

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kemampuan untuk merencanakan, membuat anggaran, mengelola, dan mengendalikan keuangan seseorang dikenal sebagai perilaku pengelolaan keuangan (Asaff et al., 2019). Prabowo dan Asandimitra (2021) menyatakan bahwa orang-orang yang mempunyai perilaku pengelolaan keuangan yang baik maka akan lebih bijak memanfaatkan maupun mengelola dana yang dimiliki, dapat mengendalikan keinginan berperilaku konsumtif, dan berinvestasi. Masyarakat di Indonesia memiliki perilaku keuangan yang kecenderungan menghabiskan uang untuk hal yang tidak perlu (konsumtif) sehingga menimbulkan berbagai permasalahan pada pengelolaan keuangan individu (Ahillah, 2019). Perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli suatu produk yang lebih didominasi oleh keinginan di luar dari kebutuhan (Gumulya & Widiastuti, 2013).

Penerapan dalam pengelolaan keuangan menjadi masalah yang cukup serius, terlebih lagi perilaku konsumtif masyarakat Indonesia dibuktikan juga oleh riset penelitian yang dilakukan Kadence Internasional Indonesia pada 2015 mengemukakan data bahwa 28% masyarakat Indonesia memiliki perilaku konsumtif dimana pengeluaran lebih besar dibandingkan pendapatan yang diterima. Hasil riset penelitian menunjukkan penyebab dari perilaku konsumtif

karena hasrat gaya hidup kelas atas (Setiawan et al., 2016). Survei *Global Consumer Insights 2020* yang dilakukan oleh *PricewaterhouseCoopers* (2020) menyatakan bahwa 40% konsumen global mengalami penurunan pada tingkat pendapatan karena kehilangan pekerjaannya. Namun mereka tetap menunjukkan perilaku konsumtif dengan menghabiskan pendapatan tersebut berbelanja secara daring.

Pandemi Covid-19 yang terjadi memiliki dampak pada segala aspek tidak hanya pada bidang ekonomi akan tetapi juga pada perubahan perilaku konsumsi (Utari et al., 2020). Pandemi Covid-19 melumpuhkan segala aktivitas fisik karena pemerintah Indonesia menerapkan pembatasan kegiatan untuk mengendalikan penyebaran virus Covid-19. Hal ini juga berdampak pada penjualan online mengalami peningkatan tajam (Laoli, 2020). Sheth (2020) menjelaskan bahwa pandemi Covid-19 telah memengaruhi secara signifikan pada perilaku konsumen sehingga mereka memodifikasi cara berbelanja dan membeli kebutuhannya. Mobilitas masyarakat selama pandemi terbatas mendorong peningkatan pada transaksi *online*. Bersumber pada data perusahaan *e-commerce* enabler Sirclo, permintaan yang meningkat terjadi pada produk *food and beverage* (F&B) hingga 143% dari Februari sampai Maret 2020 (Iskandar, 2020). Penjualan *e-commerce* yang meningkat didukung pula minat masyarakat bertransaksi secara *online* dan promo dari *e-commerce* seperti promo tanggal bulan angka kembar misalnya 9.9 pada 9 September 2021, dan seterusnya (Laoli, 2021).

United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) pada penelitiannya mempelajari data dari tujuh negara yaitu Australia, Inggris, Kanada, China, Singapura, Korea Selatan, dan Amerika Serikat; yang mewakili sekitar dua pertiga perdagangan *online*. Penelitiannya menemukan bahwa penjualan secara daring mengalami peningkatan 59% di Australia; 46,7% di Inggris; 32,4% di Amerika Serikat dan 14,6% di China (Amalia, 2021).

Riset penelitian yang dilakukan oleh Lembaga Penyelidikan Ekonomi dan Masyarakat FEB UI menemukan bahwa pelaku usaha di Tokopedia memiliki penjualan paling banyak yang meningkat dengan median 133% di luar Pulau Jawa. Penjualan paling tinggi di Nusa Tenggara Barat 144%, Sulawesi Tengah 73,4% dan Sulawesi Selatan 73,3%. Jenis produk yang mengalami transaksi paling banyak selama pandemi Covid-19 yaitu produk kesehatan meningkat hingga 154%, makanan dan minuman 106%, serta elektronik 24,1% (Burhan, 2021). Hasil riset tersebut juga menyatakan bahwa 42,1% konsumen *e-commerce* memiliki pengeluaran yang melonjak selama pandemi Covid-19. Diketahui terdapat 44,3% pengeluaran istri meningkat untuk produk esensial (masker, kesehatan, dan makanan), peningkatan sebanyak 14,6% pada produk hobi. Sedangkan pengeluaran ibu selama pandemi Covid-19 mengalami lonjakan konsumsi anak pada produk mainan mencapai 32,8%, produk kesehatan melambung hingga 35,8% dan tagihan meningkat 14,5%. Selanjutnya pengeluaran suami meningkat untuk membayar tagihan seperti listrik, air dan internet sebesar 22%, produk kesehatan melonjak hingga 31,2% dan hobi sebanyak 24,6%. Selain itu, hasil riset LPEM FEB UI menyebutkan

bahwa kalangan pelajar yang berbelanja *online* selama pandemi Covid-19 lebih tinggi yaitu mencapai 14,2% (Astutik, 2021).

Pada riset Visa Worldwide Indonesia (2015) menyatakan 76% yang menggunakan internet pernah belanja secara daring dan 48% konsumen tersebut berusia 18 hingga 30 tahun. Sedangkan riset yang dilakukan lembaga Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia atau APJII (2021) menyatakan bahwa mencapai 73% dari populasi menggunakan internet dan 54% lebih dari populasi merupakan generasi Z. Howe dan Strauss (2004) menyatakan bahwa generasi Z tahun kelahiran 1995-2010 telah ketergantungan dengan teknologi dan memprioritaskan popularitas di media sosial. Dalam melaksanakan rencana keuangan tidak terlepas dari perilaku konsumtif dan internet sebagai penunjang dalam menjalani aktifitas. Penelitian yang dilakukan pada usia 18-25 tahun di kota Medan menunjukkan bahwa 69,7% suka berbelanja *food and drink* yang sedang tren sementara pakaian sebanyak 46,2% dari 119 orang (Simangunsong et al., 2021). Menurut Gumulya dan Widiastuti (2013), seusia mahasiswa sebagian besar memprioritaskan uang yang dimiliki untuk dibelanjakan barang yang sedang tren sehingga dapat diakui oleh lingkungan pertemanannya. Generasi Z dengan prinsipnya yaitu *You only live once* dapat diartikan bahwa hanya bersenang-senang tanpa memikirkan masa yang akan datang (Adwinchia, 2015).

Bersumber pada data laporan “Tinjauan Big Data terhadap Dampak Covid-19 2020” yang ditulis oleh Badan Pusat Statistik (BPS) menyatakan bahwa penjualan *online* pada Maret 2020 meningkat hingga 570% dari

penjualan makanan dan minuman. Bulan berikutnya April melambung tajam hingga 1070%. Beberapa penjualan yang juga melambung terjadi pada alat kesehatan, alat komunikasi, kosmetik, perlengkapan rumah tangga, peralatan pendidikan, dan sandang (Laoli, 2020). Sejalan dengan pendapat yang dikemukakan oleh Siswanti dan Halida (2020) bahwa masyarakat Indonesia condong berpikir pendek dan melakukan belanja secara impulsif untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Sebagian besar mereka yang mempunyai pendapatan cukup tetapi masih mengalami masalah dalam keuangan karena kurang bertanggung jawab pada perilaku pengelolaan keuangan yang ditunjukkan dengan kurangnya kegiatan menabung, perencanaan dana darurat, dan dana untuk masa depan.

Tabel 1.1 Transaksi uang elektronik

Periode	Tahun 2018	Tahun 2019	Tahun 2020	Tahun 2021 (Jan-Okt)
Volume	2,922,698,905	5,226,699,919	5,862,954,754	4,318,084,887
Nominal (Rp)	47,198,616.11	145,165,467.60	265,178,165	218,291,492

Sumber: Bank Indonesia (2021)
<https://www.bi.go.id>

Mengacu pada data dari Bank Indonesia, transaksi ekonomi dan keuangan digital tahun 2019 melonjak 79% akan terus bertumbuh seiring dengan meningkatnya perilaku konsumtif masyarakat untuk berbelanja secara daring dan perluasan pembayaran digital. Pada Maret 2021 akibat dari perilaku konsumtif terjadi transaksi pinjaman *online* yang dicatat oleh OJK menjadi Rp 19 triliun (Sari, 2021). Berdasarkan permasalahan yang terjadi di Indonesia, perilaku pengelolaan keuangan (*financial management behavior*) tercermin

dalam pengambilan keputusan keuangan seseorang (Sandi et al., 2020). Perilaku pengelolaan keuangan merupakan kemahiran seseorang dalam mengelola dana keuangan untuk kebutuhan sehari-hari. Tingginya keinginan individu untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dapat memengaruhi perilaku pengelolaan keuangan yang harus disesuaikan dengan pendapatan (Kholilah & Iramani, 2013).

Pada prinsipnya perilaku pengelolaan keuangan akan mengarahkan kesejahteraan keuangan. Menurut Xiao (2015), salah satu bentuk kesejahteraan keuangan diperoleh dari hasil usaha yang sudah dilakukan oleh individu dan dinilai melalui kepuasan keuangan (*financial satisfaction*). Ali et al. (2015) menerangkan bahwa kepuasan keuangan dapat menggambarkan tingkatan kesejahteraan keuangan setiap individu. Tingkat kepuasan terhadap keuangan tinggi maka sudah memiliki kesejahteraan dalam hidupnya. Hal tersebut berasal dari bentuk perilaku individu yang mampu mengelola pendapatan yang diterima sebagai upaya memenuhi kebutuhan sehari-hari (Arifin, 2018b).

Mengacu pada berbagai penelitian mengenai perilaku pengelolaan keuangan terdapat beberapa faktor yang kerap dipertimbangkan sehingga dapat memengaruhi perilaku pengelolaan keuangan. Faktor pertama adalah pengetahuan keuangan atau *financial knowledge* (Ahillah, 2019; Arifin, 2018b; Darmawan & Pamungkas, 2019; Fitriani & Widodo, 2020; Kholilah & Iramani, 2013; Mien & Thao, 2015; Purwanti, 2021; Robb & Woodyard, 2011; Sandi et al., 2020; Siswanti & Halida, 2020). Berdasarkan data dari OECD (2020), rata-rata pengetahuan keuangan di negara lain 4,9 dan tingkat pengetahuan

keuangan di Indonesia dibawah rata-rata ialah 3,9 sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat pengetahuan keuangan masih cukup rendah.

Faktor kedua adalah *financial attitude* atau sikap keuangan (Ahillah, 2019; Arifin, 2018b; Darmawan & Pamungkas, 2019; Djou, 2019; Fitriani & Widodo, 2020; Mien & Thao, 2015; Prihartono & Asandimitra, 2018; Purwanti, 2021; Rai et al., 2019; Sandi et al., 2020; Siswanti & Halida, 2020). Kemudian perilaku pengelolaan keuangan juga memengaruhi *financial satisfaction* atau kepuasan keuangan (Arifin, 2018b; Darmawan & Pamungkas, 2019; Halim & Astuti, 2015; Robb & Woodyard, 2011).

Berbagai penelitian terdahulu meneliti pada mahasiswa (Agustina & Mardiana, 2020; Listiani, 2017; Mien & Thao, 2015; Napitupulu et al., 2021; Prihartono & Asandimitra, 2018; Purwanti, 2021; Tangngisalu, 2020), karyawan (Ahillah, 2019; Arifin, 2018a; Darmawan & Pamungkas, 2019; Rai et al., 2019; Siswanti & Halida, 2020), UMKM atau Usaha Mikro Kecil Menengah (Ardhiyanti et al., 2021; Djou, 2019; Foenay, 2021; Larasaty et al., 2021), *youth entrepreneur* (Sandi et al., 2020), generasi millennial (Dewi et al., 2020; Ramadhan & Asandimitra, 2019), generasi Z (Fitriani & Widodo, 2020), dan lain-lain.

Penelitian terdahulu mengenai perilaku pengelolaan keuangan oleh Fitriani dan Widodo (2020) mengungkapkan bahwa pengelolaan keuangan berkaitan dengan perilaku konsumtif namun pada penelitiannya tidak memfokuskan pada perilaku konsumtif yang terjadi pada generasi Z dengan

rentang usia 17-27. Sampel yang dipakai pada fokus penelitiannya generasi Z atau generasi I (generasi internet) di Kota Bandung dengan usia 19-24, dimana generasi ini dikategorikan termuda yang memasuki dunia kerja. *Purposive sampling* digunakan untuk pengambilan sampel, dan SEM (*Structural Equation Model*) dengan *software* SmartPLS digunakan untuk pemrosesan data.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, menunjukkan bahwa masih terbatas penelitian perilaku pengelolaan keuangan dengan faktor sikap keuangan dan pengetahuan keuangan. Kemudian perilaku konsumtif pada masyarakat Indonesia perlu diperhatikan untuk mencapai kepuasan keuangan. Oleh karena itu, peneliti ingin mengetahui sejauh mana faktor-faktor tersebut memengaruhi perilaku pengelolaan keuangan pada generasi Z di Jakarta sebagai ibu kota Indonesia. Banyaknya generasi Z yang mendapatkan pengetahuan keuangan tinggi namun tidak seimbang dengan perilaku pengelolaan keuangan (Fitriani & Widodo, 2020). Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Determinan Perilaku Pengelolaan Keuangan dan Dampaknya terhadap Kepuasan Keuangan pada Generasi Z”.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berikut pertanyaan penelitian ditinjau berdasarkan latar belakang permasalahan pada penelitian ini:

- 1) Apakah pengetahuan keuangan berpengaruh terhadap sikap keuangan pada generasi Z di Jakarta?
- 2) Apakah sikap keuangan berpengaruh terhadap perilaku pengelolaan keuangan pada generasi Z di Jakarta?

- 3) Apakah sikap keuangan berpengaruh terhadap kepuasan keuangan pada generasi Z di Jakarta?
- 4) Apakah pengetahuan keuangan berpengaruh terhadap perilaku pengelolaan keuangan pada generasi Z di Jakarta?
- 5) Apakah pengetahuan keuangan berpengaruh terhadap kepuasan keuangan pada generasi Z di Jakarta?
- 6) Apakah perilaku pengelolaan keuangan berpengaruh terhadap kepuasan keuangan pada generasi Z di Jakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memprediksi:

- 1) Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan keuangan terhadap sikap keuangan pada generasi Z di Jakarta.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh sikap keuangan terhadap perilaku pengelolaan keuangan pada generasi Z di Jakarta.
- 3) Untuk mengetahui pengaruh sikap keuangan terhadap kepuasan keuangan pada generasi Z di Jakarta.
- 4) Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan keuangan terhadap perilaku pengelolaan keuangan pada generasi Z di Jakarta.
- 5) Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan keuangan terhadap kepuasan keuangan pada generasi Z di Jakarta.
- 6) Untuk mengetahui pengaruh perilaku pengelolaan keuangan terhadap kepuasan keuangan pada generasi Z di Jakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti berharap terdapat manfaat yang berguna bagi penelitian:

1) Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah kajian yang dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi para pembaca khususnya yang berkaitan dengan faktor yang memengaruhi perilaku pengelolaan keuangan.

2) Manfaat Praktis

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan rekomendasi kebijakan bagi Otoritas Jasa Keuangan dalam saran pengambilan kebijakan dan mengedukasi masyarakat mengenai pentingnya perilaku pengelolaan keuangan pada kehidupan sehari-hari.

