

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Indonesia merupakan salah satu Negara yang memiliki potensi pertumbuhan ekonomi yang berkembang cukup pesat, namun belum berdampak untuk semua kalangan masyarakatnya (Bappenas, 2020). Bila melihat laporan triwulan III 2020, perekonomian Indonesia tumbuh sebesar -3,49% (YoY); membaik dari triwulan sebelumnya yang sebesar -5,32% (YoY). Hal ini menunjukkan proses pemulihan dan pembalikan arah (*turning point*) aktivitas ekonomi nasional menuju ke zona positif. Perbaikan tersebut didorong oleh peningkatan pengeluaran pemerintah khususnya realisasi bantuan sosial untuk Program Pemulihan Ekonomi Nasional (Kemenkeu, 2020).

Pertumbuhan perekonomian suatu Negara dapat berkembang bila didukung pula dengan perilaku pengelolaan keuangan masyarakat yang teratur. Ketika dikelola dengan baik, beberapa aspek pasti akan berkembang (Kemenkeu, 2021). Dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia, generasi milenial memiliki peranan yang sangat penting. Generasi milenial Indonesia dilahirkan dan dibesarkan pada saat situasi gejolak ekonomi, politik, dan sosial yang tinggi. Mayoritas dari mereka berpendapat bahwa mereka sangat konsumtif hingga kesulitan untuk menabung. Bukan cuma itu, mereka juga tidak memiliki kebiasaan yang baik perihal mengelola uang sehingga menjadi boros. Dengan

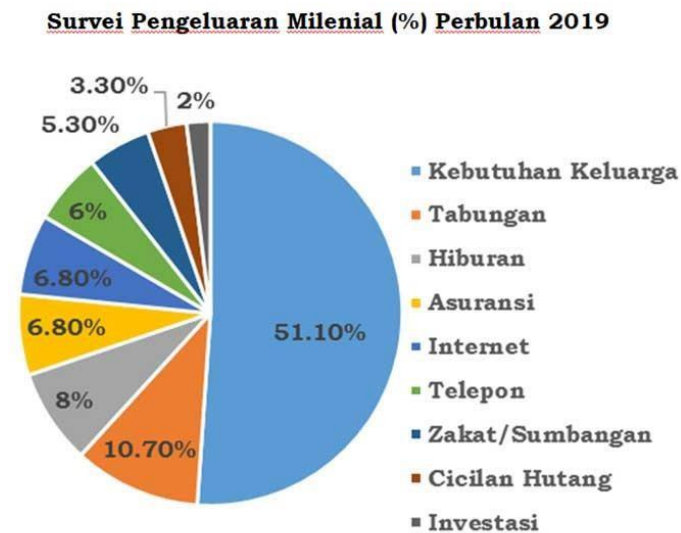
ketidakstabilan perekonomian Indonesia maka, mengharuskan mereka untuk mempersiapkan kondisi finansial dalam segala kondisi (Ramadhan, 2019).

Berdasarkan riset IDN Times juga yang dirilis dalam acara Indonesia Milenial Summit (IMS) 2019, milenial hanya mengalokasikan 10,7 persen untuk tabungan dari pendapatan rutin mereka. Menyisihkan pendapatan merupakan bagian penting untuk membangun keuangan sehat. Misalnya, untuk membangun kecukupan dana darurat atau *emergency fund* dan mengantisipasi kebutuhan hari depan. Dan generasi milenial saat ini masih terjebak dengan pola pikir tentang bagaimana bertanggung jawab secara finansial dan keinginan disiplin untuk mencapai hasil keuangan jangka panjang (IDNTimes, 2019). Sehingga dapat disimpulkan, jika generasi milenial masih tergolong yang belum teratur dalam mengelola keuangan untuk masa depannya dan seharusnya generasi milenial inilah menjadi salah satu faktor pendorong utama pertumbuhan ekonomi nasional (DJKN Kemenkeu, 2021).

Bila melihat data hasil survei pengeluaran milenial perbulannya di tahun 2019 yang dikeluarkan oleh IDN Research Institute dan Alvara Research Center menggambarkan bahwa pengeluaran terbesar milenial sebanyak 51.10% dari kebutuhan keluarga seperti untuk makan, pakaian dan pengeluaran rumah tangga lainnya. Selanjutnya, disusul sebanyak 10.70% adalah tabungan. Milenial masih memikirkan perencanaan masa depan oleh sebab itu, milenial menyisihkan beberapa persen untuk tabungan. Kemudian sebesar 8% adalah hiburan seperti traveling atau membeli tiket konser. Sebesar 6.80%, milenial

menggunakan pengeluarannya untuk asuransi seperti asuransi jiwa maupun dengan asuransi kendaraan pribadi.

Sebanyak 6.80% juga, milenial gunakan untuk internet hal ini cukup signifikan bila dilihat dari banyaknya milenial yang terkesan kecanduan internet dalam berlomba-lomba untuk eksis di dalam sosial media namun, tidak hanya itu banyak juga milenial yang memanfaatkan internet untuk berbelanja online (IDN Research Institute, 2019). Lalu, sebanyak 5.30% digunakan untuk biaya telepon meski, sekarang sudah jarang yang menggunakan telepon digantikan dengan ponsel seluler. Milenial juga sama memiliki hutang untuk kehidupannya sebesar 3.30% dan terakhir sebanyak 2% untuk investasi. Sayangnya, milenial masih kurang minat atau masih sedikit niat dalam hal investasi hal ini bisa dikarenakan kurangnya *financial literacy* dalam diri milenial (IDN Research Institute, 2019).



Sumber: Indonesia Millennial Report 2019

Gambar 1.1

Hasil riset selanjutnya dari *The Conference Board Global Consumer Confidence Survey* yang berkolaborasi dengan *Nielsen* menyatakan bahwa pada kuartal pertama 2020 Indonesia masih menduduki peringkat ke-4 di dunia dalam hal Keyakinan Konsumen dengan indeks 127, setelah India, Pakistan dan Filipina, yang nilainya masing-masing 140, 129 dan 128. Pada kuartal pertama 2020, Indeks Keyakinan Konsumen Global turun sedikit menjadi 106 dari angka tertinggi dalam sejarah 107 (angka di atas 100 dianggap positif) menunjukkan ada konsumen yang sedikit lebih optimis daripada yang pesimis secara global, dibandingkan dengan kuartal terakhir 2019, pada kuartal pertama 2020 Indeks Keyakinan Konsumen Indonesia meningkat 4 poin, dari 123 menjadi 127. Survei ini dilakukan pada pertengahan pertama bulan Februari, karena itu Indeks yang didapatkan belum mencerminkan penyebaran virus secara global di bulan Maret (The Conference Board & Nielsen, 2020).

Survei Nasional Literasi Keuangan (SNLIK) ketiga yang dilakukan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2019 menunjukkan indeks literasi keuangan mencapai 38,03% dan indeks inklusi keuangan 76,19%. Angka tersebut meningkat dibanding hasil survei OJK 2016 yaitu indeks literasi keuangan 29,7% dan indeks inklusi keuangan 67,8%. Dengan hasil tersebut dalam 3 tahun terakhir ini terdapat peningkatan pemahaman keuangan (literasi) masyarakat sebesar 8,33%, serta peningkatan akses terhadap produk dan layanan jasa keuangan (inklusi keuangan) sebesar 8,39% (OJK, 2020).

Perilaku keuangan (*Financial Management Behavior*) termasuk isu yang banyak dibahas saat ini, terutama berkaitan dengan perilaku konsumsi generasi

milennial Indonesia (Cahyani, 2020). Dalam penelitian Zulvia, Nasli, dan Lasmini, (2022) menjelaskan bahwa generasi milenial atau generasi Y merupakan generasi yang terkait dengan perilaku pengelolaan keuangan. Generasi ini juga dikatakan sebagai generasi yang menghadapi masalah keuangan karena dianggap sebagai generasi yang cenderung konsumtif dan berani mengambil risiko.

Bila melihat hasil dari riset OCBC NISP Financial Fitness Index menunjukkan sebanyak 85,6% dari generasi muda terlihat "kurang sehat" secara finansial. Kondisi tersebut mendesak milenial untuk segera melakukan pemeriksaan kondisi keuangan. Riset yang dibuat OCBC NISP bekerjasama dengan NielsenIQ Indonesia tersebut bertujuan untuk menggambarkan kondisi kesehatan finansial milenial Indonesia. Salah satunya dengan melihat sikap dan perilaku dalam pengaturan finansial. Dalam riset tersebut juga menunjukkan hanya 14,3% anak muda yang berusaha menuju "sehat" finansial, dan kondisi tersebut belum ideal. Minimnya persentase kesehatan finansial tersebut akibat pemahaman milenial masih kurang tepat dan lengkap terkait kekayaan dan bagaimana mengelola keuangan (Sari, 2021).

Generasi Y terkadang berperilaku konsumtif terhadap pembelian barang, makanan, dan hiburan yang tidak terkontrol, sehingga mempengaruhi pengelolaan keuangan Generasi Y. Untuk mengelola keuangan dengan baik, seseorang perlu memiliki pengetahuan finansial terhadap permasalahan keuangannya. Seseorang mencatat bahwa *financial management behavior*

cenderung dikaitkan dengan kontrol yang dirasakan seseorang atas hasil pengeluarannya (Grable, Park, & Joo, 2009).

Untuk mengelola keuangan dengan baik, seseorang perlu memiliki pengetahuan finansial terhadap permasalahan keuangannya. Seseorang akan berupaya mencari informasi tentang perencanaan keuangan masa depan sehingga akan memiliki keterampilan di bidang keuangan dan pada akhirnya diaplikasikan dalam jangka pendek maupun jangka panjang (Mardhatillah, Susyanti, & Hufron, 2020). Dalam penelitian Parrotta & Johnson (1998) menjelaskan bahwa faktanya *financial knowledge* adalah prediktor kedua terbesar dari *financial management behavior* yang mana hasil penelitiannya memiliki pengaruh positif terhadap *financial management behavior*. Semakin banyak *financial knowledge*, maka semakin baik keputusan keuangan yang diambil, besar kemungkinan akan menjadikan perilaku manajemen keuangan seseorang menjadi lebih bertanggung jawab akan dirinya sendiri juga (Rizkiawati & Haryono, 2018).

Selain *financial knowledge*, *financial attitude* juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi *financial management behavior*. *Financial attitude* dalam jangka panjang mencakup aspek-aspek seperti preferensi waktu dan kesediaan untuk menabung. Misalnya, satu pertanyaan survei menanyakan tentang preferensi jangka pendek “*Living for Today*” dan menghabiskan uang. Preferensi seperti itu cenderung menggambarkan *financial management behavior* yang buruk sehingga bila *financial attitude* seseorang terhadap keuangan baik maka, *financial management behavior* yang dimiliki juga baik,

sebaliknya jika *financial attitude* yang dimiliki rendah maka, *financial management behavior* yang dimiliki juga rendah (Morgan & Trinh, 2019).

Berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian Lianto dan Elizabeth (2018) menyatakan bahwa *financial attitude* tidak berpengaruh terhadap *financial management behavior* (Asih & Khafid, 2020). GoBear mengadakan survei mengenai *Financial Health Index* (FHI). Dari hasil survei menunjukkan bahwa masyarakat di Indonesia rata-rata masih belum merencanakan masa depan keuangan mereka. Masyarakat dikategorikan cukup dalam *financial secure* atau rasa aman dalam perspektif keuangan. Serta namun kegiatan *saving* masyarakat masih tergolong rendah (Mardhatillah et al., 2020).

*Locus of control* atau pusat kendali termasuk juga salah satu aspek psikologis yang dapat mempengaruhi *financial management behavior* yang mana adanya pengaruh internal dan eksternal *locus of control* seseorang (Asandimitra, 2019). Jika seseorang memiliki *locus of control* internal yang baik, maka *financial management behavior* akan mengikutinya dikarenakan adanya *selfcontrol* yang sangat baik dalam mengelola keuangan sesuai dengan kebutuhannya sehingga hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh dalam *financial management behavior* (Kholilah & Iramani, 2013).

Untuk mengelola keuangan dengan baik khususnya untuk para milenial diperlukan juga untuk meningkatkan *financial literacy* mereka (Ida, Zaniarti, & Wijaya, 2020). Hal ini disebabkan adanya pengaruh positif terhadap perilaku keuangan. Dimana adanya kaitan dalam pengambilan keputusan pengelolaan keuangan jangka pendek maupun jangka panjang, contohnya pengelolaan untuk

dana pensiun yang mana milenial masih cukup kesulitan dalam mengelola keuangan dikarenakan masih terkesan konsumtif (Henager & Cude, 2016).

Berdasarkan beberapa hasil riset tersebut dapat disimpulkan bahwa masyarakat Indonesia khususnya generasi milenial masih harus ditingkatkan pengetahuannya akan literasi keuangan dan menggunakan serta mengelola keuangan mereka dengan baik (Ningtyas, 2019). Serta perilaku pembelanjaan mereka yang masih bersifat konsumtif, seperti untuk membeli makanan atau minuman dengan promo menarik, tiket konser, dan wisata. Dengan terjadinya hal-hal yang demikian, generasi milenial harus mempunyai rasa *aware* dalam meningkatkan *financial literacy* dan mengelola keuangan dengan baik (Qurotaa'yun & Krisnawati, 2019).

Penelitian yang dilakukan peneliti berdasarkan penelitian terdahulu yaitu, pembelajaran di Perguruan Tinggi, *financial attitude*, *locus of control* dan pendidikan keluarga terhadap perilaku keuangan melalui *financial literacy* sebagai variabel intervening (Rahayu, 2019). Penelitian Rahayu (2019) menyatakan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan dari ke-empat variabel independen (pembelajaran di Perguruan Tinggi, *financial attitude*, *locus of control* dan pendidikan keluarga) terhadap perilaku keuangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang tahun angkatan 2016 (Rahayu, 2019).

Berdasarkan uraian di atas, peneliti akan mengganti variabel independen pembelajaran di Perguruan Tinggi menjadi *financial knowledge* sebagai bentuk kebaruan (*novelty*) dalam meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi *financial*



*management behavior* dan *financial literacy* sebagai variabel intervening. Lalu, subjek penelitian yang digunakan peneliti adalah generasi milenial yang termasuk *novelty* juga dalam penelitian ini dikarenakan dilakukan di berbagai ruang lingkup daerah jabodetabek pada tahun 2022 yang mana fenomena yang terjadi memungkinkan lebih *up to date* dan tidak hanya dalam satu ruang lingkup yaitu, Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang tahun 2016.

Peneliti menilai bahwa teori-teori dalam penelitian ini cukup kuat sehingga untuk mengkonfirmasi teori-teori yang sudah ada maka, alat analisis yang digunakan untuk menguji variabel dalam penelitian ini adalah CB-SEM program AMOS. Adanya perbedaan variabel penelitian, subjek penelitian dan alat analisis yang digunakan pada penelitian sebelumnya menjadi latar belakang penulis untuk meneliti dengan judul **“Pengaruh *Financial Knowledge, Financial Attitude, dan Locus of Control Terhadap Financial Management Behavior* Generasi Milenial di Jabodetabek dengan *Financial Literacy* sebagai Variabel Intervening.”**

## 1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka diperoleh identifikasi masalah penelitian sebagai berikut :

1. Indonesia masih menduduki peringkat ke-4 di dunia dalam hal keyakinan konsumen dengan indeks 127 setelah India menurut *The Conference Board Global Consumer Confidence Survey* dengan Nielsen.
2. Generasi milenial rata-rata masih belum merencanakan masa depan keuangan mereka.
3. Tingkat literasi keuangan di Indonesia tergolong masih rendah sebesar 38,06%.
4. Minimnya ketertarikan akan seputar finansial.
5. Pemenuhan kebutuhan hidup dan gaya hidup serta memiliki hutang sehingga, para milenial memiliki keuangan yang berantakan dan agak kesulitan dalam mengelolanya.
6. Sekitar 64% milenial senang berbelanja online dengan promo-promo yang menarik.
7. Menurut David Low, General Manager Luno menyatakan sekitar 69% dari generasi milenial Indonesia tidak memiliki strategi investasi masa depan.

## 1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, diperoleh rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *financial knowledge* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial management behavior* generasi milenial di Jabodetabek?

2. Apakah *financial attitude* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial management behavior* generasi milenial di Jabodetabek?
3. Apakah *locus of control* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial management behavior* generasi milenial di Jabodetabek?
4. Apakah *financial literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial management behavior* generasi milenial di Jabodetabek?
5. Apakah *financial knowledge* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial literacy* generasi milenial di Jabodetabek?
6. Apakah *financial attitude* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial literacy* generasi milenial di Jabodetabek?
7. Apakah *locus of control* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial literacy* generasi milenial di Jabodetabek?
8. Apakah *financial knowledge* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial management behavior* generasi milenial di Jabodetabek melalui *financial literacy*?
9. Apakah *financial attitude* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial management behavior* generasi milenial di Jabodetabek melalui *financial literacy*?
10. Apakah *locus of control* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial management behavior* generasi milenial di Jabodetabek melalui *financial literacy*?

#### 1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah diperoleh tujuan penelitian yang ingin dicapai anatara lain :

1. Mengetahui pengaruh *financial knowledge* terhadap *financial management behavior* generasi milenial di Jabodetabek.
2. Mengetahui pengaruh *financial knowledge* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial management behavior* generasi milenial di Jabodetabek.
3. Mengetahui pengaruh *locus of control* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial management behavior* generasi milenial di Jabodetabek.
4. Mengetahui pengaruh *financial literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial management behavior* generasi milenial di Jabodetabek.
5. Mengetahui pengaruh *financial knowledge* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial literacy* generasi milenial di Jabodetabek.
6. Mengetahui pengaruh *financial attitude* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial literacy* generasi milenial di Jabodetabek.
7. Mengetahui pengaruh *locus of control* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial literacy* generasi milenial di Jabodetabek.
8. Mengetahui pengaruh *financial knowledge* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial management behavior* generasi milenial di Jabodetabek melalui *financial literacy*.

9. Mengetahui pengaruh *financial attitude* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial management behavior* generasi milenial di Jabodetabek melalui *financial literacy*.
10. Mengetahui pengaruh *locus of control* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial management behavior* generasi milenial di Jabodetabek melalui *financial literacy*.

### **1.5. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi terkait manfaat teoritis dan praktis.

#### **1. Manfaat Teoritis**

Diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan tentang *financial management behavior*, *financial knowledge*, *financial attitude*, *locus of control* dan *financial literacy*. Diharapkan juga penelitian ini dapat menjadi menambah pengetahuan untuk mahasiswa lain serta sebagai acuan bagi para peneliti selanjutnya mengenai penelitian yang sejenis.

#### **2. Manfaat Praktisi**

Hasil penelitian diharapkan berguna sebagai pertimbangan bagi generasi milenial untuk menambah wawasan dalam mengelola keuangan pribadinya di masa depan.