

PENGUKURAN FINANCIAL LITERACY STARTUP INDUSTRI KREATIF DI KOTA MALANG

Hanif Rani Iswari^{1*)}, Dian Candra Dewi¹⁾

¹⁾ Program Studi S1 Manajemen, Universitas Widyagama Malang, Kota Malang

*Email Korespondensi: rani@widyagama.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi dan mengukur literasi keuangan dari pemilik dan pengelola startup industri kreatif di Kota Malang. Investigasi dilakukan dengan melakukan jejak pendapat dalam sebuah forum focus group discussion. Selanjutnya, pengukuran dilakukan melalui survei melalui wawancara terstruktur dan kuesioner yang dibagikan kepada sepuluh startup industri kreatif di Kota Malang. Sekitar 40% dari responden diwawancarai secara langsung dan sisanya menggunakan fasilitas konferensi virtual. Hasil yang diperoleh jika tingkat literasi keuangan yang dimiliki 80% pemilik startup industri kreatif di Kota Malang yang juga merupakan pengelola jauh lebih tinggi dibandingkan yang hanya sebagai pengelola karena berpendidikan diploma/sarjana. Oleh karena itu, mayoritas responden memahami betul pengetahuan mengenai permodalan yang bersumber dari hutang pihak ketiga sehubungan dengan bunga atau bagi hasil. Namun, walaupun memiliki latar belakang pendidikan diploma/sarjana, hasil survei financial knowledge pemilik dan pengelola industri startup kreatif masih kurang pada pengetahuan seputar investasi keuangan. Menunjang hasil survei pengetahuan keuangan, financial experiences didominasi pengalaman terkait permodalan bersumber dari kredit pihak ketiga yakni kartu kredit dan pengalaman menabung dalam bentuk deposito dan hanya 3% responden yang menjalankan investasi derivatif ataupun dalam aset tetap tak bergerak.

Kata kunci: *Financial Literacy, Financial knowledge, Financial Experiences, Startup, Startup Industri Kreatif*

ABSTRACT

This study aims to investigate and measure the financial literacy of owners and managers of creative industry startups in Malang City. The investigation was carried out by conducting a poll in a focus group discussion forum. Furthermore, the measurement was carried out through a survey through structured interviews and questionnaires distributed to ten creative industry startups in Malang City. Around 40% of the respondents were interviewed in person and the rest used virtual conferencing facilities. The results obtained if the level of financial literacy owned by 80% of creative industry startup owners in Malang City who are also managers is much higher than those who are only managers because they have diploma/bachelor degrees. Therefore, the majority of respondents understand very well the knowledge about capital originating from third party debt in connection with interest or profit sharing. However, despite having a diploma/bachelor's education background, the results of the financial knowledge survey of owners and managers of the creative startup industry are still lacking in knowledge about financial investment. Supporting the results of the financial knowledge survey, financial experiences are dominated by experience related to capital sourced from third party credit, namely credit cards and savings experiences in the form of deposits and only 3% of respondents invest in derivatives or in fixed assets.

Keywords: *Financial Literacy, Financial knowledge, Financial Experiences, Startup, Startup Creative Industry*

PENDAHULUAN

Kota Malang merupakan salah satu kota yang dinobatkan Badan Ekonomi Kreatif Kota Malang menjadi Kota Kreatif dan mendapatkan Program Inkubator dan Akselerator Start-up di Indonesia dalam rangka menjalankan Program Gerakan Nasional 1000 Start-up Digital di Indonesia. Oleh karena itu, Kota Malang merupakan tempat yang menarik untuk dikaji lebih jauh tentang perkembangan bisnis start-up industri kreatif. Terdapat beberapa komunitas start-up industri kreatif di Malang, seperti Malang Creative Fushion, INDIEKRAF dan STASION MALANG yang berfokus menjadi wadah bagi pelaku start-up industri kreatif. Walaupun demikian, startup industri kreatif di Kota Malang, tidak lepas dengan kondisi ketidakstabilan bisnis terutama yang dihadapi oleh bisnis rintisan secara umum. Adapun masalah-masalah yang dihadapi sangat beragam, salah satunya adalah pengetahuan, sikap, pengalaman dan perilaku dalam mengelola keuangan khususnya modal. Dalam persepektif *Resource Based Theory* (RBT) pengetahuan, sikap, pengalaman dan perilaku manusia dalam mengelola permodalan (*financial literacy*) menjadi hal yang diperhitungkan [1] [2]. Oleh karena itu, dukungan *financial literacy* yang berkualitas menjadi sangat penting bagi pengusaha bisnis start-up sebagai strategi utama bisnis untuk mengatasi kendala permodalan dan mentransformasikannya menjadi kinerja unggul [3] terutama dalam tantangan era new normal saat ini.

Penelitian terdahulu telah banyak mengungkit topik mengenai *financial literacy*. Kebanyakan dari penelitian tersebut meneliti pada tingkat *financial literacy* individu dan tidak terkait dengan tingkat *financial literacy* individu dalam sebuah entitas terutama entitas bisnis. Penelitian [4]–[7] menghasilkan kesimpulan jika *financial literacy* berdampak pada perencanaan pensiun individu dan tabungan. Selain itu juga berdampak pada perilaku perencanaan keuangan individu [8] [9]. Pada penelitian yang berbeda, *financial literacy* sangat penting sebagai penentu partisipasi pasar saham dan pengambilan keputusan investasi [7]. Moore (2003) dalam Lusardi dan Mitchell (2011) [5] menemukan bahwa Tingkat *financial literacy* mempengaruhi tingkat hutang dan persyaratan pinjaman rumah tangga Washington DC. Okello dkk. (2017) [10] menunjukkan bahwa sikap keuangan sebagai komponen *financial literacy* memiliki pengaruh yang signifikan dan efek positif pada inklusi keuangan rumah tangga miskin di pedesaan Uganda. Penelitian terdahulu memiliki satu kesamaan hasil jika konsumen yang melek finansial dapat membuat keputusan keuangan dengan informasi yang lebih baik, membangun lingkungan yang aman untuk keuangan masa depan dan mencapai tujuan hidup mereka sendiri, meningkatkan stabilitas ekonomi. Sehingga, hal ini menjadi menarik untuk diinvestigasi perihal *financial literacy* individu dalam sebuah entitas terutama pada sebuah bisnis rintisan yakni startup industri kreatif yang banyak berkembang di Kota Malang dalam dekade terakhir ini.

Kajian Pustaka

Financial literacy adalah konstruksi yang kompleks, itulah sebabnya sulit untuk diukur secara akurat [7]. *Financial literacy* menggabungkan pengetahuan, pendidikan, kemampuan, kompetensi dan tanggung jawab mengenai keuangan itu sendiri. Fokusnya, baik pada pengetahuan, atau pada kemampuan menggunakan pengetahuan dan bahkan kepercayaan diri orang terhadap tindakan keuangan mereka sendiri. Namun dalam definisi lainnya, tidak hanya melingkupi hal tersebut tetapi lebih luas lagi.

Definisi eksplisit yang paling sering digunakan untuk konsep *financial literacy* meliputi: "kemampuan untuk membaca, menganalisis, mengelola, dan berkomunikasi tentang kondisi keuangan pribadi yang memengaruhi kesejahteraan materi" [11][12][13]; "pengetahuan dasar yang diperlukan orang untuk bertahan hidup di masyarakat modern" (Kim et al., 2001 dalam Zait & Berteau, 2015 [14]); "kemampuan untuk" memahami konsep keuangan utama yang diperlukan untuk berfungsi dalam masyarakat Amerika" (Bowen,

2002 dalam Huston, 2010 [12]); "kemampuan untuk mengelola situasi kas dan pembayaran, pengetahuan tentang membuka rekening tabungan dan memperoleh kredit, pemahaman dasar tentang kesehatan dan asuransi jiwa, kemampuan untuk membandingkan penawaran dan rencana untuk kebutuhan keuangan masa depan" (Emmons, 2005); "kemampuan untuk menggunakan pengetahuan dan mengelola sumber daya keuangan untuk kesejahteraan keuangan yang baik sepanjang hidup" (JumpStart Coalition, 2007, dikutip oleh Huston, 2010 [12]); "kemampuan untuk membuat penilaian berdasarkan informasi dan secara efektif mengambil keputusan mengenai uang" (ANZ, 2005 dalam Zait & Berteau, 2015 [14]); ukuran sejauh mana seseorang memahami konsep keuangan utama dan memiliki kemampuan dan kepercayaan diri yang diperlukan untuk mengelola keuangannya sendiri melalui keputusan jangka pendek dan perencanaan jangka panjang, dengan mempertimbangkan peristiwa ekonomi dan kondisi yang berubah" (Remund, 2010). Kami melihat bahwa konsep *financial literacy* terdiri dari beberapa aspek: pengetahuan keuangan (ANZ, 2005 dalam Zait & Berteau, 2015 [14];[15];[12];[16]); pengalaman operasi keuangan [17]; kemampuan untuk berkomunikasi tentang konsep keuangan yang berbeda [16]; kemampuan untuk menggunakan konsep dan instrumen keuangan yang berbeda [15]; [12];[16]); kemampuan untuk mengambil keputusan keuangan yang memadai [16]; sikap terhadap penggunaan instrumen keuangan [17]; kepercayaan masyarakat dalam operasi keuangan yang dilakukan [12], [16]; perilaku keuangan riil [12], [17]; beberapa tindakan [18].

Untuk memfasilitasi operasionalisasi konsep di masa depan, aspek-aspek ini dapat dikelompokkan ke dalam lima dimensi: (1) pengetahuan tentang konsep dan produk keuangan (variabel «pengetahuan keuangan»); (2) kemampuan komunikasi mengenai konsep keuangan (variabel «komunikasi keuangan»); (3) kemampuan untuk menggunakan pengetahuan untuk mengambil keputusan keuangan yang diperlukan (variabel «kemampuan keuangan»); (4) penggunaan nyata dari instrumen keuangan yang berbeda (variabel «keuangan perilaku»); (5) kepercayaan orang terhadap keputusan dan tindakan keuangan mereka sebelumnya (variabel «kepercayaan keuangan»). Dua dimensi pertama termasuk dalam kategori pemahaman atau pemahaman konsep keuangan, tiga dimensi berikutnya termasuk dalam kategori penggunaan nyata dalam praktik pengetahuan sebelumnya. Kelima dimensi konsep literasi keuangan ini perlu dioperasionalkan, agar dapat diukur; proses operasionalisasi mengubah definisi konseptual menjadi operasional atau terukur. Sederhananya, dimensi *financial literacy* meliputi *financial knowledge* dan *financial experiences*.

Pengukuran *financial knowledge* diukur menggunakan skor atas observasi perilaku pengetahuan keuangan (berdasarkan pengetahuan konsep-konsep keuangan dasar seperti inflasi, bunga sederhana, bunga majemuk, ilusi uang, diversifikasi risiko, dan tujuan utama kebijakan asuransi) diadaptasi dari survey yang dilakukan Bank Dunia pada Agustus tahun 2013 mengenai "Why Financial Capability is important and how surveys can help" dan Penelitian Atkinson, A. and F. Messy (2012) [19], "Measuring Financial Literacy: Results of the OECD / International Network on Financial Education (INFE) Pilot Study", namun telah disesuaikan dengan obyek penelitian yaitu startup industri kreatif di Kota Malang. Dimensi *financial experience* diukur menggunakan proksi dari Lusardi dan Tufano (2010) [6] terdiri dari berpengalaman dengan pinjaman tradisional, tidak termasuk kartu kredit, pengalaman dengan keuangan alternatif layanan pinjaman, pengalaman dengan tabungan / investasi dan pembayaran. Pertanyaan yang ditujukan disesuaikan dengan startup industri kreatif di Kota Malang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan beberapa tahap dengan pendekatan kuantitatif. Data penelitian yang digunakan berupa data primer dan data sekunder. Data primer untuk pada

tahap pertama diperoleh dari hasil pelaksanaan Focus Group Discussion yang diadakan secara offline berupa kunjungan dan korespondensi ke perwakilan komunitas industri kreatif kota Malang dan secara daring sehingga diperoleh pengisian kuesioner. Sedangkan data sekunder berupa informasi dari literatur dan dokumen-dokumen lain terkait dengan konseptual model penelitian. Selanjutnya untuk informan dan responden penelitian ini, diambil menggunakan metode *non-probability* dan beberapa kriteria sehingga menggunakan teknik *purposive sampling*. Berikut kriteria obyek penelitian Startup industri kreatif yang terdaftar di komunitas Malang Creative Fushion dan STASION (Startup Singo Edan Malang) dan yang menjadi responden adalah pemilik dan pengelola dari obyek sesuai kriteria tersebut:

Tabel 1. Kriteria Responden

No.	Kriteria
1.	Telah berdiri minimal 1 tahun.
2.	Memiliki struktur organisasi yang jelas.
3.	Memiliki pembukuan sederhana.
4.	Memiliki keuangan terpisah dengan pemilik.
5.	Memiliki setidaknya 5 karyawan diluar pengelola
6.	Memiliki omset per tahun minimal diatas 50 juta

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sesuai kriteria obyek penelitian, diperoleh 115 responden dengan karakteristik bahwa sebanyak 66% atau sebanyak 75 responden dalam penelitian ini adalah laki-laki, sedangkan 34% sisanya atau sebanyak 40 responden dalam penelitian ini adalah perempuan. Diagram ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah laki-laki. Hal ini dikarenakan bidang usaha dalam penelitian ini adalah perusahaan start-up industry kreatif, dimana sebagian besar keahlian yang dibutuhkan dalam perusahaan yang menjadi obyek penelitian bergerak di bidang seni, film, permainan (game developer), design termasuk layanan kreatif seperti iklan digital yang lebih diminati laki-laki. Selain itu, pandangan masyarakat yang menegaskan bahwa pekerjaan atau usaha yang berkaitan dengan industri kreatif yang terkait dengan IT atau teknik informatika merupakan pekerjaan yang cocok untuk laki-laki, menyebabkan perubahan cara berfikir antara laki-laki dan perempuan. Perubahan cara berfikir tersebut yang menyebabkan adanya *stereotype* bidang keahlian yang berkaitan dengan teknik informatika lebih didominasi dan dilirik oleh manusia berjenis kelamin laki-laki dari pada perempuan. Rippon (2019) [20] mengatakan, "bukan hanya pengalaman yang mengubah otak kita - stereotip sosial juga bisa". Mendukung pernyataan dari Rippon (2019)[20], Lisa Eliot, professor neurosaince dari Chicago Medical School of Rosalind, Franklin University of Medicine and Science menjelaskan bahwa pemberian stereotip antara laki-laki dan perempuan dalam profesionalisasi dunia sains dan teknologi mendorong laki-laki dan perempuan menuruni lintasan karier dan kesuksesan yang berbeda[21].

Karakteristik yang unik pula diperoleh berdasarkan usia responden. Prosesntase distribusi usia responden tertinggi berasal dari usia 18 tahun s/d 27 tahun sebanyak 63% atau sebanyak 74 responden. Distribusi usia responden terendah bersal dari usia > 57 tahun sebanyak 0% atau tidak ada terdapat respoden pada usia tersebut. Distribusi responden untuk usia > 27 tahun s/d 37 tahun sebanyak 24% atau sebanyak 28 responden, sedangkan distribusi responden usia > 37 tahun s/d 47 tahun sebanyak 9% atau 10 responden. Responden dengan kelompok usia > 47 tahun s/d 57 tahun sebanyak 4% atau sebanyak 5 responden. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden atau pelaku usaha berasal dari kalangan anak muda yaitu kelompok usia 18 tahun s/d 27 tahun, dan > 27 tahun s/d 37 tahun. Hal ini dikarenakan bidang usaha start up merupakan bidang usaha yang

berkaitan dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, dimana kalangan muda lebih mengikuti dan mengenal perkembangan teknologi. Selain itu, rentan usia tersebut merupakan kelompok generasi milenial dan generasi z, dimana karakteristik dari generasi tersebut lebih cepat memperoleh informasi dari pada generasi-generasi sebelumnya dan lebih jeli dalam melihat suatu peluang, terutama bisnis dengan konsep yang lebih inovatif.

Berdasarkan klasifikasi pendidikan terakhir dan pemilihan antara pemilik dan pengelola diperoleh jika 80% pemilik startup industry kreatif ikut terjun langsung sebagai pengelola dengan 60% sebagai CEO dan sisanya sebagai CTO dan merupakan lulusan sarjana/diploma. distribusi responden tertinggi berdasarkan pendidikan terakhir berasal dari kelompok pendidikan Sarjana / Diploma sebanyak 65% atau 76 responden. Distribusi responden terendah berasal dari kelompok pendidikan Sekolah Menengah Pertama sebanyak 1% atau 1 responden. Distribusi responden dengan kelompok pendidikan Sekolah Menengah Atas sebanyak 31% atau 36 responden, sedangkan untuk kelompok pendidikan Pascasarjana sebanyak 3% atau 4 responden.

Hasil distribusi responden tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha atau pengelola usaha pada jenis usaha start up industry kreatif di Kota Malang memiliki tingkat pendidikan yang baik. Hal ini dikarenakan keahlian atau kemampuan yang dibutuhkan dalam usaha start up kebanyakan diperoleh melalui pembelajaran mata kuliah dijenjang pendidikan sarjana/ diploma. Selain melalui jenjang pendidikan sarjana/ diploma, keahlian tersebut dapat diperoleh melalui kursus dan sertifikasi yang diadakan oleh lembaga. Lembaga kursus tersebut dapat diambil tanpa memandang jenjang pendidikan terakhir yang dimiliki, tidak hanya itu para pelaku usahanya juga akan memiliki keahlian yang setara dengan pelaku usaha yang menempuh pendidikan pada jenjang sarjana/diploma. Dengan kata lain, para pelaku usaha pada bisnis startup industry kreatif di Kota Malang merupakan kelompok masyarakat yang memang memiliki kemampuan atau ahli dalam bidang kreatif terutama yang terkait dengan teknologi dan digitalisasi.

Atas survey yang dilakukan dan kuesioner yang disebar. *Financial literacy* yang terdiri atas dimensi *financial knowledge* dan *financial experiences* diperoleh hasil analisis deskriptif jika variabel *financial knowledge* memiliki 15 item pertanyaan, nilai minimal mean variabel *financial knowledge* sebesar 2.5556 yang dihasilkan oleh item X1.15. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa ragu-ragu akan pengetahuan keuangan dalam investasi keuangan. Nilai maksimum mean variabel *financial knowledge* sebesar 4.4103 yang dihasilkan oleh item X1.3. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden penelitian setuju bahwa pengetahuan keuangan akan bunga pinjaman sangat dibutuhkan. Hasil perhitungan mean dari variabel *financial knowledge* sebesar 3.48206, yang menunjukkan bahwa rata-rata jawaban dari responden penelitian menyatakan ragu-ragu (biasa saja) dalam pengetahuan investasi keuangan yang dimiliki. Hasil perhitungan dari standart deviasi menunjukkan bahwa penurunan simpangan baku minimum variabel *financial knowledge* sebesar - 0.81514. Nilai maksimum dari standart deviasi sebesar 1.34291, yang menunjukkan peningkatan simpangan baku variabel *financial knowledge* sebesar +1.34291.

Analisis deskriptif *financial experience* diperoleh dari 23 item pertanyaan yaitu X2.1 hingga X2.23. Hasil pengolahan statistik deskriptif menunjukkan bahwa nilai minimal mean variabel *financial experience* (X2) sebesar 1.7778 yang berasal dari item X2.19. Hal ini menjelaskan bahwa sebagian responden menyatakan tidak setuju mengenai pengalaman keuangan mengenai keterlambatan tagihan pembayaran kartu kredit. Nilai maksimum variabel *financial experience* (X2) sebesar 4.4017 yang berasal dari item X2.12, hal ini menjelaskan bahwa sebagian besar responden setuju untuk memiliki pengalaman keuangan dalam menabung. Hasil perhitungan mean secara keseluruhan dari variabel *financial experience* (X2) sebesar 2.567087, yang menunjukkan bahwa rata-rata jawaban dari responden penelitian menyatakan tidak setuju dalam pengalaman keuangan

dibutuhkan dalam pengelolaan keuangan perusahaan. Hasil perhitungan dari standart deviasi variabel *financial experience* menunjukkan bahwa penurunan simpangan baku minimum variabel *financial experience* sebesar -0.82064, dan peningkatan simpangan baku maksimum variabel *financial experience* sebesar +1.60312.

KESIMPULAN

Pelaku startup industry kreatif di Kota Malang menyadari pentingnya literasi keuangan dalam menjalankan bisnis rintisan mereka. Dominasi pemilik dan pengelola yang merupakan laki-laki dengan mayoritas berpendidikan diploma/sarjana membuat sebuah kesadaran akan pentingnya pengetahuan keuangan (*financial knowledge*) dalam menjalankan, mendukung dan mengelola startup mereka. Pemilik yang mayoritas terjun langsung sebagai pengelola menyampaikan pengetahuan permodalan menjadi konsentrasi mereka karena susah akses permodalan bagi bisnis rintisan untuk masuk ke perbankan atau lembaga keuangan lainnya, sehingga mereka belum sepenuhnya mementingkan pengetahuan pengelolaan keuangan lainnya seperti pengetahuan investasi keuangan. Atas hasil survey *financial knowledge* tersebut dihasilkan hasil survey *financial experiences* yang sejalan yakni tingginya tingkat pengalaman permodalan pelaku startup industry kreatif yakni belum bankable-nya bisnis mereka terutama perihal collateral sehingga mereka lebih cenderung menggunakan produk kartu kredit dibandingkan dengan produk kredit usaha. Selain itu rendahnya pengalaman investasi merupakan bukti jika pelaku industry kreatif di Kota Malang masih memfokuskan diri mereka pada permodalan dan pengelolaan operasional dan kurang memperhitungkan aktivitas investasi keuangan mereka.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada seluruh responden yakni pemilik dan pengelola startup industry kreatif di Kota Malang dan Ketua Malang Creative Fushion, Ketua STASION Malang serta tidak lupa kami menyampaikan terimakasih kepada Universitas Widyagama Malang dalam hal ini LPPM.

REFERENSI

- [1] I. V. Kozlenkova, S. A. Samaha, and R. W. Palmatier, "Resource-based theory in marketing," *J. Acad. Mark. Sci.*, vol. 42, no. 1, pp. 1–21, 2014.
- [2] K. Habib and D. Yazdanfar, "Determinants of SME growth," *Manag. Res. Rev.*, vol. 39, no. 9, pp. 966–986, 2016.
- [3] A. A. Eniola and H. Entebang, "Financial literacy and SME firm performance," *Int. J. Res. Stud. Manag.*, vol. 5, no. 1, pp. 31–43, 2016.
- [4] A. Lusardi, O. S. Mitchell, and V. Curto, "Financial literacy among the young," *J. Consum. Aff.*, vol. 44, no. 2, pp. 358–380, 2010.
- [5] A. Lusardi and O. S. Mitchell, "Financial literacy and planning: Implications for retirement wellbeing," National Bureau of Economic Research, 2011.
- [6] L. D. Mitchell, "Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi," *J. Nominal*, vol. 6, 2007.
- [7] M. Van Rooij, A. Lusardi, and R. Alessie, "Financial literacy and stock market participation," *J. financ. econ.*, vol. 101, no. 2, pp. 449–472, 2011.
- [8] V. Agarwal, G. W. Bell, J.-W. Nam, and D. P. Bartel, "Predicting effective microRNA target sites in mammalian mRNAs," *Elife*, vol. 4, p. e05005, 2015.
- [9] L. Arrondel, M. Debbich, and F. Savignac, "Financial literacy and financial planning in France," 2014.

- [10] G. Okello Candiya Bongomin, J. C. Munene, and P. Yourougou, "Examining the role of financial intermediaries in promoting financial literacy and financial inclusion among the poor in developing countries: Lessons from rural Uganda," *Cogent Econ. Financ.*, vol. 8, no. 1, p. 1761274, 2020.
- [11] B. Cude *et al.*, "College students and financial literacy: What they know and what we need to learn," *Proc. East. Fam. Econ. Resour. Manag. Assoc.*, vol. 102, no. 9, pp. 106–109, 2006.
- [12] S. J. Huston, "Measuring financial literacy," *J. Consum. Aff.*, vol. 44, no. 2, pp. 296–316, 2010.
- [13] B. J. Cude, "Financial literacy 501," *J. Consum. Aff.*, vol. 44, no. 2, pp. 271–275, 2010.
- [14] A. Zait and P. E. Berteau, "Financial literacy–Conceptual definition and proposed approach for a measurement instrument," *J. Account. Manag.*, vol. 4, no. 3, 2015.
- [15] A. Hung, A. M. Parker, and J. Yoong, "Defining and measuring financial literacy," 2009.
- [16] D. L. Remund, "Financial literacy explicated: The case for a clearer definition in an increasingly complex economy," *J. Consum. Aff.*, vol. 44, no. 2, pp. 276–295, 2010.
- [17] L. Orton, *Financial literacy: Lessons from international experience*. Canadian Policy Research Networks, Incorporated, 2007.
- [18] C. Baron-Donovan, R. L. Wiener, K. Gross, and S. Block-Lieb, "Financial literacy teacher training: A multiple-measure evaluation," *J. Financ. Couns. Plan.*, vol. 16, no. 2, 2005.
- [19] A. Atkinson and F.-A. Messy, "Measuring financial literacy: Results of the OECD/International Network on Financial Education (INFE) pilot study," 2012.
- [20] G. Rippon, *The Gendered Brain: The new neuroscience that shatters the myth of the female brain*. Random House, 2019.
- [21] L. Eliot, "The Gendered Brain: The New Neuroscience That Shatters The Myth Of The Female Brain (vol 566, pg 453, 2019)," *Nature*, vol. 567, no. 7748, p. 310, 2019.

