuka dan tertutup. Skala yang digunakan adalah skala interval yakni dengan cara responden memberikan skor persepsi dari angka 1 (sangat tidak setuju) sampai dengan 4 (sangat setuju) (Ghozali, 2008). Namun

demikian mengingat sifat dari pertanyaan yang diajukan maka beberapa pertanyaan hanya disediakan 3 atau 2 alternatif (dikotomi) jawaban. Sebaliknya terdapat juga alternative jawaban yang disediakan lebih dari 4 dengan satu tujuan untuk menggali pemahaman, sikap dan penilaian responden secara lebih dalam. Hal ini dilakukan untuk memperkokoh pemahaman, sikap dan penilaian responden terhadap suatu masalah yang ditanyakan. Teknik wawancara dilakukan untuk melengkapi data yang diperlukan apabila dari kuisioner dirasakan terdapat hal yang perlu digali lebih lanjut. Wawancara dilakukan saat pengisian kuisioner untuk memastikan langsung kebenaran data yang diisikan oleh responden. Tingkat pengisian kuisioner yang disebarkan terlihat dalam tabel 1 berikut:

**Tabel 1 Tingkat Pengisian Kuisioner**

No	Keterangan	Jumlah
1	Kuisioner disebarkan	40
2	Kuisioner kembali	32 (80%)
3	Kuisioner rusak (tidak lengkap)	2 (6,25%)
4	Kuisioner digunakan	30 (93,75%)

Sumber: data primer diolah

Dari tabel 1 tersebut terlihat bahwa tingkat partisipasi responden dalam mengisi kuisioner yang disebarkan sangat tinggi yang menunjukkan bahwa kuisioner dapat dipahami oleh responden sehingga kemungkinan responden menjawab sebagaimana yang diharapkan juga tinggi.

Analisis data yang digunakan adalah statistik diskriptif distribusi frekuensi untuk menggambarkan pola perilaku masyarakat dalam keputusan keuangan dan persepsi peran lembaga yang berwenang (OJK/lembaga pendidikan/pemerintah daerah) dalam mengedukasi masyarakat tentang literasi keuangan. *Mean* digunakan untuk mengetahui tingkat literasi keuangan masyarakat.

## HASIL PENELITIAN

### Identifikasi Model Pengambilan Keputusan Investasi, Menabung dan Konsumsi Keputusan investasi

Model pengambilan keputusan investasi dari responden UMKM adalah sebagai berikut:

**Tabel 2 Model Pengambilan Keputusan Investasi UMKM**

No	Jenis Investasi	Frekuensi	
		Ya	Tidak
1	Tabungan	29 (96,66%)	1
2	Deposito	4 (13,33%)	26
3	Saham/sukuk/ reksadana	1 (3,3%)	29
4	Simpanan tunai di rumah	22 (73,33%)	8

Sumber: data primer diolah

Tabel 2 memaparkan tentang model pengambilan keputusan investasi dari UMKM. Dengan memberikan keleluasaan yang diberikan kepada responden untuk memilih alternatif jawaban lebih dari satu dapat terlihat bahwa model investasi terbanyak yang paling diminati adalah tabungan, dan yang paling rendah adalah saham/sukuk/reksadana. Model ini menunjukkan bahwa responden UMKM masih berorientasi jangka pendek untuk menjaga likuiditasnya dan mengutamakan kepraktisan. Tingkat imbal hasil yang lebih tinggi belum menjadi prioritas UMKM dalam berinvestasi pada instrument di lembaga keuangan. Kekurangpahaman dengan variasi jenis instrument lain yang dikeluarkan oleh lembaga jasa keuangan juga menjadi kemungkinan pemicu model berinvestasi mereka.

Tingginya responden yang masih memilih investasi dengan cara menabung di rumah sebarangpun kecilnya sebenarnya menjadi peluang bagi lembaga keuangan untuk menjadikan mereka target nasabah yang potensial. Dengan kemajuan teknologi informasi perbankan yang berkembang saat ini yang mengarah pada *branchless banking* maka sebenarnya transaksi dapat dilakukan dengan sangat mudah melalui fasilitas *internet banking*, *mobil banking* ataupun *e-banking*. Namun fakta ini menunjukkan bahwa responden di Semarang pun yang pastinya sangat dapat menjangkau teknologi tersebut kebiasaan berinvestasi dengan model menabung di rumah masih menjadi pilihan yang relatif tinggi.

### Keputusan menabung

Model pengambilan keputusan menabung dari responden UMKM adalah bahwa

mereka menabung sebagai aktivitas yang dilakukan dari penyisihan penghasilan secara khusus dan bukan dari sisa dari konsumsi atas penghasilan yang diperolehnya. Tabel 3 berikut menyatakan bahwa seluruh responden memiliki pola tersebut.

**Tabel 3 Model Pengambilan Keputusan Menabung UMKM**

No	Keputusan Menabung	Frekuensi Ya	Frekuensi tidak
1	Penyisihan dari penghasilan secara khusus	30	-
	Total	30	-

Sumber: data primer diolah

Tabel 3 menunjukkan telah adanya kesadaran yang sangat tinggi dari responden UMKM akan kebutuhan menabung sehingga mereka mengagendakan menabung berasal dari penyisihan yang dilakukan secara khusus.

Kesadaran yang sangat tinggi ini merupakan modal kuat bagi lembaga keuangan untuk mengarahkan masyarakat semakin banyak bermitra dengan bank dan lembaga keuangan dan menggunakan berbagai produk bank dan lembaga keuangan yang lain. Bila dihubungkan dengan model investasi sebagaimana yang disajikan dalam tabel 2 terlihat memang adanya perilaku yang linier dari responden.. Temuan ini mengindikasikan bahwa investasi tabungan yang dilakukan oleh responden baik tabungan di bank atau lembaga keuangan lainnya dan simpanan tunai di rumah merupakan perilaku sadar dan dilakukan dari penyisihan penghasilan secara khusus.

### Keputusan konsumsi

Model pengambilan keputusan konsumsi dari responden UMKM adalah sebagai mana disajikan dalam tabel 4 berikut.

**Tabel 4 Model Pengambilan Keputusan Konsumsi UMKM**

No	Alokasi Konsumsi	Frekuensi
1	100 % penghasilan untuk konsumsi	-
2	80 % - 99% penghasilan untuk konsumsi	-
3	60 % - 79% penghasilan untuk konsumsi	-
4	Kurang 60 % penghasilan untuk konsumsi	30
	Total	30

Sumber: data primer diolah

Tabel 4 menggambarkan model keputusan konsumsi dari responden UMKM yakni bahwa model konsumsi mereka seluruhnya kurang dari 60% penghasilan yang diperoleh. Hal ini menunjukkan perilaku yang sangat hati-hati dalam melakukan konsumsi. Tidak heran kalau hampir semua responden menyatakan mereka melakukan investasi dalam bentuk tabungan dan seluruh responden juga melakukan penyisihan penghasilan secara khusus untuk menabung.

### Instrument yang digunakan untuk keputusan dana berlebih

Instrument yang digunakan untuk keputusan dana berlebih dari responden UMKM disajikan dalam tabel 5. Dari tabel 5 terlihat bahwa instrument yang digunakan untuk keputusan dana berlebih dari responden UMKM paling tinggi adalah investasi dalam bentuk tanah/rumah/property. dan paling rendah adalah investasi dalam saham/sukuk/reksadana. Temuan ini mengindikasikan bahwa investasi aman menjadi pilihan paling banyak dilakukan oleh responden UMKM. Hal ini juga didukung kondisi lingkungan dari responden yang merupakan daerah kampus yang memiliki karakteristik nilai tanah/rumah/property sangat tinggi dengan eskalasi kenai-kannya yang sangat menggiurkan, sehingga mendorong siapapun yang memiliki berlebih akan ingin memiliki investasi di tanah/rumah/property di daerah Tembalang dan sekitar kampus. Hal ini ternyata mendorong pelaku UMKM pun mengarah pada pola investasi tersebut.

Sebagai pengusaha maka pilihan pemanfaatan dana berlebih yang dimiliki juga mengarah ke investasi ke usaha baru yang menjanjikan keuntungan lebih tinggi. Dua pertiga responden memilih jenis investasi ke usaha baru yang lebih menjanjikan. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi berusaha yang dimiliki para pelaku UMKM ini cukup tinggi. Walaupun sebanyak 63,33% responden menyatakan berkeinginan memperbesar usaha mereka namun responden cenderung memilih investasi dana berlebih ke usaha baru yang lebih menjanjikan dibanding investasi dalam usaha yang sudah ada. Hanya sebanyak 23% responden memilih memberbesar usaha yang sudah ada. Penjelasan yang dapat diberikan adalah terjadinya persaingan usaha yang demikian ketat terjadi di daerah Tembalang yang terjadi di seluruh lini jenis usaha, kemungkinan adanya *switching customer* yang tinggi dan loyalitas konsumen rendah. Fenomena ini ditandai dengan bila ada usaha

baru yang muncul maka akan segera diikuti oleh usaha yang sama di banyak tempat. Munculnya usaha sejenis ini mengakibatkan konsumen memiliki alternative baru yang mengarahkan mereka untuk berpindah sehingga mendorong *switching customer* yang tinggi. Oleh karena itu alternatif memperbesar usaha yang sudah ada tidak menjadi pilihan sebagian besar responden. Mereka cenderung menginvestasikan dana berlebihnya ke usaha baru yang menjanjikan keuntungan lebih tinggi atau bagi yang merasa tidak sanggup lagi bersaing maka investasi dalam bentuk tanah/rumah/property menjadi pilihan aman.

Pilihan investasi dana berlebih untuk disimpan di rumah juga menjadi acuan sebagian besar responden. Konsisten dengan pilihan investasi sebagaimana tersaji dalam tabel 2 bahwa sebanyak 73,33% responden juga menyatakan pilihan investasinya adalah simpanan di rumah. Untuk kepemilikan dana berlebih pun responden masih menganggap simpanan di rumah sebagai alternative yang dipilih oleh 70% responden. Merujuk hasil yang tersaji dalam tabel 4 yang menggambarkan bahwa 97,66% responden memilih investasi berupa tabungan maka bila dilihat dari hasil dari tabel 7 terdapat fakta yang cukup unik.

Dalam tabel 5 terlihat bahwa pilihan investasi dana berlebih dari responden adalah disimpan di rumah, ditabungkan ke koperasi/tempat lain dan diinvestasikan ke bank dalam bentuk tabungan dan deposito.. Fakta ini menunjukkan bahwa bank dan lembaga keuangan belum menjadi pilihan bagi responden UMKM untuk menyimpan dananya. Alternatif tempat lain selain bank dan lembaga keuangan yang digunakan sebagai tempat menabung perlu dikaji lebih jauh. Berbagai spekulasi bisa muncul dan yang sangat dikhawatirkan adalah apabila responden masuk dan terperangkap ke dalam lembaga-lembaga yang menawarkan investasi *illegal*.

Tabel 5 memberikan juga gambaran bahwa investasi dalam emas, barang berharga dan barang seni serta saham/sukuk/reksadana masih belum menjadi pilihan. Hal ini terjadi karena rendahnya tingkat literasi keuangan responden sehingga tidak tahu alternative lain dalam menginvestasikan dananya. Dari tabel 5 terlihat jelas bahwa literasi responden khususnya tentang pasar modal dan produk pasar modal serta lembaga pembiayaan dan produk lembaga pembiayaan juga sangat rendah. Hal ini mengakibatkan responden tidak memiliki alternatif investasi lain selain investasi dalam bentuk tabungan yang menjadi pili-

han utamanya. Tabungan pun juga pilihan simpanan di rumah menjadi pilihan yang tinggi pula disamping menabung di lembaga lain selain bank. Temuan inilah yang perlu menjadi perhatian dan kajian lebih lanjut mengingat potensi UMKM di Tembalang ini sangat tinggi dengan pasar yang sangat besar serta konsistensi permintaan. Dengan tingkat literasi keuangan yang sangat rendah maka dikhawatirkan UMKM tersebut akan masuk ke dalam investasi illegal yang merugikan.

**Tabel 5 Instrument yang Digunakan UMKM untuk Keputusan Dana Berlebih**

No	Alokasi Konsumsi	Frekuensi
1	100 % penghasilan untuk konsumsi	-
2	80 % - 99% penghasilan untuk konsumsi	-
3	60 % - 79% penghasilan untuk konsumsi	-
4	Kurang 60 % penghasilan untuk konsumsi	30
Total		30

Sumber: data primer diolah

### Tingkat Literasi Keuangan UMKM

Tingkat literasi keuangan UMKM pada aspek pengetahuan terhadap Lembaga Keuangan terpapar dalam tabel 6. Dari tabel 6 tersebut terlihat bahwa tingkat literasi keuangan UMKM pada aspek pemahaman terhadap lembaga keuangan untuk *not literate* 36%, *less literate* 28%, *sufficient literate* 27% dan *well literate* 9%. Capaian *not literate* sebesar 36% berarti 36% responden tidak memiliki pengetahuan dan keyakinan terhadap lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, serta tidak memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan. *Less literate* 28% berarti 28% responden hanya memiliki pengetahuan tentang lembaga jasa keuangan, produk dan jasa keuangan.

*Sufficient literate* 27% berarti 27% responden memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan. *Well literate* 9% berarti 9% responden 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.

**Tabel 6 Tingkat Literasi Keuangan UMKM pada Aspek Pengetahuan terhadap Lembaga Keuangan**

No	Literasi Aspek Pengetahuan	Tingkat Literasi				Rata-rata tertimbang
		<i>Not Literate</i> (0)	<i>Less Literate</i> (1)	<i>Sufficient Literate</i> (2)	<i>Well Literate</i> (3)	
1	Bank konvensional	3	13	14	-	1,37
2	Bank syariah	-	1	28	1	2,00
3	Produk bank	-	3	23	4	2,03
	Pengertian tabungan	-	24	6	-	1,20
	Pengertian deposito	7	12	11	-	1,13
	Pengertian giro	27	-	2	1	0,23
	Pengertian transfer	-	-	-	30	3,00
4	Pasar modal	25	4	1	0	0,20
5	Produk pasar modal	26	4	-	-	0,13
6	Asuransi	1	29	-	-	0,97
7	Produk asuransi	3	7	20	-	1,57
8	Lembaga pembiayaan	27	2	1	-	0,13
9	Produk lembaga pembiayaan	21	9	-	-	0,30
Total		140	108	106	36	390
Prosentase		36%	28%	27%	9%	100%

Sumber: data primer diolah

Dengan potensi keuangan yang dimiliki cukup besar yakni dengan volume penjualan per bulan sebesar Rp. 1.059.500.000. dengan rata-rata volume penjualan per responden sebulan sebesar Rp 35.316.000-an. Perkiraan keuntungan per bulan responden sebanyak Rp. 222.141.833 atau rata rata sebesar Rp. 7.404.727 per responden. Dengan perilaku konsumsi mereka yang kurang dari 60% penghasilan yang diperoleh maka sisa penghasilan yang berpotensi untuk diinvestasikan dalam berbagai instrument sebesar Rp. 2.965.890.

Otoritas Jasa Keuangan secara khusus merupakan lembaga yang diamanati untuk melakukan edukasi keuangan dan pendampingan konsumen lembaga keuangan. Namun demikian lembaga lain yang terkait seperti lembaga pendidikan dan juga lembaga keuangan sendiri serta pemerintah daerah juga sangat berkepentingan dalam proses edukasi keuangan untuk meningkatkan literasi keuangan. Berikut adalah peran lembaga terkait dalam edukasi keuangan ke masyarakat.

**Tabel 7 Peran Lembaga Terkait dalam Edukasi Keuangan**

No	Jenis LK	Frekuensi	Pemahaman
1	Bank konvensional	48%	Kurang paham
2	Bank syariah	37,67%	Kurang paham
3	Pasar modal	1%	Tidak paham
4	Asuransi	64,22%	Kurang paham
5	Lembaga pembiayaan	5,69%	Tidak paham
Rata-rata		31,31%	

Sumber: data primer diolah

Dari tabel 7 terlihat bahwa lembaga terkait belum dirasakan perannya oleh responden UMKM dalam melakukan edukasi keuangan. Dengan kecilnya peran lembaga terkait dalam edukasi keuangan yang dirasakan UMKM pun juga menghasilkan tingkat pemahaman yang rendah tentang lembaga keuangan. Kondisi ini tentu saja mengkuatirkan. Mengingat program yang sudah dijalankan oleh OJK telah memiliki kerangka pilar yang demikian bagus, namun agaknya perlu adanya keterlibatan instansi lain dalam menjalankan program tersebut agar hasil dapat maksimal.

## KESIMPULAN DAN SARAN

(1) Pola konsumsi responden sangat hati-hati yang hanya mengkonsumsi kurang dari 60% penghasilan yang diperolehnya; (2) responden memiliki kesadaran yang sangat tinggi karena memiliki pola menabung yang disisihkan secara khusus dari penghasilannya; (3) jenis investasi yang menjadi pilihan utama adalah tabungan sedangkan apabila mereka memiliki dana berlebih maka instrument investasi yang dipilih adalah tanah/rumah/property; (4) responden memiliki tingkat literasi keuangan yang rendah; (5) peran lembaga terkait dalam edukasi keuangan kepada masyarakat masih rendah dan tingkat pemahaman responden terhadap pengertian, profil dan produk lembaga keuangan juga rendah; (6) Saran untuk peningkatan literasi keuangan adalah dengan melibatkan lembaga pendidikan, mahasiswa dan tokoh masyarakat dalam edukasi keuangan mengingat peran dari OJK/lembaga pendidikan/pemerintah yang dirasakan masyarakat masih rendah; (7) Model edukasi perlu diperbaharui dengan mempertimbangkan keunikan dan daya jangkauan pemahaman masyarakat serta perlunya *role model* yang dapat dipercaya.

## DAFTAR RUJUKAN

- Amaliyah, R. dan Rini S. W. (2015). Analisis faktor yang mempengaruhi tingkat literasi keuangan di kalangan UMKM kota Tegal. *Management Analysis Journal*. 4 (3). p. 252 – 257.
- Arvidsson, S. 2011. Disclosure of non financial information in the annual report. *Journal of Intellectual Capital*. Vol. 12. No. 2. p. 277-300.
- Clereq, B. De. & JMP. Venter. 2009. Factors influencing a prospective chartered accountant's level of financial literacy: an exploratory study. *Meditari Accountancy Research*. Vol. 17 no. 2 . p. 47-60.
- Ghozali, I. 2008. *Model persamaan struktural: konsep dan aplikasi dengan program Amos 16.0*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Halabi, A. K., R. Barret., & R. Dyt. 2010. Understanding financial information used to assess small firm performance. *Quantitative Research in Accounting & Management*. Vol. 7. No. 2. p. 163 – 179.
- Indrawati, Y. 2015. *Determinan dan strategi peningkatan literasi keuangan masyarakat perkotaan di Kabupaten Jember*. Lembaga Penelitian Universitas Jember.
- Lo, A. W. 2009. Regulatory reform in the wake of financial crisis of 2007 – 2008. *Journal of Financial Economic Policy*. Vol 1. No. 1. p. 4- 43.
- Lusardi, A. Pierre-Carl Michaud & Olivia S. Mitchell. 2015. *Using a life cycle model to evaluate financial literacy program effectiveness*. Pension Research Council. The Wharton School. University of Pennsylvania. Philadelphia.
- Otoritas Jasa Keuangan. 2015. *Buku saku otoritas jasa keuangan. Edisi 2*. Otoritas Jasa Keuangan. Otoritas Jasa Keuangan. *Literasi Keuangan*. Ojk.go.id
- Rowbottom, N. & A. Lymer. 2010. Exploring the use and users of narrative reporting in the online annual report. *Journal of Applied Accounting Research*. Vol. 11. No. 2. P. 90 – 108.
- Simsar, J. 2013. Money laundering: emerging trends and trends. *Journal of Money Laundering Control*. Vol. 16. no.1. p. 41-54.
- Xu, L. & B. Zia. 2012. Overview of the evidence with practical suggestions for the way forward. *Policy Research Working Paper*. The World Bank Development Research Group Finance and Private Sector Development Team.