MANAJEMEN KEUANGAN PERSONAL

Moh. Zaki Kurniawan., S.E., M.M., CFRM

Tentang Penulis

Moh. Zaki Kurniawan., S.E., M.M., CFRM

Adalah dosen tetap pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura. Pendidikan sarjana diraih pada tahun 2010 di Jurusan Manajmen Universitas Brawijaya Malang dengan konsentrasi manajemen keungan. Gelar Magister Manajemen diraih tahun 2013 di Program Studi Magister Manajemen Universitas Brawijaya Malang dengan kajian penelitian manajemen keuangan. Pada tahun 2022 penulis berhasil memperoleh sertifikasi *financial & risk management* internasional bergelar *Certified Finance Risk Management* (CFRM) dari *American Academy of Financial Management (AAFM) chapter* Indonesia.

Penulis memiliki ID sinta dengan nomor 6100918. Penulis memiliki NIDN sejak awal tahun 2014 hingga saat ini dan aktif menulis serta menjadi narasumber beberapa pelatihan yang dilaksanakan di lingkungan internal dan juga dinas terkait. Penulis menekuni bidang keuangan sejak 2010. Penulis saat ini juga mempunyai peran aktif sebagai pengelola jurnal baik sebagai *chief editor* dan reviewer di beberapa jurnal nasional. Email penulis yang bisa dihubungi yakni zaki.kurniawan@trunojoyo.ac.id

eureka media aksara
Anggota IKAPI
No. 225/JTE/2021

0858 5343 1992
eurekamediaaksara@gmail.com
Jl. Banjaran RT.20 RW.10
Bojongsari - Purbalingga 53362

ISBN 978-623-487-717-5
9 786234 877175

MANAJEMEN KEUANGAN PERSONAL

Moh. Zaki Kurniawan S.E., M.M. CFRM

PENERBIT CV. EUREKA MEDIA AKSARA

MANAJEMEN KEUANGAN PERSONAL

Penulis : **Moh. Zaki Kurniawan S.E., M.M. CFRM**

Desain Sampul : Eri Setiawan

Tata Letak : Meilita Anggie Nurlatifah

ISBN : 978-623-487-717-5

Diterbitkan oleh : **EUREKA MEDIA AKSARA, FEBRUARI 2023**
ANGGOTA IKAPI JAWA TENGAH
NO. 225/JTE/2021

Redaksi :
Jalan Banjaran, Desa Banjaran RT 20 RW 10 Kecamatan Bojongsari Kabupaten Purbalingga Telp. 0858-5343-1992
Surel : eurekamediaaksara@gmail.com
Cetakan Pertama : 2023

All right reserved

Hak Cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun dan dengan cara apapun, termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan teknik perekaman lainnya tanpa seizin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan buku referensi ini. Penulisan buku referensi merupakan buah karya dari pemikiran penulis yang diberi judul **"Manajemen Keuangan Personal"**. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan karya ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan banyak terima kasih pada semua pihak yang telah membantu penyusunan buku referensi ini. Sehingga buku referensi ini bisa hadir di hadapan pembaca.

Buku referensi ini mencoba memulai dari pentingnya memajemen keuangan melalui kegiatan literasi dan pengendalian diri. Hal ini tentunya untuk menghidari sikap dan perilaku konsumtif akibat lemahnya pengetahuan keuangan personal.

Penulis menyadari bahwa buku referensi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat dibutuhkan guna penyempurnaan buku referensi ini. Akhir kata saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga pahala penulisan buku ini juga dilimpahkan kepada kedua orang tua dan guru-guru dari penulis yang telah mengajarkan ilmunya kepada penulis. Semoga buku referensi ini akan membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR ..... **iii**

DAFTAR ISI ..... **iv**

BAB 1 PENDAHULUAN **1**

BAB 2 MANAJEMEN KEUANGAN **7**

A. Pengertian Manajemen 8

B. Pengertian Manajemen Keuangan 8

C. Perilaku Manajemen Keuangan 9

BAB 3 LITERASI KEUANGAN **12**

A. Pengertian Literasi Keuangan 13

B. Tingkat Literasi Keuangan 17

C. Aspek-Aspek dalam Literasi Keuangan 18

D. Indikator Literasi Keuangan 19

E. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Literasi Keuangan 19

BAB 4 PENGETAHUAN DAN SIKAP DALAM KEUANGAN **21**

A. Pengetahuan Keuangan 22

B. Sikap Keuangan 25

C. Pengetahuan Keuangan dalam Perilaku Manajemen Keuangan 27

D. Pengetahuan Keuangan dalam Keputusan Investasi 29

BAB 5 PENETAPAN HARGA BARANG 32

A. Pengertian Harga.....33

B. Indikator Harga 35

C. Tujuan Penetapan Harga 36

D. Faktor-Faktor Penetapan Harga.....38

E. Penerapan Harga.....38

BAB 6 PROMOSI 40

A. Pengertian Promosi Penjualan 41

B. Indikator Promosi Penjualan.....42

BAB 7 PROMOSI PENJUALAN 44

A. Pengertian Perilaku Konsumtif.....45

B. Tujuan Perilaku Konsumtif 46

C. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif 48

D. Karakteristik Perilaku Konsumtif 48

E. Indikator Perilaku Konsumtif 48

F. Pengendalian Diri.....49

G. Literasi Keuangan dalam Pengendalian Perilaku Konsumtif 50

DAFTAR PUSTAKA 54

TENTANG PENULIS 68

MANAJEMEN KEUANGAN PERSONAL

Moh. Zaki Kurniawan S.E., M.M. CFRM

BAB 1

PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara yang termasuk memiliki populasi penduduk yang besar. Keadaan tersebut dan perkembangan zaman yang semakin maju penting bagi setiap orang untuk memiliki cara mengelola uang dengan baik agar dapat membantu kehidupan semakin berkembang dan sejahtera. Agar tercapainya kehidupan yang sejahtera maka setiap individu perlu memahami pengelolaan keuangan dengan sangat baik maka di butuhkan pula pengetahuan keuangan yang baik pula.

Pada tahun 2016, otoritas jasa keuangan menyampaikan bahwa tingkat pengetahuan keuangan masyarakat Indonesia berada pada angka yang terbilang rendah yaitu 28%. Adapun yang menjadi penyebab rendahnya pengetahuan keuangan masyarakat Indonesia adalah kondisi geografis Indonesia karena pada umumnya masyarakat sebesar 60% bermukim di daerah perdesaan (Pradiningtyas dan Lukiastuti, 2019). Saat ini pada umumnya mahasiswa yang juga merupakan bagian dari generasi muda sudah banyak yang memiliki pekerjaan sampingan atau pekerjaan tetap sembari menjalani kesehariannya sebagai mahasiswa. Dalam hal ini khususnya bagi mahasiswa yang sudah memiliki pekerjaan tingkat penghasilannya ada yang meningkat ada pula yang hanya begitu- begitu saja. Ini dikarenakan oleh tingkat pengetahuan keuangan dan perilaku keuangan mahasiswa itu sendiri.

Adanya Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), menjadi salah satu faktor pendukung dan memiliki peran penting bagi pergerakan perekonomian Indonesia. Pengertian UMKM sendiri sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil

BAB 2

MANAJEMEN KEUANGAN

A. Pengertian Manajemen

Kata manajemen bersumber dari bahasa inggris yakni *Manage* yang berarti mengatur, merencanakan, mengelola, mengusahakan dan memimpin. Jadi manajemen bisa dikatakan sebagai sebuah seni untuk menyelesaikan pekerjaan dengan efektif dan efisien.

Menurut Afandi (2018: 1) manajemen adalah bekerja dengan orang-orang untuk mencapai tujuan organisasi dengan pelaksanaan fungsi perencanaan *(planning)*, pengorganisasian *(organizing)*, penyusunan personalia atau kepegawaian *(controlling)*. Manajemen adalah suatu proses khas, yang terdiri dari tindakan perencanaan, pengorganisasian, pergerakan, dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya.

B. Pengertian Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan merupakan bagian dari fungsi operasional perusahaan di bidang pengelolaan keuangan dan di lakukan oleh individu, perusahaan, atau pemerintah. Manajemen keuangan berperan penting dalam berkembangnya suatu perusahaan. Manajemen keuangan adalah suatu bidang ilmu pengetahuan yang sangat penting, dengan ilmu tersebut seseorang akan dapat berkesempatan dalam mengembangkan pekerjaanya menjadi lebih baik lagi. Menurut Harjito dan Martono (2012: 4), manajemen keuangan *(financial management)* atau dalam literatur lain disebut pembelajaran adalah segala aktivitas

BAB 3

LITERASI KEUANGAN

A. Pengertian Literasi Keuangan

Menurut peraturan Otoritas Jasa Keuangan No 76 (2016) literasi keuangan adalah pengetahuan, ketrampilan, dan keyakinan, yang menentukan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan. Literasi keuangan mencangkup edukasi keuangan dan mengembangkan infrastruktur, yang kurang lebih mencangkup pengelolaan keuangan, jenis industri jasa keuangan, produk dan layanan jasa keuangan termasuk manfaat, biaya, risiko atas produk dan layanan jasa keuangan, hak dan kewajiban nasabah, mekanisme akses produk dan layanan jasa keuangan, serta informasi terkait dengan mekanisme transaksi produk dan layanan jasa keuangan seperti pajak.

Literasi keuangan adalah tingkat pengetahuan *(knowledge)*, keyakinan *(confidence)*, dan keterampilan *(skill)*, yang mempengaruhi sikap *(attitude)* dan perilaku *(behavior)* untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan (OJK, 2016). Menurut Sholeh (2019), bahwa literasi keuangan adalah kemampuan tentang pengetahuan seseorang yang berkaitan dengan pengelolaan financialnya, dan dengan kemampuan literasi *financial* seseorang akan berdampak pada peningkatan taraf hidup seseorang tersebut.

Literasi keuangan secara luas bermakna praktik dalam hubungan sosial yang terkait dengan pengetahuan, bahasa, dan budaya yang mencakup bagaimana seseorang berkomunikasi dalam masyarakat

BAB 4

PENGETAHUAN DAN SIKAP DALAM KEUANGAN

A. Pengetahuan Keuangan

Pengetahuan mengacu pada apa yang diketahui individu tentang masalah keuangan pribadi, yang diukur dengan tingkat pengetahuan mereka tentang berbagai konsep keuangan pribadi (Marsh, 2006). *Financial knowledge* (pengetahuan keuangan), adalah penguasaan seseorang atas berbagai hal tentang dunia keuangan (Kholilah, 2013).

Individu yang memiliki *financial knowledge* (pengetahuan keuangan) yang lebih baik akan memiliki perilaku keuangan yang baik seperti membayar semua tagihan tepat waktu, membukukan pengeluaran setiap bulan, dan memiliki dana darurat. Menurut Susanti dkk, (2018), pengetahuan keuangan sangat erat hubungannya dengan tanggung jawab keuangan seseorang. Seseorang yang memiliki perilaku keuangan yang bertanggung jawab cenderung efektif dalam penggunaan uang yang dimilikinya, seperti membuat anggaran, menghemat uang dan mengontrol belanja, investasi, serta membayar kewajiban tepat waktu. Garman, Raulet et al., (1985) menyatakan bahwa pengetahuan keuangan yang baik terbentuk dari keahlian terkait alat keuangan. Keahlian keuangan merupakan cara membuat keputusan terkait manajemen keuangan individu, sedangkan alat keuangan merupakan tata cara pembuatan keputusan keuangan pribadi dalam bentuk bagan (seperti cek, kartu kredit, kartu debit). Yola (2020), hubungan antara pengetahuan keuangan dan perilaku manajemen keuangan adalah positif signifikan, artinya semakin tinggi pengetahuan keuangan akan memberikan

BAB 5

PENETAPAN HARGA BARANG

A. Pengertian Harga

Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang ataupun jasa. Menetapkan harga terlalu tinggi menyebabkan penjualan akan menurun, namun jika harga terlalu rendah akan mengurangi keuntungan yang dapat diperoleh perusahaan tersebut. Menurut Farida (2016), harga (*price*) adalah elemen penting yang menempel pada sebuah produk. Harga menjadi kunci utama bagi konsumen untuk membeli barang, khususnya konsumen untuk membeli barang, khususnya konsumen kelas menengah ke bawah dalam pemasaran, penetuan harga bisa menjadi kekuatan untuk bersaing didalam pasar.

Menurut Alma (2013: 150) harga adalah nilai dari suatu barang yang dapat dinyatakan dengan uang. Sehingga definisi harga adalah alat pengukur dasar sebuah sistem ekonomi karena harga mempengaruhi alokasi faktor- faktor produksi. Harga juga dapat didefinisikan sebagai jumlah uang yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya. Menurut Basu (2011: 78) harga adalah sejumlah nilai yang ditukar konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar menawar atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli.

BAB 6

PROMOSI PENJUALAN

A. Pengertian Promosi Penjualan

Lupiyoadi (2013: 180) mengatakan bahwa promosi penjualan adalah semua kegiatan yang dimaksudkan untuk meningkatkan arus barang atau jasa dari produsen sapai pada penjualan akhirnya. Titik promosi penjualan terdiri atas brosur, lembar informasi, dan lain-lain. Dapat disimpulkan bahwa promosi penjualan adalah sebuah alat promosi yang digunakan untuk menciptakan serta meningkatkan terjadinya pembelian atau penjualan produk atau jasa.

Promosi adalah salah satu komponen prioritas dari kegiatan pemasaran yang memberitahukan kepada konsumen bahwa perusahaan meluncurkan produk baru yang menggoda konsumen untuk melakukan kegiatan pembelian (Hermawan, 2012: 38). Promosi penjualan bisa dilakukan dengan sebuah usaha untuk menyebarluaskan atau menawarkan sebuah produk atau jasa dengan tujuan menarik para calon konsumen untuk membelinya. Promosi penjualan adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Promosi menyebabkan orang yang sebelumnya tidak tertarik untuk membeli suatu produk akan menjadi tertarik dan mencoba produk sehingga konsumen melakukan pembelian (Budiman, 2019).

Promosi penjualan (*Sales promotion*) merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Promosi penjualan adalah berbagai kumpulan alat-alat insentif, yang sebagian besar

BAB 7

PERILAKU KONSUMTIF DAN PENGENDALIAN DIRI

A. Pengertian Perilaku Konsumtif

Menurut Triyaningsih (2011) perilaku konsumtif merupakan perilaku yang memiliki kecenderungan untuk menggunakan sesuatu tanpa membedakan antara keinginan dan kebutuhan yang diindikasikan melalui dorongan hidup mewah dan berlebihan demi memuaskan hasrat pribadi dan kenyamanan fisik perilaku ini tidak didasarkan pertimbangan yang rasional. Perilaku konsumtif merupakan perilaku dimana timbulnya keinginan untuk membeli barang-barang maupun menggunakan jasa hanya untuk memenuhi kepuasan pribadi semata dan tidak lagi memandang manfaat atau urgensi dari barang maupun jasa tersebut. Perilaku konsumtif ini cenderung ditemui pada kalangan remaja (Lestari, 2018). Menurut Astuti (2013) perilaku konsumtif merupakan kecenderungan individu untuk membeli atau mengkonsumsi barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan serta tidak didasari atas pertimbangan rasional. Apabila perilaku tersebut dibiarkan terus-terusan maka akan mengakibatkan terjadi tindakan pemborosan.

Menurut Fitri (2013) mengemukakan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku atau gaya hidup yang suka membelanjakan uang tanpa menimbang dengan matang. Perilaku konsumtif adalah tindakan membeli barang yang kurang atau tidak diperhitungkan sehingga sifatnya menjadi berlebihan (Wahidah, 2014). Perilaku konsumtif adalah perilaku individu yang dipengaruhi faktor-faktor sosiologi dalam kehidupannya untuk mengonsumsi secara berlebihan atau pemborosan dan tidak terencana terhadap barang

DAFTAR PUSTAKA

Afandi, P. 2018. Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep dan Indikator). Riau: Zanafa Publishing.

Aminatuzzahra, A., & Nasir, M. 2014. *Persepsi Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Sikap Keuangan, Sosial Demografi terhadap Perilaku Keuangan dalam Pengambilan Keputusan Investasi Individu* (doctoral dissertation, UNDIP: Fakultas Ekonomi dan Bisnis).

Arikunto, S. 2010. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.

Atikah, A., & Kurniawan, R. R. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, *Locus of Control*, dan *Financial Self Efficacy* terhadap Perilaku Manajemen Keuangan. *JMB : Jurnal Manajemen dan Bisnis*, *10*(2), 284–297. https://doi.org/10.31000/jmb.v10i2.5132

Amelia A. 2022. Pengaruh Literasi Keuangan, Sikap Keuangan, dan Kepribadian terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan pada Pelaku UMKM Kelurahan Gedong, Jakarta Timur.

Ariani S, Rahmah PAAA, Putri YR, Rohmah M, Budiningrum A, Lutfi L. 2016. Pengaruh Literasi Keuangan, *Locus of Control*, dan Etnis terhadap Pengambilan Keputusan Investasi. J. Bus. Bank. 5: 257.

Adibah, Y. 2021. Determinan Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wirasatawan*. Volume 23(01); 33.

Agatha Hanggo Winarta. 2019. Pengaruh Literasi Keuangan dan Promosi Penjualan terhadap

Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Volume 4(2).

Alma, B. 2013. *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa (Revisi)*. Bandung: Alfabeta.

Amanah, D. & Pelawi, S.P. 2015. Pengaruh Promosi Penjualan (Sales Promotion) dan Belanja Hedonis (Hedonic Shopping) terhadap Impulsive Buying Product Matahari Plaza Medan Fair. *Jurnal Quanomic*. Volume 3(2);18.

Amanita Novi Yushita. 2017. Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi. *Jurnal Pendidikan Akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta*. Volume 6(1); 89-92.

Amstrong. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1. Alih Bahasa Alexander Sindoro. Jakarta: Penerbit Renhalindo.

Arikunto. 2010. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.

Astuti E. 2013. Perilaku Konsumtif dalam Membeli Barang pada Ibu Rumah Tangga di Kota Samarinda. *Ejournal Psikologi*. Volume 1(11); 148-156.

Buchari, Alma. 2014. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa.* Bandung: Alfabeta.

Budiman, V. N., Mandey, S., & Ogi, I. 2019. Pengaruh Promosi Penjualan dan Citra Produk terhadap Keputusan Menggunakan Produk Telkomsel. *Jurnal EMBA*. Volume 7(1); 761–770.

Chita, R. C. M., David, L., & Pali, C. 2015. Hubungan antara Self-Control dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion pada Mahasiswa

Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2011. *Ebiomedik*. Volume 3(1); 55–64.

Christian, S., & Wiyanto, H. 2020. Pengaruh Sikap Keuangan Social dan Pengetahuan Keuangan terhadap Perencanaan Keuangan Pribadi. *Jurnal Manajerial dan Kewirausaaan*. Volume 2(3); 820-827.

Dewi, M. P. 2020. Pengaruh Online Shop Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa BK UKSW. *Jurnal Bimbingan dan Konseling Terapan*. Volume 4(2); 9–16.

Dharmesta dan Irawan. 2010. *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Liberty.

Elly Soraya. 2020. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Literasi Keuangan Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam As- Syafi'iyah. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Volume 2(2).

Fandy, T dan Gregorius, C. 2013. *Service Quality Satisfaction*. Edisi 4. Yogyakarta: Andi Offset

Farida, I., Tarmizi, A., & November, Y. 2016. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Gojek Online. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*. Volume 1(1); 31–40.

Fitri, A.D. 2013. Penerapan Strategi Pengelolaan Diri (Self-Management) untuk Mengurangi Perilaku Konsumtif pada Siswa Kelas X-11 SMAN 15 Surabaya. *UNESA Journal Mahasiswa Bimbingan dan Konseling*. Volume 1(1); 26-36.

Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Universitas Diponegoro: Semarang.

Ghozali. 2011. *Aplikasi Analisis Muktivaruate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hafis, M. 2015. Faktor yang Berpengaruh terhadap Perilaku Konsumsi Hijau pada Siswa SMKN Se-kabupaten Jombang. *Jurnal Ilmu Pendidikan dan Pengajaran*. Volume 2(5); 131.

Hermawan, A. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Imawati, I., Susilaningsih & Ivada, E. 2013. Pengaruh Financial Literacy terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Pada Program IPS SMA Negeri 1 Surakarta Tahun Ajaran 2012/ 2013, *Jurnal Pendidikan Ekonomi* Volume 2(1); 50.

Irawan Sutedja. 2012. *Manajamen Bisnis; Optimalisasi Sumberdaya Perusahan*. Jakarta: Rineka Cipta.

Ismanto, H. 2019. *Perbankan dan Litersi Keuangan*. Sleman: Deepublish kemenperin.go.id/perkembangan produk kecantikan/April 2021

J. Maksipreneur Manajemen, Koperasi, dan Entrep. 12: 129. Analisis Pengaruh Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan dan Pendapatan Terhadap Keputusan Investasi (Studi Kasus pada Karyawan Swasta di Kecamatan Sruweng Kabupaten Kebumen).

Kewal, S. 2013. Tingkat Literasi Keuangan di Kalangan Mahasiswa STIE MUSI. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Volume 9(2);130-140.

Kotler, & Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsipPemasaran.* Edisi. 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P dan Armstrong N. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Terjemahan Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga

Kotler, P. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Jakarta: Erlangga.

Kurniawan, C. 2017. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Ekonomi pada Mahasiswa. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*. Volume13(4);107-118. (https://doi.org/http:dx.doi.org?10.31851/jmwe.v13i4.2790).

Lestari, O.D. 2018. Hubungan antara Konformitas dengan Kecenderungan Perilaku Konsumtif pada Siswa Sekolah X. *Jurnal Psikologi Industri dan Organisasi*. Volume 5(1): 2.

Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi.* Edisi Ketiga. Jakarta: Salemba Empat.

OJK. 2014. *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia.*

Okky Dikria dan Sri Utami M. 2016. Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi UNM. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. Volume 9(2).

Otoritas Jasa Keuangan (OJK). 2013. Literasi Keuangan. (http://www.ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan perlindungankonsumen/Pages/Literasi-Keuangan.aspx)

Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia. 2016. *Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 76/POJK.07/2016 Tentang Peningkatan Literasi dan Inklusi Keuangan di Sector Jasa Keuangan Bagi Konsumen dan atau Bagi Masyaraka.*

Pulungan, D. R., & Febriaty, H. 2018. Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen*. Volume 2(3); 103–110.

Sholeh, B. 2019. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Pamulang. Pekobis : *Jurnal Pendidikan, Ekonomi, Dan Bisnis*. Volume 4(2); 57 (https://doi.org/10.32493/pekobis.v4i2.p57-67.4306).

Soetiono, K. S., & Setiawan, C. 2018. *Literasi dan Inklusi Keuangan Indonesia*. Jakarta: Rajawali Pers.

Sofia Miranda. 2017. Pengaruh Instagram Sebagai Media Online Shopping Fashion terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ilmu Social dan Ilmu Politik Universitas Riau. *Jurnal Ilmu Riset*. Volume 4(1); 111-118.

Stanton, S. 2013. *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS.

Sugiyono .2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitaif Kualitatatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta CV.

Sugiyono. 2014. *Cara Mudah Menyusun Skripsi Tesis dan Disertasi*. Bandung: Ikapi.

Sugiyono. 2017. *Metodologi Penelitian Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Swastha, Basu. 2011. *Azaz-Azaz Marketting*. Yogyakarta: BPFE.

Tjiptono, F. 2016. *Pemasaran Strategik*. Edisi 3. Yogyatakarta: Andi Offset. Tjiptono, F., & Chandra. 2017. *Pemasaran Strategic*. Edisi 3. Yogyakara: Andi Offset.

Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran.*Edisi 4. Yogyakarta: Penerbit Andi. Tresna, T.A.J. 2013. Perilaku Konsumtif di Kalangan Mahasiswa FIS UNY pada

Klinik Kecantikan. Skripsi. Jurusan Pendidikan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Yogyakarta.

Triyaningsih, S. 2011. Dampak Online Marketing Melalui Facebook terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*. Volumen 11(2);172-177.

Umi Nurkhasanah. 2021. Pengaruh Keputusan Pembelian Konsumen, Produk, Harga dan Promosi Melalui Situs Belanja Online (Shopee) Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa STAINIM Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Volume 2(1); 103-110.

Utami, Vera Agusta Mei. 2013. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Imu Riset Dan Manjemen*. Volume 3(6); 75-79.

Wahidah, N. 2014. Pengaruh Perilaku Konsumtif Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fkip UNTAN. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa*. Volume 3(2); 78–89.

Widayati, Irin. 2012. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Literasi Finansial Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya. *Jurnal Akuntansi dan Pendidikan*.Volume 1(1); 89-99.

Widyaningrum, S., & Puspitadewi, N.W.S. 2016. Perbedaan Perilaku Konsumtif Ditinjau dari Tipe Kepribadian pada Siswa Sekolah Menengah Atas. *Jurnal Psikologi Teori dan Terapan*. Volume 6(2); 102-106.

Yuliana Rizky Pohan. 2019. Pengaruh Literasi Ekonomi dan Promosi terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. *Jurnal education devolepment*. Volume 7(3). Zap Beauty Index tahun 2020/tren produk kecantikan/April 2021

Chrisna, H., & Khairani. (2019). Pengaruh Perilaku Belajar, Pengendalian Diri, Motivasi, Empati, Keterampilan, dan Kepercayaan Diri Terhadap Prestasi Akademik Mahasiswa PRODI Akuntansi Universitas Pembangunan Panca Budi Medan. *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Publik*, *10*(1), 87–100.

DISKOPUKM - KRITERIA USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH MENURUT UU NO. 20 TAHUN 2008 TENTANG UMKM. (2022). Retrieved 15 September 2022, from https://koperasi.kulonprogokab.go.id/detil/113/kriteria-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-menurut-uu-no-20-tahun-2008-tentang-umkm#:~:text=Berita%20Terbaru KRITERIA%20USAHA%20MIKRO%2C%20KECIL%20DAN%20MENENGAH%20MENURUT%20UU%20NO,20%20TAHUN%202008%20TENTANG%20UMKM&text=Usaha%20Mikro%20adalah%20usaha%20produktif,diatur%20dalam%20Undang%2DUndang%20ini

Dayanti, F. K., Susyanti, J., & ABS, M. K. 2020. Pengaruh Literasi Keuangan, Pengetahuan Keuangan dan Sikap Keuangan terhadap Perilaku Manajemen Keuangan pada Pelaku Usaha UMKM Fashion di Kabupaten Malang. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, *9*(13).

Djou, L. G. 2019. Analisis Pengaruh Literasi Keuangan, Sikap Keuangan dan Kepribadian terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan UMKM di Kabupaten Ende. *Jurnal Magisma*, *7*(2), 1-12.

Faidah F, Rini GP, Asri VI. 2020. Analisis Keputusan Investasi Pelaku UMKM Di Kudus. J. Ekon. dan Bisnis 21: 1–11.

Fitriarianti B. Pengaruh Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan dan Pendapatan Terhadap Keputusan Berinvestasi.

Gunawan, A., Sari, M. P., & Jufrizen, J. (2022). Pengaruh Pengetahuan Keuangan dan Kepribadian terhadap Perilaku Keuangan. *Jurnal Aktual*, *20*(1), 1–13.

Humaira, I., & Sagoro, E. M. 2018. Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Sikap Keuangan, dan Kepribadian terhadap Perilaku Manajemen Keuangan pada Pelaku UMKM Sentra Kerajinan Batik KABUPATEN BANTUL. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, *7*(1), 96-110.

Hilmawati, M. R. N., & Kusumaningtias, R. (2021). Inklusi Keuangan dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja dan Keberlangsungan Sektor Usaha Mikro Kecil Menengah. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, *10*(1), 135–152. https://doi.org/10.21831/nominal.v10i1.33881

Humaira, I., & Sagoro, E. M. (2018). Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Sikap Keuangan, dan Kepribadian terhadap Perilaku Manajemen Keuangan pada Pelaku UMKM Sentra Kerajinan Batik Kabupaten Bantul. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, *7*(1). https://doi.org/10.21831/nominal.v7i1.19363

Irin Fitria, Fransiska Soejono* MJT, Universitas. 2019. Literasi Keuangan, Sikap Keuangan dan Perilaku Keuangan dan Kinerja UMKM. J. Bus. Bank. 10: 1

Komarudin, M. N., Nugraha, Hardjadi, D., & Pasha, R. A. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan (Survei Pada Tenaga Pendidik SD Se-Kecamatan Kuningan. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, *18*(1), 159–178.

Konsumen . (2022). Retrieved 15 September 2022, from= ttps://www.ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan- konsumen/Pages/literasi-keuangan.aspx

Kosanke RM. 2019. Pengaruh Literasi Keuangan dan Sikap Keuangan terhadap Kinerja Manajemen Keuangan UMK. 2: 186–201.

Landang RD, Widnyana IW, Sukadana IW. 2021. Pengaruh Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan dan Pendapatan Terhadap Keputusan Berinvestasi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Mahasaraswati Denpasar. J. EMAS 2: 51–70.

Muh Andrian M.A. 2022. Keputusan Investasi Peer To Peer Lending Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palopo.

Pinem D. 2021. Determinan Keputusan Investasi Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Depok Jawa Barat. Angew. Chemie Int. Ed. 6(11), 951–952. 6: 5–24.

Persada, R. Agus Harjito dan Martono, 2012, Manajemen Keuangan, Edisi ke-2, Ekonisia, Yogyakarta.

Bambang Rismadi, 2013, Evaluasi Efektivitas Pengendalian Biaya Produksi dan Efisiensi Biaya Produksi, Journal of Management Studies, Vol. 02, No. 01, Hal. 11-23. *American Journal of Economics and Business Administration*, *5*(3), 116-119.

Pradiningtyas, T. E., & Lukiastuti, F. 2019. Pengaruh Pengetahuan Keuangan dan Sikap Keuangan terhadap Locus of Control dan Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Ekonomi. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, *6*(1), 96.

Remund DL. 2010. Financial Literacy Explicated: The Case for A Clearer Definition in An Increasingly Complex Economy. J. Consum. Aff. 44: 276–295.

Shinta, R. E. 2018. *Pengaruh Financial Knowledge, Pola Gaya Hidup Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Wanita Karir dengan Locus of Control Sebagai Variabel Mediasi* (Doctoral dissertation, STIE Perbanas Surabaya).

Siahaan, M. D. R. 2013. *Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan pada Mahasiswa Perguruan Tinggi di Surabaya* (Doctoral dissertation, STIE PERBANAS SURABAYA).

Silvy, M., & Yulianti, N. 2013. Sikap Pengelola Keuangan dan Perilaku Perencanaan Investasi Keluarga di Surabaya. *Journal of Business and Banking*, *3*(1), 57-68.

Sriwidodo, R. P. U. 2015. Pengaruh Pengetahuan Keuangan dan Pengalaman Keuangan terhadap Perilaku Perencanaan Investasi dengan Self-Control

Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, *15*(1).

Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2014. Cara Mudah Menyusun Skripsi Tesis dan Disertasi. Bandung: Ikapi.

Sugiyono. 2017. Metodologi Penelitian Metodologi Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta.

Sujarweni, V. W., & Endrayanto, P. 2012. Statistika untuk Penelitian. Yogyakarta: *Graha Ilmu*, *14*, 17.

Syuliswati, A. 2020. Pengaruh Pengetahuan Keuangan terhadap Perilaku Keuangan dengan Sikap Keuangan sebagai Variabel Mediasi. In *Seminar Nasional Gabungan Bidang Sosial* (Vol. 2, No. 1).

Safryani U, Aziz A, Triwahyuningtyas N. 2020. Analisis Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan, Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Investasi. J. Ilm. Akunt. Kesatuan 8: 319–332.

Sartika D, Humairah NA. 2018. Analyzing Students' Problem Solving Difficulties on Modern Physics. J. Phys. Conf. Ser. 1028.

Sugiharti H, Karawang US, Maula KA, Karawang US. 2019. ACCOUNTHINK : Journal of Accounting and Finance 2019 PENGARUH LITERASI KEUANGAN TERHADAP. 4: 804–818.

Sugiyono D. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan. 189–190 p.

Takhim M, Meftahudin M. 2018. Analisis Pengaruh Modal Usaha, Kreatifitas dan Daya Saing Terhadap Pengembangan UMKM (Studi Kasus pada Bengkel Las di Kabupaten Wonosobo). J. Econ. Manag. Account. Technol. 1: 65–73.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008.

Yundari T., Artati D. Analisis Pengaruh Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan dan Pendapatan Terhadap Keputusan Investasi.

TENTANG PENULIS

Moh. Zaki Kurniawan., S.E., M.M., CFRM

Adalah dosen tetap pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura. Pendidikan sarjana diraih pada tahun 2010 di Jurusan Manajmen Universitas Brawijaya Malang dengan konsentrasi manajemen keungan. Gelar Magister Manajemen diraih tahun 2013 di Program Studi Magister Manajemen Universitas Brawijaya Malang dengan kajian penelitian manajemen keungan. Pada tahun 2022 penulis berhasil memperoleh sertifikasi *financial & risk management* internasional bergelar *Certified Finance Risk Management* (CFRM) dari *American Academy of Financial Management (AAFM) chapter* Indonesia.

Penulis memiliki ID sinta dengan nomor 6100918. Penulis memiliki NIDN sejak awal tahun 2014 hingga saat ini dan aktif menulis serta menjadi narasumber beberapa pelatihan yang dilaksanakan di lingkungan internal dan juga dinas terkait. Penulis menekuni bidang keuangan sejak 2010. Penulis saat ini juga mempunyai peran aktif sebagai pengelola jurnal baik sebagai *chief editor* dan reviewer di beberapa jurnal nasional. Email penulis yang bisa dihubungi yakni zaki.kurniawan@trunojoyo.ac.id