



Dampak Keterlibatan Institusi Keuangan terhadap Sophistication Finansial dan Pengeluaran Konsumen

Benardi¹, Ngadi Permana², Mohammad Chaidir³

^{1,2,3} STIE Kasih Bangsa, Indonesia

Email : benardi@stiekasihbangsa.ac.id ngadi.permana@stiekasihbangsa.ac.id
m.chaidir@stiekasihbangsa.ac.id

Abstract This study aims to examine the impact of financial institutions' involvement on financial sophistication and consumer spending through a literature review. Various relevant studies indicate that financial institutions' involvement through financial education, innovative financial products, and financial literacy can enhance consumers' understanding in making smarter financial decisions. These positive impacts include better spending management and the shift from consumptive spending to long-term investments. However, the success of this involvement is influenced by social, economic, and psychological factors that affect the adoption and effectiveness of financial programs. This study concludes that financial institutions play a crucial role in increasing financial sophistication, but external factors need to be considered for optimal results.

Keywords: Financial Institutions' Involvement, Financial Sophistication, Consumer Spending, Financial Literacy, Financial Education

Abstrak Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dampak keterlibatan institusi keuangan terhadap sophistication finansial dan pengeluaran konsumen melalui tinjauan literatur. Berbagai studi yang relevan menunjukkan bahwa keterlibatan institusi keuangan melalui edukasi finansial, produk keuangan yang inovatif, serta literasi keuangan dapat meningkatkan pemahaman konsumen dalam membuat keputusan finansial yang lebih cerdas. Dampak positif ini termasuk pengelolaan pengeluaran yang lebih baik dan pengalihan pengeluaran konsumtif menjadi investasi jangka panjang. Meskipun demikian, keberhasilan keterlibatan ini dipengaruhi oleh faktor sosial, ekonomi, dan psikologis yang memengaruhi adopsi dan efektivitas program keuangan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa keterlibatan institusi keuangan memainkan peran penting dalam meningkatkan sophistication finansial, namun faktor eksternal perlu dipertimbangkan untuk mencapai hasil yang optimal.

Kata Kunci: Keterlibatan Institusi Keuangan, Sophistication Finansial, Pengeluaran Konsumen, Literasi Keuangan, Edukasi Finansial

1. PENDAHULUAN

Dalam dekade terakhir, peran institusi keuangan dalam membentuk perilaku finansial konsumen semakin menjadi perhatian utama dalam berbagai penelitian. Keterlibatan institusi keuangan mencakup penyediaan produk keuangan, peningkatan literasi keuangan, hingga regulasi yang bertujuan untuk mengarahkan keputusan finansial konsumen. Salah satu isu penting adalah bagaimana institusi keuangan memengaruhi tingkat financial sophistication atau kecakapan finansial individu dan dampaknya terhadap pola pengeluaran konsumen. Financial sophistication mengacu pada kemampuan individu untuk membuat keputusan finansial yang optimal berdasarkan pemahaman menyeluruh atas risiko, biaya, dan manfaat yang terkait dengan produk keuangan tertentu (Agarwal et al., 2017a). Sementara itu, pengeluaran konsumen mencerminkan respons terhadap perubahan pendapatan, biaya pinjaman, atau faktor ekonomi lainnya (Baker et al., 2018).

Penelitian-penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa rendahnya tingkat literasi finansial dan kecakapan finansial dapat menyebabkan konsumen membuat keputusan yang

merugikan, seperti pemilihan kontrak kredit yang salah (Agarwal et al., 2015b) atau kegagalan untuk merestrukturisasi hipotek dengan kondisi yang lebih baik (Keys et al., 2016). Dalam konteks ini, institusi keuangan memiliki tanggung jawab besar untuk menyediakan informasi yang memadai dan transparan, sekaligus menciptakan lingkungan yang mendukung pengambilan keputusan yang rasional (Campbell, 2016). Studi ini bertujuan untuk meninjau literatur yang ada mengenai dampak institusi keuangan terhadap financial sophistication dan pengeluaran konsumen, dengan menyoroti peran regulasi, intervensi edukasi, serta inovasi produk keuangan.

Kecakapan finansial sangat penting dalam membantu konsumen menghadapi kompleksitas produk keuangan modern. Sebagai contoh, Agarwal et al. (2009a) menemukan bahwa tingkat financial sophistication bervariasi berdasarkan siklus hidup individu, dengan puncaknya pada usia paruh baya. Hal ini menggarisbawahi perlunya pendidikan finansial yang berkelanjutan untuk meningkatkan kemampuan individu dalam mengelola keputusan keuangan mereka. Namun, tantangan besar muncul ketika produk keuangan dirancang secara kompleks sehingga menyulitkan konsumen untuk memahami implikasi biaya dan manfaatnya (Barber & Odean, 2004).

Selain itu, keterlibatan institusi keuangan dalam meningkatkan financial sophistication sering kali mencakup penggunaan teknologi untuk menyampaikan informasi keuangan. Studi Olafsson dan Pagel (2018a) menunjukkan bahwa penggunaan perangkat lunak pengelolaan keuangan pribadi dapat membantu konsumen menjadi lebih sadar terhadap arus kas mereka. Dalam konteks ini, inovasi digital oleh institusi keuangan dapat menjadi katalis dalam meningkatkan kecakapan finansial, terutama di kalangan generasi muda (Carlin et al., 2019).

Institusi keuangan tidak hanya menawarkan produk dan layanan tetapi juga memainkan peran penting dalam melindungi konsumen melalui regulasi. Penelitian oleh Agarwal et al. (2015c) menunjukkan bahwa regulasi terhadap produk kartu kredit, seperti pembatasan biaya keterlambatan, dapat secara signifikan mengurangi biaya yang harus ditanggung konsumen. Sementara itu, Campbell (2016) menekankan perlunya pendekatan regulasi berbasis perilaku yang mempertimbangkan keterbatasan rasionalitas konsumen, seperti bias keputusan atau informasi asimetris. Namun, terdapat perdebatan mengenai sejauh mana regulasi dapat meningkatkan financial sophistication tanpa menimbulkan efek samping yang tidak diinginkan. Sebagai contoh, studi Medina (2021) menunjukkan bahwa intervensi regulasi di pasar kartu kredit dapat menyebabkan sebagian konsumen mengubah perilaku mereka secara tidak produktif, seperti mengurangi penggunaan kredit meskipun dalam situasi yang tidak diperlukan.

Pengeluaran konsumen adalah cerminan dari bagaimana individu menanggapi perubahan ekonomi, seperti perubahan tingkat pendapatan, suku bunga, atau insentif fiskal. Penelitian oleh Jappelli dan Pistaferri (2014) menyoroti pentingnya heterogenitas dalam respons konsumen terhadap kebijakan fiskal, dengan konsumen yang kurang sophisticated cenderung memiliki marginal propensity to consume (MPC) yang lebih tinggi. Di sisi lain, Baker et al. (2018) menunjukkan bahwa rumah tangga dengan akses yang lebih baik terhadap informasi keuangan memiliki kemampuan yang lebih baik dalam menyesuaikan pengeluaran mereka selama periode ketidakpastian ekonomi. Keterlibatan institusi keuangan dalam menyediakan layanan perencanaan keuangan dan edukasi dapat membantu konsumen memitigasi dampak fluktuasi ekonomi terhadap pengeluaran mereka. Penelitian D'Acunto et al. (2019) menunjukkan bahwa intervensi edukasi yang ditargetkan dapat meningkatkan stabilitas konsumsi selama masa krisis ekonomi. Hal ini menyoroti pentingnya kerjasama antara institusi keuangan dan pemerintah dalam menciptakan kebijakan yang mendukung stabilitas ekonomi rumah tangga.

2. KAJIAN PUSTAKA

Dalam beberapa tahun terakhir, hubungan antara sophistication finansial individu dan pengeluaran konsumen telah menjadi fokus utama dalam kajian ekonomi perilaku. Sophistication finansial merujuk pada kemampuan individu untuk memahami dan membuat keputusan yang tepat mengenai produk dan layanan keuangan, yang dapat berdampak signifikan terhadap pola konsumsi mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji literatur terbaru yang terkait dengan keterlibatan institusi keuangan dalam mempengaruhi sophistication finansial dan pengeluaran konsumen.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa rendahnya tingkat literacy finansial dapat mengarah pada keputusan konsumsi yang kurang optimal. Lusardi dan Mitchell (2008) mengungkapkan bahwa individu dengan literasi finansial rendah lebih cenderung membuat keputusan konsumsi yang tidak menguntungkan dalam jangka panjang. Hal ini sejalan dengan penelitian Agarwal et al. (2015b), yang menekankan pentingnya pendidikan finansial untuk meningkatkan kesadaran konsumen dalam memilih produk keuangan yang sesuai. Salah satu faktor penting dalam meningkatkan sophistication finansial adalah peran aktif institusi keuangan dalam mendidik konsumen. Agarwal et al. (2017a) menunjukkan bahwa institusi keuangan yang memberikan informasi yang jelas dan mudah dipahami mengenai produk mereka dapat membantu konsumen membuat keputusan keuangan yang lebih baik. Dalam konteks ini, institusi keuangan memiliki peran penting dalam mengurangi ketidaktahuan

konsumen terhadap risiko yang terkait dengan berbagai produk finansial, seperti kredit dan pinjaman (Agarwal et al., 2015a). Penelitian juga menunjukkan bahwa keterlibatan aktif dalam perencanaan finansial dapat memperbaiki pengelolaan utang dan tabungan konsumen, yang akhirnya mempengaruhi pengeluaran mereka (Agarwal et al., 2015c).

Terkait dengan pengeluaran konsumen, penelitian oleh Aaronson et al. (2012) dan Parker (1999) memberikan bukti bahwa perubahan dalam pendapatan atau kebijakan keuangan, seperti kenaikan upah minimum atau pengembalian pajak, dapat memengaruhi pola pengeluaran rumah tangga. Peningkatan pendapatan sering kali disertai dengan peningkatan konsumsi, meskipun pengaruh ini bisa bervariasi tergantung pada tingkat sophistication finansial individu. Hal ini menunjukkan bahwa pengeluaran konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh pendapatan, tetapi juga oleh kemampuan mereka dalam mengelola sumber daya keuangan secara efektif.

Lebih lanjut, studi oleh Stango dan Zinman (2016) menunjukkan bahwa kesalahan dalam memilih produk keuangan dapat meningkatkan biaya tersembunyi, yang berkontribusi pada peningkatan pengeluaran konsumen. Dalam hal ini, konsumen yang kurang terdidik secara finansial lebih rentan terhadap biaya yang lebih tinggi, seperti bunga pinjaman yang tidak kompetitif atau biaya overdraft bank (Stango & Zinman, 2016). Oleh karena itu, peningkatan sophistication finansial dapat membantu konsumen menghindari biaya tambahan ini dan, dengan demikian, mengoptimalkan pengeluaran mereka.

Penelitian oleh Andersen et al. (2020) mengungkapkan bahwa ketidaksadaran terhadap kondisi keuangan dapat mengarah pada ketidakmampuan untuk mengatur pengeluaran secara efektif, terutama dalam menghadapi perubahan ekonomi yang besar, seperti krisis finansial atau perubahan kebijakan moneter. Hal ini menunjukkan pentingnya pendidikan finansial yang berkelanjutan yang melibatkan institusi keuangan untuk membantu konsumen dalam menghadapi dinamika ekonomi yang berubah.

Secara keseluruhan, literatur menunjukkan bahwa keterlibatan institusi keuangan dalam meningkatkan sophistication finansial dapat secara signifikan mempengaruhi pola pengeluaran konsumen. Dengan menyediakan informasi yang jelas dan mendukung pengembangan literasi finansial, institusi keuangan dapat membantu konsumen membuat keputusan keuangan yang lebih bijak, yang akhirnya akan berdampak pada pengelolaan pengeluaran yang lebih efektif.

3. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis tinjauan literatur untuk mengeksplorasi dampak keterlibatan institusi keuangan terhadap sophistication finansial dan pengeluaran konsumen. Tinjauan literatur merupakan metode yang cocok untuk memahami hubungan antara dua fenomena yang ada dalam literatur yang sudah ada, dan untuk merangkum berbagai temuan yang relevan dari berbagai sumber.

Topik utama yang akan dianalisis adalah keterlibatan institusi keuangan dalam meningkatkan sophistication finansial konsumen dan dampaknya terhadap pola pengeluaran konsumen. Sumber literatur yang digunakan dalam penelitian ini adalah artikel jurnal, buku, laporan penelitian, dan dokumen lainnya. Sumber-sumber yang dipilih diharapkan dapat memberikan gambaran komprehensif tentang hubungan antara institusi keuangan, sophistication finansial, dan pengeluaran konsumen.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui pencarian sistematis di database akademik. Pencarian dilakukan dengan menggunakan kata kunci seperti "financial institutions", "financial sophistication", "consumer spending", "financial literacy", dan "consumer behavior". Data yang diperoleh kemudian diseleksi berdasarkan relevansi, kualitas metodologi penelitian, dan temuan yang dapat membantu menjawab pertanyaan penelitian. Setelah literatur terkumpul, langkah selanjutnya adalah menganalisis dan mengelompokkan studi-studi yang relevan. Analisis ini dilakukan dengan membaca secara mendalam artikel-artikel yang ada untuk mengidentifikasi pola-pola utama dan hasil temuan yang sejalan dengan topik penelitian. Literatur yang terpilih kemudian dikelompokkan berdasarkan tema-tema tertentu.

Setelah analisis selesai, temuan-temuan disusun dalam bentuk narasi yang menggambarkan perkembangan dan kesimpulan dari berbagai studi yang telah dibaca. Temuan-temuan ini akan dikategorikan berdasarkan tema atau aspek yang relevan, dengan disertai penjelasan tentang bagaimana keterlibatan institusi keuangan mempengaruhi tingkat sophistication finansial dan pengeluaran konsumen.

4. HASIL PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dampak keterlibatan institusi keuangan terhadap sophistication finansial dan pengeluaran konsumen melalui tinjauan literatur. Berdasarkan kajian yang dilakukan, ditemukan bahwa keterlibatan institusi keuangan memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan sophistication finansial konsumen, yang pada gilirannya memengaruhi pola pengeluaran mereka.

Keterlibatan institusi keuangan dalam menyediakan layanan dan produk keuangan yang kompleks, seperti kartu kredit, pinjaman konsumen, dan investasi, dapat meningkatkan tingkat sophistication finansial konsumen. Agarwal, Driscoll, dan Laibson (2023) menekankan bahwa keterlibatan aktif institusi keuangan dalam menawarkan produk yang lebih terjangkau dan lebih mudah diakses dapat meningkatkan keterampilan finansial individu. Hal ini mendukung konsumen dalam mengelola aset dan liabilitas mereka, serta merencanakan pengeluaran dengan lebih baik. Dengan kata lain, institusi keuangan tidak hanya menyediakan produk tetapi juga pendidikan yang diperlukan untuk meningkatkan pemahaman finansial konsumen.

Sophistication finansial yang meningkat akan berhubungan langsung dengan keputusan pengeluaran konsumen. Konsumen yang memiliki pemahaman finansial yang lebih baik cenderung lebih bijaksana dalam mengelola pengeluaran mereka, menghindari pengeluaran impulsif, dan lebih terstruktur dalam merencanakan kebutuhan jangka panjang. Studi oleh Anderson dan Simester (2022) menunjukkan bahwa peningkatan sophistication finansial berkaitan erat dengan pengelolaan utang yang lebih baik, pemilihan produk keuangan yang lebih sesuai, serta pemahaman yang lebih baik tentang risiko yang terkait dengan keputusan pengeluaran.

Faktor utama yang memengaruhi pengeluaran konsumen terkait dengan sophistication finansial adalah pendidikan finansial, pengalaman pribadi, dan layanan yang diberikan oleh institusi keuangan. Selain itu, faktor eksternal seperti kondisi ekonomi dan kebijakan pemerintah juga dapat memengaruhi keputusan pengeluaran konsumen. Dalam banyak studi, ditemukan bahwa konsumen yang memiliki pemahaman yang baik tentang keuangan cenderung memiliki pengeluaran yang lebih terkontrol dan terencana.

Penelitian ini juga menyoroti pentingnya peran institusi keuangan dalam menyusun kebijakan dan strategi untuk meningkatkan sophistication finansial konsumen. Agarwal et al. (2023) berpendapat bahwa institusi keuangan perlu menyediakan lebih banyak produk yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen dan memberikan edukasi finansial yang lebih intensif, terutama kepada konsumen yang baru memulai dalam dunia keuangan. Hal ini tidak hanya membantu konsumen membuat keputusan yang lebih baik dalam pengeluaran mereka, tetapi juga berkontribusi pada stabilitas ekonomi secara keseluruhan.

Secara keseluruhan, keterlibatan institusi keuangan memiliki dampak positif terhadap peningkatan sophistication finansial konsumen, yang berimplikasi langsung pada pengeluaran mereka. Peningkatan literasi finansial melalui produk dan layanan keuangan yang disediakan oleh institusi keuangan mampu membantu konsumen untuk mengelola pengeluaran mereka dengan lebih baik dan membuat keputusan finansial yang lebih cerdas. Penelitian ini

menegaskan pentingnya peran institusi keuangan dalam memperkuat pemahaman finansial masyarakat dan mendorong pengeluaran yang lebih efisien.

5. PEMBAHASAN

Dalam konteks keterlibatan institusi keuangan, peningkatan literasi finansial sering kali disertai dengan pengetahuan yang lebih baik mengenai produk keuangan yang tersedia di pasar. Hal ini memberikan konsumen kemampuan untuk membuat keputusan keuangan yang lebih baik, seperti memilih produk keuangan yang tepat, mengelola utang, dan merencanakan tabungan serta investasi. Penelitian oleh Agarwal et al. (2023) menunjukkan bahwa produk keuangan yang lebih terjangkau dan mudah diakses oleh institusi keuangan dapat meningkatkan pemahaman finansial konsumen. Konsumen yang memahami produk-produk tersebut cenderung lebih baik dalam mengelola keuangan mereka, yang berdampak pada pengelolaan pengeluaran yang lebih bijak. Namun, penelitian oleh Xu et al. (2022) menunjukkan bahwa meskipun keterlibatan institusi keuangan meningkatkan literasi finansial, hasilnya tidak selalu langsung tercermin dalam keputusan finansial yang lebih cerdas. Mereka menemukan bahwa konsumen yang lebih tua cenderung kurang responsif terhadap edukasi finansial yang diberikan oleh institusi keuangan. Hal ini berbeda dengan temuan dari Choi et al. (2023), yang menunjukkan bahwa akses yang lebih mudah ke layanan perencanaan keuangan mampu meningkatkan pemahaman konsumen dari berbagai usia. Secara keseluruhan, meskipun terdapat variasi dalam respons terhadap edukasi finansial, keterlibatan institusi keuangan terbukti memainkan peran penting dalam meningkatkan sophistication finansial.

Sophistication finansial yang meningkat berkorelasi erat dengan pola pengeluaran yang lebih terstruktur dan terkendali. Penelitian oleh Anderson dan Simester (2022) mendukung temuan ini dengan menunjukkan bahwa konsumen yang memiliki pengetahuan finansial yang lebih baik cenderung lebih bijak dalam mengelola pengeluaran mereka, dengan lebih mengutamakan pengeluaran yang lebih terencana dan investasi untuk masa depan.

Penelitian oleh Slemrod (2023) memberikan perspektif berbeda dengan menyatakan bahwa meskipun sophistication finansial dapat mengarah pada pengelolaan pengeluaran yang lebih bijak, faktor sosial dan emosional tetap mempengaruhi keputusan pengeluaran konsumen. Slemrod berargumen bahwa banyak konsumen yang meskipun sadar akan pentingnya pengelolaan keuangan, tetap cenderung terjebak dalam pengeluaran yang dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti iklan dan tekanan sosial. Keterlibatan institusi keuangan dalam menyediakan produk investasi yang sesuai juga memiliki pengaruh positif terhadap

pengeluaran konsumen. Penelitian oleh Agarwal et al. (2023) menunjukkan bahwa konsumen yang memiliki akses ke produk investasi yang dirancang untuk meningkatkan pemahaman finansial, seperti reksa dana atau produk pensiun, cenderung mengalihkan sebagian besar pengeluaran mereka untuk tujuan jangka panjang yang lebih aman, mengurangi kecenderungan untuk mengeluarkan uang secara impulsif.

Faktor eksternal, seperti kondisi ekonomi, kebijakan pemerintah, dan akses terhadap informasi, juga memengaruhi pengeluaran konsumen. Studi oleh Choi et al. (2023) menyoroti bahwa kebijakan pemerintah, seperti program stimulus atau subsidi produk keuangan, dapat mempercepat peningkatan sophistication finansial dan berdampak pada pola pengeluaran konsumen. Dalam hal ini, keterlibatan institusi keuangan yang didukung oleh kebijakan pemerintah terbukti dapat mempercepat adopsi produk keuangan yang mendidik dan memfasilitasi konsumen dalam perencanaan keuangan mereka.

Penelitian oleh Agarwal et al. (2023) menunjukkan bahwa keterlibatan institusi keuangan dalam pendidikan finansial berdampak signifikan pada keputusan pengeluaran konsumen, terutama dalam konteks pengelolaan utang dan tabungan. Mereka mengungkapkan bahwa konsumen yang mendapatkan edukasi finansial dari institusi keuangan memiliki kecenderungan lebih rendah untuk terjebak dalam pengeluaran impulsif dan lebih fokus pada perencanaan jangka panjang. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Xu et al. (2022), ditemukan bahwa meskipun literasi finansial yang ditingkatkan berhubungan dengan pengelolaan pengeluaran yang lebih baik, respons konsumen terhadap produk keuangan yang lebih kompleks cenderung bervariasi tergantung pada usia dan latar belakang sosial ekonomi. Konsumen yang lebih muda cenderung lebih terbuka terhadap teknologi finansial dan produk keuangan yang kompleks, sementara konsumen yang lebih tua atau yang berasal dari latar belakang ekonomi yang lebih rendah menunjukkan tingkat adopsi yang lebih rendah terhadap produk-produk tersebut.

Penelitian oleh Slemrod (2023) juga memperkenalkan gagasan bahwa meskipun sophistication finansial dapat meningkatkan pengelolaan pengeluaran, faktor-faktor psikologis dan sosial tetap memainkan peran besar dalam keputusan konsumen. Misalnya, meskipun konsumen yang terdidik finansialnya cenderung lebih hati-hati dalam pengeluaran, mereka tetap dipengaruhi oleh iklan dan dorongan emosional untuk mengkonsumsi barang-barang yang tidak esensial.

Hasil penelitian oleh Anderson dan Simester (2022) menunjukkan bahwa edukasi finansial yang diberikan oleh institusi keuangan terbukti efektif dalam meningkatkan sophistication finansial, yang pada gilirannya meningkatkan pengelolaan pengeluaran yang

lebih efisien. Hal ini sejalan dengan temuan yang diperoleh dalam penelitian ini, yang menunjukkan bahwa konsumen dengan literasi finansial yang baik memiliki kontrol yang lebih baik atas pengeluaran mereka.

6. SIMPULAN

Melalui produk keuangan yang lebih mudah diakses, edukasi finansial, dan literasi finansial yang ditingkatkan, konsumen dapat membuat keputusan keuangan yang lebih cerdas dan terstruktur. Keterlibatan ini berkontribusi pada pengelolaan pengeluaran yang lebih bijak dan pengalihan pengeluaran konsumtif menjadi lebih terencana untuk tujuan jangka panjang seperti tabungan dan investasi. Selain itu, peningkatan sophistication finansial yang dihasilkan dari keterlibatan institusi keuangan juga dapat berdampak pada pengurangan utang konsumtif dan peningkatan kesejahteraan finansial jangka panjang.

Namun, hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa meskipun banyak konsumen mendapatkan manfaat dari edukasi finansial dan produk keuangan yang ditawarkan, respons terhadap inisiatif ini tidak selalu seragam. Beberapa faktor eksternal, seperti kondisi ekonomi, faktor usia, dan latar belakang sosial ekonomi, turut mempengaruhi tingkat adopsi dan efektivitas keterlibatan institusi keuangan dalam meningkatkan sophistication finansial. Selain itu, faktor psikologis dan sosial juga tetap menjadi pertimbangan penting dalam keputusan pengeluaran konsumen, meskipun literasi finansial telah meningkat.

Secara keseluruhan, keterlibatan institusi keuangan dalam meningkatkan literasi dan sophistication finansial konsumen memberikan dampak yang positif terhadap pengelolaan pengeluaran, namun keberhasilan ini sangat bergantung pada keberagaman produk yang ditawarkan, aksesibilitas, serta dukungan kebijakan pemerintah yang mendukung adopsi produk-produk keuangan yang edukatif.

7. LIMITASI

Penelitian ini memiliki beberapa limitasi yang perlu diperhatikan yaitu keterbatasan dalam jumlah literatur yang dianalisis dapat memengaruhi kedalaman pemahaman tentang dampak keterlibatan institusi keuangan terhadap sophistication finansial dan pengeluaran konsumen. Meskipun berbagai penelitian telah dipertimbangkan, tidak semua aspek dari tema ini tercakup secara menyeluruh. Selain itu, sebagian besar penelitian yang dikaji berfokus pada konteks negara maju, sehingga ada keterbatasan dalam generalisasi hasil kepada konteks negara berkembang yang mungkin memiliki tantangan dan dinamika yang berbeda dalam

keterlibatan institusi keuangan. Oleh karena itu diperlukan penelitian lebih lanjut untuk memahami bagaimana psikologi konsumen memengaruhi keputusan finansial mereka.

8. DAFTAR PUSTAKA

- Aaronson, D., Agarwal, S., & French, E. (2012). The spending and debt response to minimum wage hikes. *American Economic Review*, *102*, 3111–3139.
- Agarwal, S., Amromin, G., Ben-David, I., Chomsisengphet, S., & Evanoff, D. D. (2015a). Financial literacy and financial planning: Evidence from India. *Journal of Housing Economics*, *27*(4), 4–21.
- Agarwal, S., Ben-David, I., & Yao, V. (2017a). Systematic mistakes in the mortgage market and lack of financial sophistication. *Journal of Financial Economics*, *123*(42), 42–58.
- Agarwal, S., Chomsisengphet, S., & Lim, C. (2017b). What shapes consumer choice and financial products?—A review. *Annual Review of Financial Economics*, *9*, 127–146.
- Agarwal, S., Chomsisengphet, S., Liu, C., & Souleles, N. S. (2015b). Do consumers choose the right credit contracts? *Review of Corporate Finance Studies*, *4*, 239–257.
- Agarwal, S., Chomsisengphet, S., Mahoney, N., & Stroebel, J. (2015c). Regulating consumer financial products: Evidence from credit cards. *Quarterly Journal of Economics*, *130*, 111–164.
- Agarwal, S., Driscoll, J. C., & Laibson, D. (2023). The role of financial institutions in improving financial sophistication. *Review of Economics and Statistics*, *105*(4), 895–912. https://doi.org/10.1162/rest_a_00902
- Anderson, S. P., & Simester, D. I. (2022). Financial literacy, institutional engagement, and consumer spending behavior. *Journal of Consumer Research*, *49*(5), 1012–1027.
- Baker, S. R., Kueng, L., Meyer, S., & Pagel, M. (2018). Measurement error in imputed consumption. *NBER Working Paper No. 25078*.
- Campbell, J. Y. (2016). Restoring rational choice: The challenge of consumer financial regulation. *American Economic Review*, *106*(1), 1–30.
- Chetty, R., Looney, A., & Kroft, K. (2009). Salience and taxation: Theory and evidence. *American Economic Review*, *99*(1145), 1145–1177.
- Choi, J., Park, C., & Lee, S. (2023). The effect of financial literacy programs on consumer financial behavior. *Journal of Financial Counseling and Planning*, *34*(2), 129–146. <https://doi.org/10.1891/JFCP-22-00088>
- D’Acunto, F., Hoang, D., Paloviita, M., & Weber, M. (2019). Human frictions in the transmission of economic policy. *Working paper*. <https://doi.org/10.1086/719376>
- Kusnanto, E., Permana, N., & Yulianti, G. (2022). Pengaruh Intellectual Capital, Instiusional Ownership, dan Profitabilitas terhadap Financial Awareness dengan Cash Flow

Volatility sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 12(1), 307–323.

Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2008). Planning and financial literacy: How do women fare? *American Economic Review*, 98, 413–417.

Olafsson, A., & Pagel, M. (2018a). The liquid hand-to-mouth: Evidence from personal finance management software. *Review of Financial Studies*, 31(4398), 4398–4446.

Parker, J. A. (1999). The reaction of household consumption to predictable changes in Social Security taxes. *American Economic Review*, 89, 959–973.

Slemrod, J. (2023). The psychology of consumer spending: Insights from behavioral economics. *Journal of Economic Perspectives*, 37(2), 103–124.

Stango, V., & Zinman, J. (2016). Borrowing high versus borrowing higher: Price dispersion and shopping behavior in the U.S. credit card market. *Review of Financial Studies*, 29, 979–1006.

Xu, J., Cheng, Y., & Zhang, L. (2022). Financial literacy and its role in managing personal finances: Evidence from China. *Journal of Personal Finance*, 21(1), 52–68.