

Economic Bulletin – Issue 29

IFG Progress Insurance Literacy Survey: Kerangka Metodologi

- Terdapat *gap* yang cukup besar antara indeks literasi dan indeks inklusi asuransi Indonesia baik itu dari sisi nilai indeks maupun nilai peningkatan per tahun. Diperlukan adanya upaya identifikasi lebih lanjut terkait penyebab terjadinya *gap* literasi dan inklusi yang terjadi di sektor asuransi Indonesia serta mengeksplorasi potensi langkah-langkah kebijakan yang dapat dilakukan untuk mempersempit kesenjangan tersebut.
- Dalam rangka untuk mengevaluasi tingkat literasi asuransi di Indonesia, untuk melakukan *tracking* tren tingkat literasi asuransi, dan untuk mengidentifikasi *gap* antara literasi dan inklusi asuransi yang dapat dijadikan landasan dalam mendukung pengembangan kebijakan dan program edukasi asuransi kepada publik, IFG Progress melakukan *IFG Progress Insurance Literacy Survey* sebagai *additional input* bagi publik dan regulator dalam mengidentifikasi determinan dan tantangan dari literasi asuransi di Indonesia.
- *IFG Progress Survey Insurance Literacy* mengadopsi 3 (tiga) dimensi literasi asuransi guna mengukur tingkat literasi asuransi yakni *knowledge of product*, *understanding of product*, dan *attitude of potential policyholders*. Dengan menggunakan populasi yakni mahasiswa universitas di Indonesia dengan metode pengambilan *stratified random sampling*, kami menganalisa tingkat pemahaman asuransi di lingkungan pendidikan.
- Hasil survei sementara menemukan bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat literasi asuransi yang tergolong *moderately literate* dengan tingkat *knowledge of product* atau pengetahuan terhadap produk asuransi terutama terkait dengan jenis-jenis produk dan manfaat dari masing-masing produk yang masih relatif terbatas.
- Walaupun demikian, sikap dan persepsi responden terhadap asuransi tergolong sangat baik yang mana dapat menjadi oportunitas untuk industri dapat memanfaatkan kondisi tersebut.

Reza Yamora Siregar
reza.jamora@ifg.id
Head of IFG-Progress

Nada Serpina
Nada.serpina@ifg.id
Research Associate

Erin Glory Pavayosa Br. Ginting
Research Assistant Intern

Asuransi merupakan mekanisme pengelolaan risiko (*risk management*) dalam rangka untuk melindungi individu maupun bisnis dari risiko finansial tidak terduga yang dapat menimbulkan kerugian. Sebagai sektor yang melakukan *risk management*, sektor asuransi secara fundamental memiliki 3 (tiga) prinsip utama dalam melakukan pengelolaan risiko yakni *risk assessment*, *risk prevention/risk mitigation*, dan *risk deals*. Luasnya pengelolaan risiko yang dilakukan membuat sektor asuransi sejatinya memiliki peranan penting dan menciptakan nilai sosial dan ekonomi yang sangat berguna baik secara mikro maupun makro. Dalam konteks mikro, sektor asuransi menciptakan nilai sosial dengan memberikan rasa aman dan tenang kepada individu. Sementara dalam cakupan yang lebih luas, sektor asuransi berperan dalam membantu meringkankan beban pemerintah dalam pelaksanaan tunjangan jaminan sosial, mendukung sektor bisnis untuk dapat berinovasi dan melakukan alokasi modal yang lebih efisien, hingga dapat mendorong pertumbuhan ekonomi¹.

Besarnya nilai sosial dan ekonomi yang diciptakan oleh sektor asuransi tentunya bergantung pada tingkat inklusi atau penggunaan produk asuransi. Semakin inklusif pasar asuransi maka akan semakin tinggi pula nilai sosial dan ekonomi yang dapat diciptakan. Teori terkait inklusi asuransi belum memiliki pedoman yang resmi, sama halnya dengan penelitian yang belum banyak dilakukan. Akan tetapi, jika menggunakan pemahaman dari konteks inklusi keuangan, beberapa penelitian menyebutkan bahwa literasi keuangan atau tingkat pemahaman seseorang terhadap produk keuangan dapat mendorong inklusi keuangan. Kemauan masyarakat dalam menggunakan produk-produk keuangan formal akan meningkat melalui literasi keuangan yang baik².

Introduction

Latar Belakang

Di Indonesia, pengukuran tingkat literasi dan inklusi keuangan dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang diselenggarakan setiap 3 tahun sekali dan dirilis dalam laporan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK). Dalam mengukur tingkat literasi, terdapat aspek pengenalan dan keyakinan terhadap lembaga keuangan yang mencakup 7 sektor jasa keuangan yakni perbankan, perasuransian, lembaga pembiayaan, pasar modal, pergadaian, dana pensiun, dan lembaga keuangan mikro. Demikian halnya dengan dalam mengukur indeks inklusi keuangan, masyarakat yang dikatakan terinklusi adalah masyarakat yang menggunakan produk dan layanan jasa keuangan dalam kurun waktu 12 bulan terakhir.

¹ Geneva Association. 2012. "The Social and Economic Value of Insurance". A Geneva Association Paper.

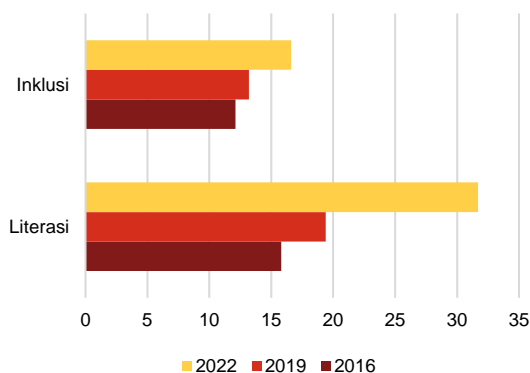
² Ozili, Peterson K. 2020. "Theories of Financial Inclusion". Rochester: SSRN.

Berdasarkan laporan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Tahun 2022, tingkat literasi masyarakat terhadap produk asuransi mengalami peningkatan pada setiap periodenya. Pada tahun 2022, indeks literasi masyarakat terhadap sektor asuransi tercatat sebesar 31,7%, naik 1,6 kali dibanding tahun 2019 yang hanya sebesar 19,4% (Exhibit 1). Data tersebut memperlihatkan perkembangan yang cukup baik bagi sektor asuransi. Artinya masyarakat sudah cukup memiliki pengetahuan, kemampuan, keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk mengambil keputusan dalam pengelolaan keuangannya terutama dalam hal asuransi. Sementara itu, di tahun yang sama, indeks inklusi keuangan sektor asuransi juga meningkat menjadi sebesar 16,6%, naik 0,7 kali dibanding tahun 2019 yang hanya sebesar 13,2% (Exhibit 1).

Meskipun tingkat literasi dan inklusi sektor asuransi cenderung meningkat dari tahun ke tahun, akan tetapi, terdapat *gap* yang cukup besar antara indeks literasi dan indeks inklusi baik itu dari sisi nilai indeks maupun nilai peningkatan. Dari sisi nilai indeks, terdapat kesenjangan yang cukup besar yakni hingga 15% antara indeks literasi dan indeks inklusi untuk sektor asuransi. Selain itu, dari sisi peningkatan, juga terdapat *gap* yang cukup besar dimana tingkat literasi asuransi naik 1,6 kali dibanding tahun lalu, namun tingkat inklusi hanya naik 0,7 kali.

Adanya kesenjangan dan tidak selarasnya peningkatan antara tingkat literasi dan tingkat inklusi di sektor asuransi tersebut dilatarbelakangi oleh berbagai hal. Salah satunya diduga dipengaruhi oleh persepsi masyarakat terhadap industri asuransi yang belum membaik. Selain itu, terdapat faktor lainnya seperti yang ditunjukkan oleh hasil temuan pemetaan tingkat literasi sektor asuransi pada Exhibit 2, yakni:

1. Tingkat pengetahuan masyarakat terhadap produk dan layanan perasuransi masih rendah;
2. Tingkat pengetahuan masyarakat terhadap karakteristik produk perasuransian terutama dalam sub-aspek risiko produk atau layanan dan cara memperoleh produk masih sangat terbatas;
3. Tingkat keyakinan masyarakat terhadap perusahaan perasuransian baik di perusahaan asuransi konvensional maupun syariah masih sangat rendah.

Exhibit 1. Perkembangan tingkat literasi dan inklusi sektor asuransi Indonesia

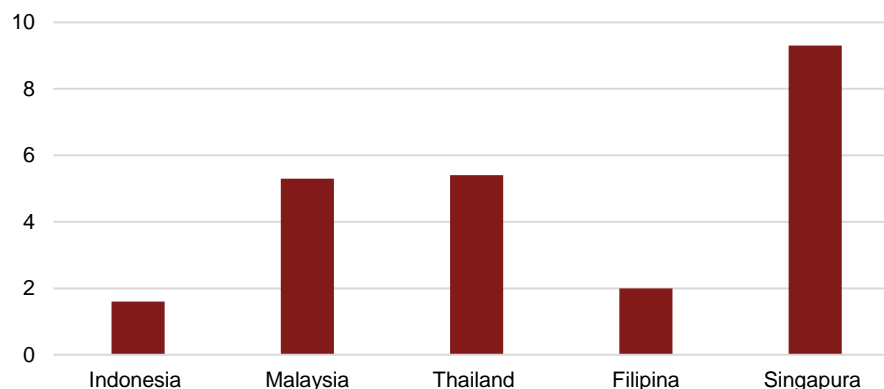
Sumber: Survei Literasi dan Inklusi Keuangan OJK.

Exhibit 2. Hasil pemetaan tingkat literasi sektor asuransi dari beberapa aspek tahun 2019, Indonesia

Aspek	Keterangan	Persentase**
Pengetahuan tentang Produk dan Layanan Perasuransian	Asuransi Jiwa	27,5%
	Asuransi Kecelakaan Diri	20,5%
	Asuransi Pendidikan	20,0%
Pengetahuan terhadap Karakteristik Produk Perasuransian*	Fitur produk atau layanan	35,6%
	Manfaat produk atau layanan	55,3%
	Risiko produk atau layanan	27,9%
	Hak konsumen	37,4%
	Kewajiban konsumen	38,2%
Penggunaan Produk dan Layanan Perasuransian 1 Tahun Terakhir	Cara memperoleh produk	24,3%
	Asuransi Jiwa	3,0%
Keyakinan terhadap Perusahaan Perasuransian	Asuransi Kendaraan Bermotor	1,6%
	Asuransi Kesehatan	1,3%
	Komposit	10,4%
	Konvensional	9,7%
	Syariah	3,4%

Dampak tingginya kesenjangan antara tingkat literasi dan tingkat inklusi yang terjadi di sektor asuransi Indonesia juga tercermin dari tidak terdorongnya tingkat penetrasi premi industri asuransi Indonesia. Pada Exhibit 3, ditunjukkan bahwa tingkat penetrasi (% premi terhadap PDB) Indonesia tahun 2021 tercatat sebesar 1,6%, angka ini tergolong sangat rendah jika dibandingkan dengan negara-negara ASEAN-5 lainnya. Misalnya Singapura 9,3%; Thailand 5,4%; Malaysia 5,3%, bahkan lebih rendah jika dibandingkan dengan Filipina 2%.

Berdasarkan kondisi tersebut, terdapat indikasi bahwa tumbuhnya tingkat literasi sektor asuransi Indonesia dimungkinkan tidak terjadi secara merata di seluruh kelompok masyarakat atau dengan kata lain hanya tumbuh di beberapa kelompok saja. Selain itu, kesenjangan literasi dan inklusi sektor asuransi serta tingkat penetrasinya yang sangat rendah juga dapat menjadi indikasi bahwa terdapat kemungkinan produk asuransi yang saat ini tersedia di Indonesia belum sepenuhnya terjangkau oleh beberapa kelompok masyarakat terutama pada kelompok masyarakat dengan tingkat pendapatan menengah ke bawah (*low income*).

Exhibit 3. Tingkat penetrasi premi (% dari PDB) sektor asuransi negara ASEAN-5, 2021

Sumber: Swiss Re.

Berdasarkan temuan-temuan yang sudah dijelaskan, diperlukan adanya upaya identifikasi lebih lanjut terkait penyebab terjadinya *gap* literasi dan inklusi yang terjadi di sektor asuransi Indonesia serta mengeksplorasi potensi langkah-langkah kebijakan yang dapat dilakukan untuk mempersempit kesenjangan tersebut. Sebagaimana dengan beberapa studi yang menyebutkan bahwa tingkat pemahaman terhadap produk keuangan menjadi salah satu faktor penting bagi pengembangan sektor keuangan di suatu negara. Menurut studi World Bank (2010), penguatan *deepening* suatu sektor keuangan perlu didukung oleh baiknya literasi keuangan serta kuatnya *framework* perlindungan konsumen³. Literasi keuangan menjadi salah satu kunci untuk pengembangan sektor keuangan.

Untuk mengevaluasi tingkat literasi sektor asuransi secara lebih komprehensif, dibutuhkan sebuah *framework* pengukuran untuk mengevaluasi tingkat pemahaman terkait sektor asuransi dari beberapa aspek. Namun demikian, masih sangat sedikit penelitian dan survei baik nasional maupun internasional terkait pengukuran tingkat literasi asuransi secara sistematis dan tidak ada yang berfokus di Indonesia. Adapun, rilis laporan dan penelitian terkait literasi asuransi masih terhitung sedikit baik domestik maupun global. Secara global, rilis laporan survei literasi yang spesifik membahas asuransi hanya ada beberapa, yakni diantaranya:

1. *Report on Insurance Literacy Tracking Survey* in Hong Kong 2021, Hong Kong Insurance Authority.
2. *The Life Insurance Literacy Gap* 2016, FPA and Zurich.
3. *Insurance Assessment* 2010, National Association of Insurance Commissioners.

Dalam rangka untuk mengevaluasi tingkat literasi asuransi di Indonesia, untuk melakukan *tracking* tren tingkat literasi asuransi, dan untuk mengidentifikasi *gap* antara inklusi asuransi dan literasi asuransi yang dapat dijadikan landasan dalam mendukung pengembangan kebijakan dan program edukasi asuransi kepada publik, IFG Progress melakukan *IFG Progress Insurance Literacy Survey* sebagai *additional input* bagi publik dan regulator dalam mengidentifikasi determinan dan tantangan dari literasi asuransi di Indonesia.

Adapun, melalui survei dan penelitian ini, IFG Progress bertujuan untuk mencapai objektif sebagai berikut:

1. Mengetahui tingkat pemahaman terkait industri asuransi dari beberapa aspek diantaranya *knowledge*, *understanding*, dan *attitude*.
2. Mendapatkan gambaran secara kuantitatif dan kualitatif terkait tingkat literasi asuransi di Indonesia secara spesifik.

³ Rutledge, Susan L. 2010. "Consumer Protection and Financial Literacy: Lessons from Nine Country Studies". Policy Research Working Paper: World Bank.

3. Mengetahui determinan yang mempengaruhi tingkat literasi asuransi dengan pengujian hipotesis.
4. Mengembangkan *framework* pengukuran untuk mengevaluasi tingkat literasi asuransi pada kelompok/segmen yang berbeda agar mudah dibandingkan dan di-*track* secara reguler.

Pada publikasi edisi kali ini, pembahasan akan difokuskan untuk membahas terkait studi literatur, memperkenalkan kerangka metodologi survei yang digunakan, dan akan membahas beberapa temuan awal dan analisa yang didapatkan dari pelaksanaan survei.

Studi Literatur

Pada bagian ini akan dipaparkan studi literatur yang mencakup konsep dari literasi keuangan secara umum dan literasi asuransi, beberapa laporan dan survei terdahulu terkait literasi asuransi yang pernah dilakukan, serta beberapa penelitian terdahulu yang pernah dilakukan dalam mengukur tingkat literasi asuransi. Adapun, hasil dari analisa studi literatur tersebut akan diadaptasi dan dikembangkan menjadi kerangka IFG Progress dalam mengukur tingkat literasi asuransi yang digunakan dalam survei ini.

Konsep dan Definisi Literasi Asuransi

Seiring dengan semakin pentingnya literasi keuangan bagi individu dalam mendorong *financial well-being* serta menjadi determinan yang cukup penting bagi pengembangan sektor keuangan suatu negara, pemerintah berbagai negara dan otoritas sektor keuangan telah menjadikan upaya meningkatkan tingkat literasi keuangan menjadi kebijakan yang cukup penting. Dalam mencapai tujuan tersebut, sebagian besar melakukan survei untuk mengukur tingkat literasi keuangan dengan mengadopsi konsep dan pengukuran yang sudah umum dilakukan, salah satunya yakni yang dirilis oleh Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). Adapun, pengertian literasi keuangan menurut OECD yang juga disepakati untuk diadopsi oleh sebagian besar negara yakni *“financial literacy is a combination of awareness, knowledge, skill, attitude and behaviour necessary to make sound financial decisions and, ultimately, achieve individual financial well-being”*.

Sektor asuransi merupakan salah satu sektor yang cukup berkontribusi bagi perekonomian negara dengan salah satu peran esensialnya dalam membantu perencanaan keuangan rumah tangga dengan mengelola risiko dari ketidakpastian. Disamping itu, asuransi merupakan produk keuangan paling kompleks yang dibeli oleh konsumen disepanjang hidupnya⁴. Oleh karena itu,

⁴ Nesleha, J dan Urbanovsky, K. 2016. “Study of Financial Literacy in the Field of Insurance Products”. European Financial System 2016: Proceedings of the 13th International Scientific Conference, 490-495.

secara khusus kemampuan pemahaman atau literasi terkait asuransi dibutuhkan oleh konsumen untuk mampu melakukan pembelian asuransi yang bijak. Namun demikian, berbeda halnya dengan tingkat literasi keuangan, konsep dan pengukuran tingkat literasi asuransi belum memiliki acuan yang disepakati bersama seperti konsep literasi keuangan. Salah satu keterbatasan dalam mengukur tingkat literasi asuransi yakni tidak adanya kriteria yang disepakati secara umum untuk mengidentifikasi elemen penting dari literasi asuransi⁵. Sama pentingnya dengan tingkat literasi keuangan secara umum, konsep dan pengukuran tingkat literasi asuransi juga perlu dikembangkan guna menilai tingkat literasi asuransi saat ini dan mengeksplorasi upaya dan kebijakan untuk memperbaiki maupun mengembangkannya.

Dari penelusuran beberapa studi literatur terkait literasi asuransi didapatkan bahwa konsep pengukuran literasi asuransi setidaknya harus memuat kombinasi elemen pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku untuk mampu membuat keputusan asuransi yang tepat sesuai dengan paparan risiko dan situasi suatu individu⁶. Pengukuran tersebut sejalan dengan dimensi literasi keuangan yang disarankan oleh OECD International Network on Financial Education (“OECD/INFE”) yakni, pengetahuan (*knowledge*), pemahaman (*understanding*), aksi (*skill*), dan perilaku (*attitude*). Adapun, beberapa studi terdahulu memiliki pandangan masing-masing dalam mendefinisikan konsep literasi asuransi, yang terangkum pada Exhibit 4, sebagai berikut:

⁵ Tennyson, Sharon. 2011. “Consumers’ Insurance Literacy”. Network Financial Institute: Policy Brief.

⁶ Weedige, S.S., Ouyang, H., 2019. Consumers’ Insurance Literacy: Literature Review, Conceptual Definition, and Approach for a Measurement Instrument. European Journal of Business and Management.

Exhibit 4. Cakupan dimensi literasi asuransi menurut beberapa studi terdahulu

Penulis	Definisi
Tennyson (2011)	<ul style="list-style-type: none"> a) Pengetahuan : memahami prinsip asuransi dan karakteristik produk asuransi b) Kepercayaan diri : indikator dalam mengukur kemungkinan konsumen memanfaatkan pengetahuan asuransinya. c) Kemampuan : jumlah informasi yang relevan dan akurat yang dimiliki oleh konsumen untuk membuat keputusan asuransi.
Weedige dan Ouyang (2019)	<ul style="list-style-type: none"> a) Pengetahuan : adalah pemahaman tentang (i) potensi eksposur risiko; (ii) Strategi mitigasi risiko; (iii) Konsep asuransi, prinsip dan manfaat; (iv) fitur produk asuransi; (v) hak dan tugas sebagai tertanggung; dan (vi) sumber informasi. b) Keahlian : pengukuran kepercayaan diri konsumen untuk mampu menerapkan pengetahuan yang dimilikinya.
Allodi et al (2020)	<ul style="list-style-type: none"> a) Pengetahuan: memiliki pemahaman, pengetahuan, informasi, dan konsep asuransi yang mampu diterapkan saat mempertimbangkan pembelian produk asuransi. b) Pemahaman: memiliki pemahaman yang mumpuni terkait risiko yang di-cover oleh asuransi, serta memahami fungsi, produk dan berbagai bentuk asuransi. c) Keterampilan dan sikap asuransi: Mampu menerapkan pengetahuan dan pemahaman dalam membuat pilihan asuransi dan membuat keputusan yang konsisten dengan kemungkinan resiko yang akan diterima oleh suatu individu sesuai dengan kebutuhannya.

Sumber: Tennyson (2011), Weedige dan Ouyang (2019), dan Allodi et al (2020).

Berdasarkan Exhibit tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa secara umum literasi asuransi setidaknya harus memiliki tiga pilar dimensi utama yang harus menyertainya, yakni pengetahuan (*knowledge*), pemahaman (*understanding*), serta sikap (*attitude*) dan keterampilan (*skill*).

Laporan Survei Literasi Asuransi Terdahulu

(1) Indonesia: *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) OJK*

Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) merupakan survei berskala nasional yang diselenggarakan untuk memetakan keadaan terkini literasi dan inklusi keuangan masyarakat Indonesia⁷. Survei yang telah dilaksanakan sejak 2013 yang dilaksanakan selama tiga tahun sekali ini, menggunakan metode, parameter dan indikator yang sama, yaitu indeks literasi keuangan yang terdiri dari parameter pengetahuan, keterampilan, keyakinan, sikap dan perilaku, sementara indeks inklusi keuangan menggunakan parameter penggunaan (*usage*).

Walaupun tidak membahas secara khusus mengenai literasi asuransi, dalam melakukan pengukuran literasi keuangan, survei ini memasukkan komponen aspek pengenalan dan keyakinan terhadap lembaga jasa keuangan, yang salah satunya adalah perasuransian. Survei literasi keuangan yang terbaru dilakukan pada tahun 2022 lalu memuat sampel yang berusia antara 15 s.d. 79 tahun dari

34 provinsi yang mencakup 76 kota/kabupaten dengan jumlah responden sebanyak 14.634 orang.

Beralih kepada konsep pengukuran, mengacu pada pemetaan literasi keuangan SNLIK pada tahun 2019⁸, dalam melakukan perhitungan literasi keuangan, setidaknya survei ini mengukur komponen sebagai berikut; (i) pengetahuan terhadap lembaga jasa keuangan, (ii) keyakinan terhadap lembaga jasa keuangan, (iii) pengetahuan tentang produk dan layanan berbagai jasa keuangan, (iv) pengetahuan terhadap karakteristik produk berbagai lembaga keuangan perbankan dan non perbankan, (v) kemampuan keuangan misalnya kemampuan berhitung dan sumber informasi dalam mengambil keputusan keuangan, (vi) pengelolaan keuangan seperti tujuan keuangan dan upaya mencapai tujuan tersebut, dan (vii) ketahanan keuangan misalnya keyakinan terhadap pengelolaan keuangan setelah masa pensiun.

Selain itu, survei ini juga memiliki satu bagian tambahan yang memuat informasi terkait dengan literasi keuangan yang mengacu kuesioner dan metodologi survei literasi keuangan yang digunakan oleh OECD. Adapun informasi yang dimaksud adalah; (i) kegiatan menabung dalam 1 (satu) tahun terakhir, (ii) kemampuan untuk menghitung dan memahami konsep suku bunga, (iii) opsi pernyataan mengenai pengambilan keputusan keuangan, (iv) pengalaman mengenai penggunaan produk jasa keuangan dalam dua tahun terakhir, (v) pengambilan keputusan keuangan sehari-hari, (vi) pengalaman terkait ketahanan keuangan, (vii) jangka waktu ketahanan keuangan, dan (viii) pengalaman keuangan.

(2) Australia: *FPA and Zurich Life Insurance Literacy Gap Report*

The Financial Planning Association of Australia (“FPA”) dan Zurich Financial Services (“Zurich”) mengadakan survei daring terhadap 814 warga Australia untuk mengukur literasi asuransi yang diadakan pada tahun 2014 dan dikelola oleh Core Data. Survei ini menguji pengetahuan konsumen mengenai produk asuransi misalnya definisi dari *life, Total and Permanent Disability (TPD)*, perlindungan pendapatan, pertanggunggunaan asuransi jiwa dan masa tunggu, dan jumlah pertanggunggunaan yang diperlukan untuk mengestimasi nilai asuransi jiwa yang dibutuhkan suatu individu.

Selain itu, survei ini juga ingin menguji hipotesis mengenai pengaruh kehadiran penasihat keuangan yang menyarankan penggunaan asuransi jiwa dan literasi asuransi. Sehingga, responden dibagi menjadi dua kelompok antara yang memiliki penasihat keuangan dan yang tidak memilikinya. Menariknya, survei ini mampu menemukan perbedaan yang signifikan secara statistik, dimana mereka yang memiliki penasihat keuangan secara rata-rata berada pada kelompok dengan

literasi yang tinggi dengan skor rata-rata 6,7 dibandingkan dengan menerima yang tidak menerima saran dari penasihat keuangan berada pada tingkatan kelompok literasi yang rendah dengan skor rata-rata 4.5.

Adapun, skor total dihitung dengan menetapkan skor pembobotan pada dimensi untuk pengetahuan dan perilaku, kemudian melakukan rata-rata tertimbang dari skor tersebut. Adapun skor literasi asuransi dikatakan cukup baik bila mampu mencapai skor 7-10. Adapun contoh pertanyaan dari survei ini misalnya:

- a. Apa yang Anda pahami tentang pengurangan pajak dari asuransi jiwa berjangka? (pilihan berganda; responden diberikan empat jawaban untuk dipilih).
- b. Manakah dari berikut ini yang merupakan pengganti yang efektif untuk term life, TPD, atau asuransi perlindungan pendapatan? (pertanyaan pilihan ganda; pilihan termasuk asuransi kesehatan swasta, tabungan pribadi dan tunjangan pengangguran).
- c. Seberapa yakinkah Anda mengenai konsep premi/biaya hidup/TPD/ perlindungan pendapatan bulanan?

(3) Hongkong: *Report on Insurance Literacy Tracking Survey*

Survei ini dilakukan pada tahun 2021 oleh Insurance Authority Hongkong dengan mengambil sampel dari 18 distrik di Hongkong dengan metode *face to face intercept interview*, yang memungkinkan pewawancara untuk memberikan penjelasan dan klarifikasi real time kepada responden. Survei ini mengadopsi elemen perhitungan literasi keuangan yang digunakan oleh OECD, yakni pengetahuan, sikap dan perilaku.

Survei ini terdiri dari 23 pertanyaan dasar untuk penilaian literasi asuransi, dan untuk mendapatkan hasil yang presisi, survei ini membagi responden ke dalam dua jenis kelompok yakni pemegang polis asuransi dan non pemegang polis asuransi. Semua responden harus menjawab 7 pertanyaan pada dimensi pengetahuan, dengan skor maksimal 7. Demikian pula, semua responden harus menjawab 8 pertanyaan pada elemen sikap, dengan skor maksimal 6. Namun, untuk pertanyaan berjenis perilaku, terdapat perbedaan pertanyaan, dimana responden yang tidak memiliki asuransi hanya diwajibkan menjawab 4 pertanyaan dengan skor maksimal 4, sedangkan pemilik asuransi yang memiliki asuransi diharuskan menjawab total 7 pertanyaan dengan skor maksimal 7. Pemilik asuransi diwajibkan untuk menjawab 3 pertanyaan tambahan, karena pertanyaan ini bersifat khusus seputar penggunaan asuransi, misalnya “Bagaimana cara Anda dalam memahami rincian polis asuransi Anda?”.

Dalam perhitungannya, karena non-pemegang polis dan pemegang polis memiliki perilaku terkait asuransi yang berbeda, maka dilakukan pembobotan yang

mencerminkan perilaku yang berbeda-beda dalam literasi asuransi kedua kelompok tersebut. Skor di atas 70% dikelompokkan ke dalam tingkatan 'literasi tinggi', antara 50% dan 70% 'literasi sedang', sementara di bawah 50% 'literasi rendah'.

a. Pengetahuan dan kemampuan terdiri atas pertanyaan prinsip asuransi, paparan risiko dan kebutuhan perlindungan, terminologi dalam asuransi, hak dan tanggung jawab polis, dan karakteristik produk asuransi.

b. Sikap terdiri atas pandangan akan keuntungan memiliki produk asuransi (*perceived value of insurance*), kepercayaan akan asuransi (*trust*), dan kepercayaan diri konsumen dalam membuat keputusan asuransi.

c. Perilaku yang terdiri dari beberapa pertanyaan khusus yang hanya bisa dijawab oleh pemegang polis asuransi, namun pada elemen ini khususnya berguna untuk melihat pertimbangan apa yang dilakukan oleh responden sebelum dan sesudah membeli produk asuransi.

**(4) Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD):
*International Survey of Adult Financial Literacy (OECD / INFE)***

Survei ini menghasilkan skor literasi keuangan yang diukur berdasarkan tiga komponen yaitu pengetahuan (*financial knowledge*), perilaku (*financial behavior*), dan sikap (*financial attitude*). Per tahun 2020 lalu, survei ini menggunakan ukuran sampel yang berkisar dari 1.000 hingga 84.000 responden per negara dan secara total melibatkan 125.787 responden yang berusia lebih dari 18 tahun.

Survei ini terdiri dari 21 pertanyaan. Skor maksimal untuk tingkat literasi keuangan dalam survei ini adalah 21, apabila mampu mendapatkan skor maksimal tersebut artinya seseorang memperoleh pemahaman dasar terkait konsep keuangan dan menerapkan prinsip kehati-hatian dalam urusan keuangan mereka.

Adapun kriteria penilaian yang digunakan adalah sebagai berikut:

a. Pengetahuan: Dihitung berdasarkan jumlah tanggapan yang benar terhadap 7 pertanyaan pengetahuan. Skor pada jenis pertanyaan ini berkisar dari 0-7.

b. Sikap: Pertanyaan mengenai sikap keuangan menggunakan skala 1-5, dengan point 1 menyatakan ketidaksetujuan, dan poin 5 menyatakan persetujuan akan pernyataan yang diberikan. Skor pada jenis pertanyaan ini berkisar dari 1-5.

c. Perilaku: Skor dihitung berdasarkan total "perilaku cerdas" seputar keuangan yang dipilih responden. 1 atau 2 poin akan diberikan kepada responden yang tergantung "perilaku cerdas" yang dipilih. Jenis pertanyaan ini memiliki kisaran skor 0-9.

Berdasarkan studi percontohan yang dilakukan pada tahun 2010-2011, literasi keuangan tergolong ke dalam tingkat tinggi bila dimensi pengetahuan (*financial knowledge*) mendapatkan skor 6 dari 8, sikap (*financial attitude*) dengan skor 3 dari 5, dan skor perilaku (*financial behaviour*) memperoleh 6 dari 9.

Penelitian Literasi Asuransi Terdahulu

Hingga saat ini terdapat keterbatasan dalam memaknai literasi keuangan ke dalam sebuah konsep khusus yang bisa membantu konsumen dalam memahami definisi dan konsep asuransi itu sendiri. Mengidentifikasi elemen penting dari asuransi yang harus diketahui dan dipahami oleh konsumen merupakan salah satu tantangannya. Oleh karena itu, berikut terangkum beberapa penelitian terdahulu yang pernah melakukan studi empiris dan teoretis mengenai literasi asuransi.

(1) Kiwanuka dan Sibindi (2023)

Penelitian yang berjudul *Insurance Literacy: Significance of Its Dimensions for Insurance Inclusion* in Uganda ini bertujuan untuk menguji signifikansi masing-masing komponen literasi asuransi—pengetahuan, keterampilan, sikap dan perilaku—dalam menjelaskan inklusivitas asuransi di Uganda. Penelitian ini menggunakan pemetaan Survei Rumah Tangga Nasional Uganda (UNHS) 2019/2020 disediakan oleh Biro Statistik Uganda (2021).

Menggunakan pendekatan kuantitatif, studi ini berhasil menemukan adanya signifikansi pengetahuan, keterampilan dan sikap yang merupakan komponen dari literasi asuransi dalam memprediksi inklusi asuransi di Uganda. Namun, komponen perilaku yang merupakan salah satu komponen pengukuran literasi keuangan yang disarankan oleh OECD INFE dan berbagai penelitian terdahulu ditemukan tidak signifikan dalam studi ini. Namun, penelitian ini menggunakan desain penelitian *cross sectional*, sehingga perubahan perilaku responden tidak dapat ditelusuri lebih lanjut.

(2) Evita Allodi (2020)

Studi oleh Evita Allodi (2020) yang berjudul *A New Proposal to Define Insurance Literacy: Paving the Path Ahead* ini menggunakan pendekatan tinjauan berbagai literatur untuk menyusun definisi literasi asuransi sendiri. Studi literatur yang dikumpulkan dibagi menjadi tiga cabang literatur yang berhubungan dengan literasi keuangan, literasi asuransi, dan sikap dalam pengambilan keputusan keuangan. Lebih lanjut, studi ini mengumpulkan pendefinisian literasi keuangan secara umum beserta dimensinya terlebih dahulu, kemudian melakukan penyusunan definisi literasi asuransi sendiri.

Dari tinjauan literatur yang dilakukan, studi ini mengusulkan pendefinisian literasi asuransi agar terdiri dari tiga dimensi yakni, pengetahuan pemahaman, dan keterampilan dan sikap asuransi. Selanjutnya, studi ini sepakat untuk mengikuti pendefinisian Lin et Al, 2019 dalam menjelaskan ketiga dimensi tersebut, seperti yang ditampilkan pada Exhibit 5. Adapun keterbatasan studi ini adalah, tidak adanya data empiris untuk membuktikan signifikansi pendefinisian yang telah disarankan.

(3) Sempath, Sanjiwa Weedige (2019)

Penelitian yang berjudul *Decision Making in Personal Insurance: Impact of Insurance Literacy* ini bertujuan untuk menyelidiki pengaruh langsung dan tidak langsung dari literasi asuransi terhadap perilaku pembelian asuransi. Kerangka pikir yang digunakan berasal dari model pengambilan keputusan berbasis kepercayaan. Adapun sampel penelitian berasal dari masyarakat kelas menengah di Sri Lanka.

Penelitian ini memiliki hipotesis yang salah satunya adalah bahwa orang dengan tingkat literasi asuransi yang lebih tinggi cenderung akan lebih mempertimbangkan untuk membeli asuransi atau proaktif dalam mencari nasihat profesional untuk mengetahui asuransi lebih mendalam. Selanjutnya, studi ini menyimpulkan bahwa literasi asuransi konsumen (pengetahuan dan keterampilan) terkait dengan asuransi, merupakan faktor penting yang memiliki dampak langsung yang signifikan dan positif pada niat perilaku untuk membeli sementara dampak tidak langsung melalui kepercayaan, sikap, dan manfaat yang dirasakan. Lebih jauh, studi ini juga menemukan perbedaan yang signifikan antara mereka yang memiliki dan tidak memiliki asuransi dalam hal literasi asuransi, kepercayaan, dan nilai yang dirasakan dari asuransi.

(4) Lin et al (2018)

Studi yang berjudul *Extending financial literacy to insurance literacy: a survey approach* berusaha untuk menelisik dampak literasi keuangan dan asuransi, pendidikan terkait asuransi, dan bias dalam pengambilan keputusan terhadap pengambilan keputusan asuransi. Lebih lanjut sebagai dasar eksperimen, penelitian ini juga menelisik apakah pendidikan aktuaria membuat perbedaan dalam pengambilan keputusan asuransi.

Sampel penelitian terdiri dari dua kelompok yakni, kelompok pertama merupakan mahasiswa di di tingkat Institut Aktuaris Australia, dan kelompok kedua non aktuaris namun sedang belajar subjek *Applied Corporate Finance*. Namun, kedua kelompok berasal dari universitas yang sama yaitu Australian National Universitas (ANU) dan berada di tingkat pascasarjana. Penelitian ini menemukan, bahwa

mahasiswa dengan pendidikan aktuarial secara signifikan mengungguli mahasiswa yang tidak memiliki pendidikan ini. Hal ini diduga terjadi karena bukti adanya *anchoring effect*, dimana hanya pengetahuan dan keterampilan tertentu yang diperoleh melalui pendidikan seperti studi aktuarial lah yang hanya bisa mengurangi kerentanan terhadap *anchoring bias*. Sehingga, akhirnya penelitian ini menemukan bahwa literasi asuransi sulit dicapai, bahkan bagi mereka yang sudah terliterasi secara keuangan, sehingga membuat keputusan asuransi yang rasional merupakan hal yang menantang, butuh pendidikan khusus yang dalam hal ini adalah pendidikan aktuarial.

(5) Tennyson (2011)

Studi ini berjudul *Consumers' Insurance Literacy: Evidence from Survey Data* untuk mengkaji signifikansi pengetahuan asuransi, kepercayaan pengambilan keputusan konsumen terhadap asuransi, dan sumber daya informasi konsumen dalam menjelaskan inklusi asuransi di US. Menggunakan survei via telepon, penelitian ini berhasil menemukan adanya hubungan positif antara pengetahuan asuransi dan keyakinan dalam mengambil keputusan asuransi. Adapun, kepercayaan diri berasal dari bagaimana pengambilan keputusan konsumen terhadap asuransi dan sumber informasi yang dipilih konsumen. Semakin kredibel sumber informasi pilihan konsumen semakin tinggi skor kuis literasi asuransi. Adapun literasi asuransi paling signifikan berkorelasi dengan pendidikan keuangan dan minat konsumen dalam manajemen keuangan pribadi.

Exhibit 5. Tabulasi penelitian literasi asuransi terdahulu

Penulis	Judul Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
Kiwanuka dan Sibindi (2023)	<i>Insurance Literacy: Significance of Its Dimensions for Insurance Inclusion in Uganda.</i>	<i>Hierarchical Regression</i>	Literasi asuransi berpengaruh secara signifikan dan statistik terhadap inklusi asuransi
(Evita Allodi, 2020)	<i>A New Proposal to Define Insurance Literacy : Paving the Path Ahead</i>	<i>Literature Review</i>	Literasi asuransi merupakan konstruksi dari tiga dimensi: pengetahuan asuransi, pemahaman asuransi, keterampilan dan sikap asuransi
Sempath, Sanjiwa Wedige (2019)	<i>Decision Making in Personal Insurance: Impact of Insurance Literacy</i>	SEM-PLS	Literasi asuransi secara langsung, dan melalui mediator kepercayaan, manfaat yang dirasakan, dan sikap terhadap asuransi, berdampak pada niat dan perilaku asuransi, secara signifikan dan positif.
Lin et al (2018)	<i>Extending financial literacy to insurance literacy: a survey approach</i>	<i>Experiment Survey</i>	Literasi keuangan tidak dapat secara langsung dimaknai dengan literasi asuransi, dibutuhkan pendidikan yang lebih khusus untuk meningkatkan literasi asuransi (yaitu pendidikan aktuarial)
Tennyson (2011)	<i>Consumers' Insurance Literacy: Evidence from Survey Data</i>	<i>Multinomial logit</i>	Literasi asuransi yang tercermin dalam tiga dimensi utama yaitu pengetahuan, pemahaman, dan keterampilan akan meningkatkan inklusi asuransi.

Sumber: IFGP Research Analysis.

IFG Progress Survey Insurance Literacy

Berdasarkan studi literatur pada beberapa laporan dan penelitian terdahulu, *IFG Progress Survey Insurance Literacy* mengadopsi 3 (tiga) dimensi literasi asuransi guna mengukur tingkat literasi asuransi yang diadaptasi dari Allodi et al (2020) yakni *knowledge*, *understanding*, dan *attitude*. Selain itu, dalam menyusun kerangka pengukuran per dimensi literasi asuransi, IFG Progress mengadaptasi dari beberapa studi yakni Weedige, et al (2019) dan Mamun, et al (2021) dengan penjelasan sebagai berikut:

1. *Knowledge of product*. Tingkat pengetahuan seseorang dalam memahami dan menganalisa informasi teknis terkait asuransi seperti konsep dasar asuransi, prinsip asuransi, produk-produk asuransi, hingga hak dan kewajiban sebagai pemegang polis.

2. *Understanding of product*. Tingkat pemahaman yang mumpuni terkait risiko yang di-cover oleh asuransi, serta memahami fungsi, produk dan berbagai bentuk asuransi. Pada survei IFG Progress menggunakan 2 (dua) indikator dalam mengukur *understanding* yakni diantaranya *perceived usefulness* dan *perceived product risk*. *Perceived usefulness* adalah tingkat pemahaman terhadap manfaat

dan kegunaan asuransi. *Perceived product risk* adalah tingkat pemahaman terhadap risiko dari kepemilikan produk asuransi.

3. *Attitude of potential policy-holders*: Kemampuan menerapkan pengetahuan dan pemahaman dalam membuat pilihan asuransi dan membuat keputusan yang konsisten dengan kemungkinan risiko yang akan diterima oleh suatu individu sesuai dengan kebutuhannya. Pada survei IFG Progress menggunakan 5 indikator dalam mengukur *attitude* yakni diantaranya *attitude*, *subjective norm*, *perceived behavioural control*, *intention to purchase insurance*, dan *level of trust*. *Attitude* merujuk pada sikap seseorang yang mengevaluasi produk asuransi apakah menguntungkan atau tidak. *Subjective norm* merupakan sikap terhadap produk asuransi atas pengaruh lingkungan sosial. *Perceived behavioural control* merujuk pada pengertian tingkat persepsi seseorang terhadap kemampuannya dalam menggunakan produk asuransi. *Intention to purchase insurance* adalah kecenderungan sikap untuk membeli produk asuransi. Serta *level of trust* yang merupakan tingkat kepercayaan terhadap industri dan perusahaan asuransi.

Kerangka Metodologi Survei Literasi

Bagian ini akan membahas kerangka metodologi yang digunakan dalam menyusun survei ini dengan pembahasan yang terdiri dari (i) desain kuesioner; (ii) metode survei; (iii) metode pengukuran.

Desain Kuesioner

Kuesioner terbagi menjadi 2 bagian yakni:

1. *Background questions*: mencakup pertanyaan terkait informasi sosio-demografi responden diantaranya jenis kelamin, usia, pekerjaan, program studi kuliah, daerah asal, daerah tempat tinggal, penghasilan, tingkat pendidikan, dan jumlah anggota keluarga. Selain itu, terdapat juga pertanyaan *screening* terkait produk keuangan yang diketahui dan kepemilikan produk keuangan.
2. *Survey questions*: terdiri dari 50 pernyataan yang terbagi menjadi 3 dimensi diantaranya *knowledge of product* terdiri dari 13 pernyataan, *understanding of product* terdiri dari 13 pernyataan, dan *attitude for potential policyholders* terdiri dari 24 pernyataan yang terlampir pada Appendix. Pembagian dimensi literasi mengadopsi dari *Report on Insurance Literacy Tracking Survey in Hong Kong 2021*, Insurance Authority Hong Kong. Selain itu, pernyataan pada survei literasi asuransi IFG Progress mengadopsi dari 2 (dua) literatur diantaranya Weedige, et al (2019) dan Mamun, et al (2021) dengan detail sebagai berikut:

Exhibit 6. Indikator yang digunakan dalam IFG Progress Insurance Literacy Survey

Dimensi Literasi	Indikator	Keterangan	Jumlah Pernyataan
	<i>Knowledge of product</i>	Tingkat pengetahuan seseorang dalam memahami dan menganalisa informasi teknis terkait asuransi seperti konsep dasar asuransi, prinsip asuransi, produk-produk asuransi, hingga hak dan kewajiban sebagai pemegang polis.	13
<i>Understanding of product</i>	<i>Perceived Usefulness</i>	Tingkat pemahaman terhadap manfaat dan kegunaan asuransi	8
	<i>Perceived Product Risk</i>	Tingkat pemahaman terhadap risiko dari kepemilikan produk asuransi	5
<i>Attitude of potential policyholders</i>	<i>Attitude</i>	Sikap seseorang yang mengevaluasi produk asuransi apakah menguntungkan atau tidak	5
	<i>Subjective Norm</i>	Sikap terhadap produk asuransi atas pengaruh lingkungan sosial	5
	<i>Perceived Behavioral Control</i>	Tingkat persepsi seseorang terhadap kemampuannya dalam menggunakan produk asuransi	5
	<i>Intention to Purchase Insurance</i>	Kecenderungan sikap untuk membeli produk asuransi	4
	<i>Level of Trust</i>	Tingkat kepercayaan terhadap industri dan perusahaan asuransi	5

Sumber: IFGP Research Analysis.

Metode Survei

a. Target Populasi

Target populasi yang digunakan dalam survei dan penelitian ini adalah mahasiswa universitas (perguruan tinggi negeri) di Indonesia yang masih aktif melakukan studi.

b. Metode Sampling

Pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *stratified random sampling*, dimana stratifikasi dilakukan menurut:

1. Ranking perguruan tinggi negeri menurut Webometrics 2022 yang dikelompokkan menjadi 3 kelompok yakni *tier 1* (rank 1-10), *tier 2* (rank 11-20), *tier 3* (rank >20).
2. Wilayah kepulauan: Pulau Jawa 2 universitas, Pulau Sumatera 1 universitas, dan Pulau Nusa Tenggara dan Bali 1 universitas.

Exhibit 7. Kriteria sampling yang digunakan dalam IFG Progress Insurance Literacy Survey

List Universitas	Ranking (Tier)	Lokasi (Kepulauan)	Tanggal Pengambilan Sampel
Universitas 1	Tier 1	Pulau Jawa	21 Oktober 2022
Universitas 2	Tier 3	Pulau Nusa Tenggara dan Bali	4 November 2022
Universitas 3	Tier 1	Pulau Jawa	12 November 2022
Universitas 4	Tier 2	Pulau Sumatera	1 Desember 2022

Sumber: IFGP Research Analysis.

c. Update Survei

Pengumpulan data dilakukan menggunakan *online questionnaires* selama periode Oktober 2022 – Desember 2022. Hingga per tahun 2022, total responden yang terkumpul sebanyak 532 responden yang terdiri dari mahasiswa tingkat sarjana (S1) dan pascasarjana (S2).

Metode Pengukuran

a. Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam kuesioner ini adalah menggunakan skala *likert*. Skala *likert* adalah skala yang dirancang untuk mengukur sikap yang dapat diterima dan divalidasi secara ilmiah yang dikembangkan oleh Rensis Likert (1932). Sikap yang dimaksud adalah sebagai cara preferensial seseorang dalam berperilaku atau bereaksi dalam keadaan tertentu yang berakar relatif pada keyakinan dan ide yang bertahan lama yang diperoleh dari interaksi sosial⁹. Skala *likert* bertujuan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Fenomena sosial ini ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian¹⁰.

Skala yang digunakan dalam kuesioner ini merujuk pada lima alternatif jawaban *level of agreement* dengan penilaian skor dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju). Adapun lebih jelasnya dapat dilihat pada Exhibit 8 sebagai berikut:

Exhibit 8. Skala pengukuran yang digunakan dalam *IFG Progress Insurance Literacy Survey*

Pernyataan Positif (+)		Pernyataan Negatif (-)	
Alternatif jawaban	Skor	Alternatif jawaban	Skor
Sangat Setuju	5	Sangat Setuju	1
Setuju	4	Setuju	2
Netral	3	Netral	3
Tidak Setuju	2	Tidak Setuju	4
Sangat Tidak Setuju	1	Sangat Tidak Setuju	5

Sumber: IFGP Research Analysis.

b. Interpretasi Skala

Untuk memudahkan interpretasi dalam melihat kondisi literasi asuransi secara agregat dan per dimensi (*knowledge of product*, *understanding of product*, dan *attitude of policy-holders*), penelitian ini mengadaptasi pengelompokan yang digunakan oleh Hongkong Insurance Authority dalam laporannya yakni *Report*

⁹ Joshi, Ankur., et al. 2015. "Likert Scale: Explored and Explained". *British Journal of Applied Science and Technology*.

¹⁰ Sugiyono. 2013. "Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D". Alfabeta.

on Insurance Literacy Tracking Survey in Hong Kong 2021. Dimana sesuai dengan skala pengukuran tersebut akan dilakukan penjumlahan agregat skor dari semua komponen pernyataan per dimensi literasi (*knowledge*, *understanding*, dan *attitude*). Selanjutnya, hasil dari kumulatif seluruh skor akan menghasilkan tiga kelompok dengan kategori sebagai berikut¹¹:

Exhibit 9. Pengkategorian tingkat literasi yang digunakan dalam IFG Progress Insurance Literacy Survey

Kelompok	Keterangan
<i>Low Literate</i>	Skor dibawah 50%
<i>Moderately Literate</i>	Skor diantara 50% - 70%
<i>Highly Literate</i>	Skor diatas 70%

Sumber: *Report on Insurance Literacy Tracking Survey in Hong Kong 2021*, Hongkong Insurance Authority.

Analisa: Key Survey Findings

Bagian ini akan memaparkan elaborasi temuan survei literasi asuransi yang dianalisa baik secara keseluruhan maupun berdasarkan 3 (tiga) dimensi literasi yakni *knowledge of product*, *understanding of product*, dan *attitude of potential policyholders*. Analisa diawali dengan penjelasan terkait karakteristik demografi responden, kemudian dilanjutkan dengan analisa temuan literasi secara keseluruhan dan menurut dimensi literasi.

Karakteristik Demografi

Hingga tahun 2022, total responden dalam survei ini tercatat sebanyak 532 responden yang sebagian besar berjenis kelamin perempuan (68%), adapun responden laki-laki sebanyak 32% dari responden. Selain itu, sebagian besar responden berusia 18-21 tahun (81%), sementara itu ada sekitar 18% dari responden berusia 21-25 tahun. Jika dikategorikan menurut program studi, 76% dari total responden merupakan mahasiswa yang berasal dari program studi bidang ekonomi. Dalam konteks daerah tempat tinggal, sebagian besar responden merupakan masyarakat yang tinggal di perkotaan dengan persentase sebesar 69% dari total responden dengan sebagian besar berasal dari pulau Sumatera, Jawa, serta Bali dan Nusa Tenggara.

Disamping itu, menurut kondisi keluarga, sebagian besar pendidikan terakhir ibu dari responden merupakan lulusan Sekolah Menengah Atas (SMA) dengan persentase sebesar 41% dari total responden, yang kemudian diikuti oleh lulusan Sarjana (23%) dan Sekolah Dasar (13%). Dari konteks jumlah anggota keluarga, mayoritas responden memiliki anggota keluarga kurang dari sama dengan 5

anggota (71%). Adapun, dari konteks tingkat penghasilan keluarga, sebagian besar responden memiliki penghasilan kurang dari Rp4.999.999 per bulan dengan persentase hingga 80% dari total responden. Pada Exhibit 10 ditunjukkan tabel rangkuman karakteristik demografi responden.

Exhibit 10. Karakteristik demografi responden

Demographic Characteristics	N = 532	%
Jenis Kelamin		
Laki-laki	172	32%
Perempuan	360	68%
Usia		
18-21	429	81%
21-25	97	18%
26-30	3	1%
Diatas 30 tahun	3	1%
Program studi		
Ekonomi	405	76%
Non-ekonomi	127	24%
Daerah Tempat Tinggal		
Pedesaan	164	31%
Perkotaan	368	69%
Daerah Asal		
Pulau Bali dan Nusa Tenggara	110	21%
Pulau Jawa	143	27%
Pulau Kalimantan	8	2%
Pulau Papua dan Maluku	2	0%
Pulau Sulawesi	3	1%
Pulau Sumatera	266	50%
Pendidikan Terakhir Ibu		
Diploma (D1/D2/D3/D4)	46	9%
Pascasarjana (S2/S3)	15	3%
Sarjana (S1)	121	23%
SD/MI	67	13%
SMA/SMK/MA	220	41%
SMP/MTs	63	12%
Jumlah Anggota Keluarga		
2 - 5 orang	379	71%
>5 orang	153	29%
Penghasilan (per bulan)		
Kurang dari Rp2.000.000	221	42%
Rp2.000.000 - Rp4.999.999	201	38%
Rp5.000.000 - Rp9.999.999	60	11%
Rp10.000.000 - Rp19.999.999	33	6%
Rp20.000.000 atau lebih	17	3%

Sumber: IFGP Research Analysis.

Selain gambaran demografi, kami juga melakukan *screening questions* terkait pengetahuan dan kepemilikan produk-produk keuangan responden. Secara garis besar, mayoritas responden sudah mengetahui berbagai macam produk-produk keuangan terutama produk konvensional seperti tabungan (97%) dan emas (61%) serta produk-produk investasi diantaranya saham (67%), obligasi (41%), dan reksadana (47%). Adapun, hanya 37% dari responden yang mengetahui produk polis asuransi (Exhibit 11). Sama halnya, dari sisi kepemilikan produk keuangan juga sebagian besar produk yang dimiliki oleh responden adalah produk

konvensional seperti tabungan (97%) dan emas (19%). Sementara itu, hanya 9% dari responden yang memiliki produk polis asuransi (Exhibit 12).

Exhibit 11. Pengetahuan terkait produk-produk keuangan (% dari responden)

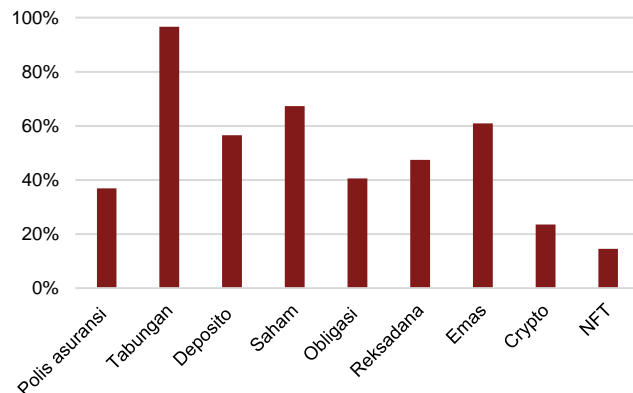
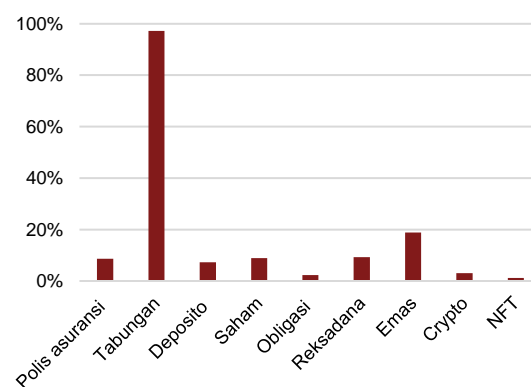


Exhibit 12. Kepemilikan produk-produk keuangan (% dari responden)



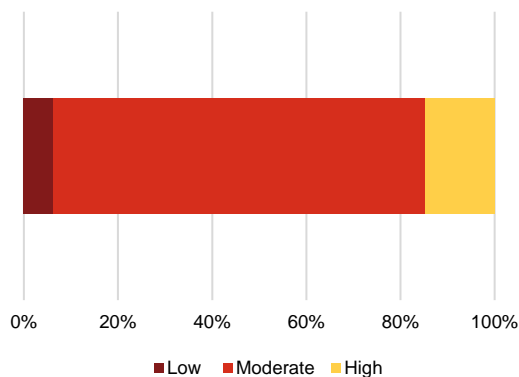
Sumber: IFGP Research Analysis.

Literasi Asuransi

Secara keseluruhan, sebagian besar dari responden dengan tingkat persentase sebesar 54% memiliki tingkat literasi asuransi yang tergolong *moderately literate* (Exhibit 13). Disamping itu, jika dilihat berdasarkan dimensi literasi, sebagian besar responden masih tergolong *moderately literate* pada dimensi *understanding of product* dan tergolong *low literate* untuk dimensi *knowledge of product*. Akan tetapi, pada dimensi *attitude of potential policyholders* sebagian besar responden tergolong *highly literate* (Exhibit 14).

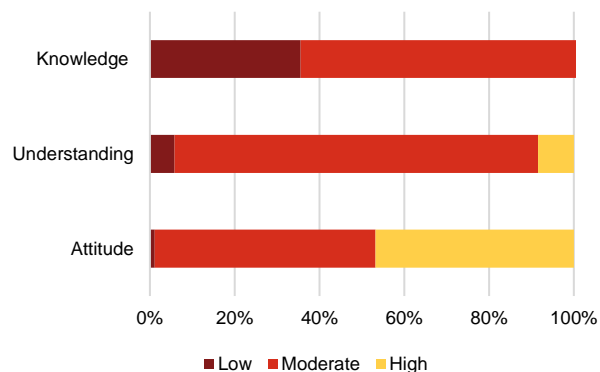
Pengetahuan (*knowledge of product*) asuransi dikalangan responden terpantau masih sangat rendah terutama terkait dengan jenis-jenis produk dan manfaat dari masing-masing produk. Adapun, pemahaman (*understanding of product*) terkait konsep dasar dan prinsip dasar asuransi, hak dan kewajiban pemegang polis, serta risiko memegang polis asuransi masih tergolong moderat. Hal tersebut diduga dikarenakan sebagian besar responden tidak memiliki polis asuransi sehingga kurang memiliki informasi yang cukup terkait asuransi. Di sisi lain, dimensi *attitude of potential policyholders* tergolong dalam kategori tinggi, hal ini diprediksi dikarenakan sikap terhadap produk asuransi atas pengaruh lingkungan sosial yang tinggi, diikuti persepsi yang positif seorang responden dalam kemampuannya dalam menggunakan asuransi, serta didukung oleh sikap seseorang yang cenderung positif dalam mengevaluasi produk asuransi.

Exhibit 13. Literasi asuransi keseluruhan (% dari responden)



Sumber: IFGP Research Analysis.

Exhibit 14. Literasi asuransi menurut dimensi literasi (% dari responden)



Penutup

Sebagai pengelola risiko ketidakpastian, sektor asuransi tentunya memiliki *terms and condition* yang dipertimbangkan dalam produk-produk keuangannya. Beberapa studi pun menyebutkan bahwa produk asuransi merupakan salah satu produk keuangan yang cukup kompleks sehingga membutuhkan tingkat pemahaman yang mumpuni untuk dapat memilih dan menggunakan produk asuransi dengan bijak. Oleh karena itu, pengukuran tingkat literasi asuransi menjadi sangat penting untuk dilakukan guna mengukur sudah sejauh mana pemahaman masyarakat terhadap produk-produk asuransi untuk menciptakan ekosistem industri asuransi yang sehat dan *prudent*. Dalam rangka mendukung upaya tersebut, IFG Progress mengembangkan *framework* pengukuran untuk mengevaluasi tingkat literasi asuransi melalui *IFG Progress Insurance Literacy Survey*. Survei ini juga merupakan salah satu bentuk *additional input* dari IFG Progress dalam mengembangkan literasi asuransi Indonesia. Dengan menggunakan populasi yakni mahasiswa universitas di Indonesia dengan metode pengambilan sampel yakni *stratified random sampling*, kami menganalisa tingkat pemahaman asuransi di lingkungan pendidikan.

Hasil survei sementara menemukan bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat literasi asuransi yang tergolong *moderately literate* dengan tingkat *knowledge of product* atau pengetahuan terhadap produk asuransi terutama terkait dengan jenis-jenis produk dan manfaat dari masing-masing produk yang tergolong rendah dibandingkan dimensi lainnya, sehingga masih perlu menjadi perhatian. Walaupun demikian, sikap dan persepsi responden terhadap asuransi tergolong sangat baik yang mana dapat menjadi oportunitas untuk industri dapat memanfaatkan kondisi tersebut dengan terus berupaya mengembangkan ekosistem industri asuransi yang dapat berkontribusi bagi masyarakat.


Dari beberapa temuan sementara yang didapatkan melalui hasil survei, dapat dielaborasi lebih lanjut untuk mendapatkan studi empiris dalam mengkaji perbaikan serta solusi pengembangan literasi asuransi yang dapat menjadi langkah kebijakan untuk mempersempit kesenjangan literasi dan inklusi asuransi. Adapun, hasil-hasil temuan dari survei ini akan dielaborasi lebih lanjut oleh IFG Progress pada publikasi-publikasi selanjutnya.


Referensi

- Allodi, E., Cervellati, E. M., & Stella, G. P. (2020). *A new proposal to define insurance literacy: Paving the path ahead. Risk Governance and Control: Financial Markets & Institutions*, 10(4), 22-32. <http://doi.org/10.22495/rgcv10i4p2>.
- Geneva Association. 2012. *"The Social and Economic Value of Insurance"*. A Geneva Association Paper.
- Insurance Authority. 2021. *Report on Insurance Literacy Tracking Survey in Hong Kong 2021*. Hongkong.
- Joshi, Ankur., et al. 2015. *"Likert Scale: Explored and Explained"*. British Journal of Applied Science and Technology.
- Kiwanuka, Archillies, and Athenia Bongani Sibindi. 2023. *Insurance Literacy: Significance of Its Dimensions for Insurance Inclusion in Uganda*. *Economies* 11: 33. <https://doi.org/10.3390/economies11020033>.
- Nesleha, J dan Urbanovsky, K. 2016. *"Study of Financial Literacy in the Field of Insurance Products"*. European Financial System 2016: Proceedings of the 13th International Scientific Conference, 490-495.
- OECD. 2016. *OECD/INFE International Survey Of Adult Financial Literacy Competencies*.
- OJK. 2022. *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia*. Jakarta
- Ozili, Peterson K. 2020. *"Theories of Financial Inclusion"*. Rochester: SSRN.
- Rutledge, Susan L. 2010. *"Consumer Protection and Financial Literacy: Lessons from Nine Country Studies"*. Policy Research Working Paper: World Bank.
- Sampath Sanjeeva Weedige, H. O. 2019. *Decision Making in Personal Insurance: Impact of Insurance Literacy*. Sustainability 6795; doi:10.3390/su11236795, 1-24.
- Sugiyono. 2013. *"Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D"*. Alfabeta.
- Tennyson, S. (2011). *Consumer insurance literacy : Evidence from the Data. Financial Service Review*, pp. 165-179.
- Xi Lina, A. B. (2018). *Extending financial literacy to insurance literacy: a survey approach*. Accounting and Finance Journal AFAANZ, 1-29.
- Weedige, S.S., Ouyang, H., 2019. *Consumers' Insurance Literacy: Literature Review, Conceptual Definition, and Approach for a Measurement Instrument*. European Journal of Business and Management, 11(26), 49-65.
- Zurich and Core Data. 2014. *The Life Insurance Literacy Gap*. Australia

PT. Bahana Pembinaan Usaha Indonesia (Persero)


Gedung Graha CIMB Niaga, 18th Floor
 Jl. Jendral Sudirman Kav. 58
 RT.5/RW.3, Senayan, Kebayoran Baru
 Kota Jakarta Selatan, DKI Jakarta 12190

 (+62) 021 2505080

 Indonesia Financial Group

 PT. Bahana Pembinaan Usaha Indonesia – Persero

 @indonesiafinancialgroup

 @ifg_id

Indonesia Financial Group (IFG)

Indonesia Financial Group (IFG) adalah BUMN Holding Perasuransian dan Penjaminan yang beranggotakan PT Asuransi Kerugian Jasa Raharja, PT Jaminan Kredit Indonesia (Jamkrindo), PT Asuransi Kredit Indonesia (Askrindo), PT Jasa Asuransi Indonesia (Jasindo), PT Bahana Sekuritas, PT Bahana TCW Investment Management, PT Bahana Artha Ventura, PT Bahana Kapital Investa, PT Graha Niaga Tata Utama, dan PT Asuransi Jiwa IFG. IFG merupakan holding yang dibentuk untuk berperan dalam pembangunan nasional melalui pengembangan industri keuangan lengkap dan inovatif melalui layanan investasi, perasuransian dan penjaminan. IFG berkomitmen menghadirkan perubahan di bidang keuangan khususnya asuransi, investasi, dan penjaminan yang akuntabel, prudent, dan transparan dengan tata kelola perusahaan yang baik dan penuh integritas. Semangat kolaboratif dengan tata kelola perusahaan yang transparan menjadi landasan IFG dalam bergerak untuk menjadi penyedia jasa asuransi, penjaminan, investasi yang terdepan, terpercaya, dan terintegrasi. IFG adalah masa depan industri keuangan di Indonesia. Saatnya maju bersama IFG sebagai motor penggerak ekosistem yang inklusif dan berkelanjutan.

Indonesia Financial Group (IFG) Progress

The Indonesia Financial Group (IFG) Progress adalah sebuah *Think Tank* terkemuka yang didirikan oleh Indonesia Financial Group sebagai sumber penghasil pemikiran-pemikiran progresif untuk pemangku kebijakan, akademisi, maupun pelaku industri dalam memajukan industri jasa keuangan.