

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar belakang

Informasi menjadi lebih mudah diakses dan terbuka berkat globalisasi, dan teknologi pun semakin maju. Akibatnya, terjadi transformasi dan inovasi di berbagai wilayah di dunia, termasuk modifikasi gaya hidup, cara berpakaian, dan karakter diri. Perubahan dan inovasi globalisasi dapat memberikan dampak positif maupun negatif. Peningkatan perilaku konsumen merupakan salah satu dampak globalisasi. Budaya konsumtif adalah kecenderungan orang untuk membeli terlalu banyak barang, yang dapat berdampak pada cara mereka mengelola keuangan. Perilaku ini biasanya dilakukan untuk memenuhi keinginan, gaya hidup, dan *trend* tanpa memikirkan produk-produk untuk kebutuhan hidupnya.

Dilansir dari artikel CNN yang berjudul *Alasan Generasi Milenial Lebih Konsumtif* (2018), Ben Sobiakto selaku pengamat *digital lifestyle* menyatakan bahwa golongan yang memiliki perilaku konsumtif paling besar adalah generasi muda atau *first jobbers*. *First jobbers* ini dapat didefinisikan sebagai generasi muda berusia di 20-an awal yang memiliki pekerjaan untuk pertama kalinya. Penyebab besarnya perilaku konsumtif adalah pendapatan yang didapat dengan jerih payah sendiri sehingga muncul keinginan untuk menyenangkan diri sendiri tanpa memikirkan kebutuhan yang lain. Oleh karena itu, pekerja muda akan dijadikan sampel pada penelitian kali ini.

Selain penyebab yang telah disebutkan, faktor lain yang membuat munculnya perilaku konsumtif adalah lingkungan pergaulan. Lingkungan pergaulan dapat membuat individu merasa harus membeli produk tertentu jika teman-temannya juga memiliki produk tersebut (*Alasan Generasi Milenial Lebih Konsumtif*, 2018). Hal ini membuat sulitnya menata sistem keuangan yang dapat berakibat pada kondisi keuangan yang tidak baik (Widiawati, 2020).

Fenomena FoMO adalah elemen berikutnya yang membuat generasi sekarang lebih sulit untuk mengelola keuangan mereka. *Fear of Missing Out* atau FoMO adalah gangguan psikologis di mana orang khawatir mereka tidak akan mendapatkan pengalaman yang sama dengan orang lain. (Zhang et al., 2020). Fenomena FoMO adalah elemen berikutnya yang membuat generasi sekarang lebih sulit untuk mengelola keuangan mereka. *Fear of Missing Out* atau FoMO adalah gangguan psikologis di mana orang khawatir mereka tidak akan mendapatkan pengalaman yang sama dengan orang lain.

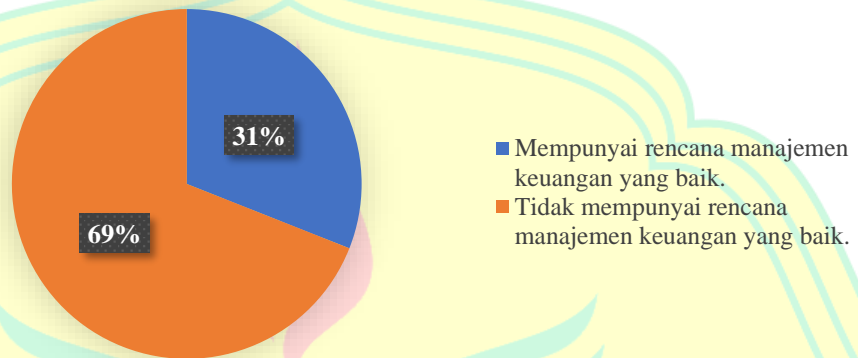
Jadi, FoMO membuat individu merasa tertekan ketika tertinggal akan sesuatu hal yang terjadi di media sosial sehingga menimbulkan keinginan berlebih atau terobsesi untuk mengikuti hal-hal yang terjadi di media sosial. Menurut Rahmi & Sukarta (2020) dan Darusman & Sumaryanti (2022), gejala FoMO dialami oleh generasi muda yang berusia 20-30 tahun. Hal ini disebabkan karena pengaruh sosial media yang terus naik dan tidak terkendali. Salah satu indikasi bahwa seorang individu terkena FoMO adalah tumbuhnya rasa ingin tahu akan kehidupan seorang *influencer* atau *public figure*.

Seorang *influencer* atau *public figure* biasanya mengeluarkan konten dan menciptakan *trend* untuk para pengikut dan pengguna media sosial. Dengan adanya rasa FoMO, akan membuat individu semakin gencar untuk membelanjakan uang mereka untuk mengikuti *trend* semata. Para individu ini juga rela untuk mengeluarkan uang mereka untuk ajang pamer dan pembuktian bahwa mereka tidak tertinggal akan *trend* tersebut.

Menurut data dari *Indonesia Millennial Report*, 51% anak muda saat ini membelanjakan pendapatan mereka untuk barang-barang konsumsi. Setelah itu, 10,7% akan digunakan untuk menabung dan 2% akan diinvestasikan (N. Sahara, 2019).

Menurut Merdeka Finansial Ala Generasi Milenial (2019), 69% anak muda di Indonesia tidak memiliki rencana untuk mengembangkan tabungan

mereka. Informasi ini disampaikan oleh *Merdeka Finansial Ala Generasi Milenial* (2019). Penulis termotivasi untuk melakukan penelitian di bidang ini karena hal tersebut. Gambar I. 1 menggambarkan perbandingan kepemilikan skema manajemen keuangan.

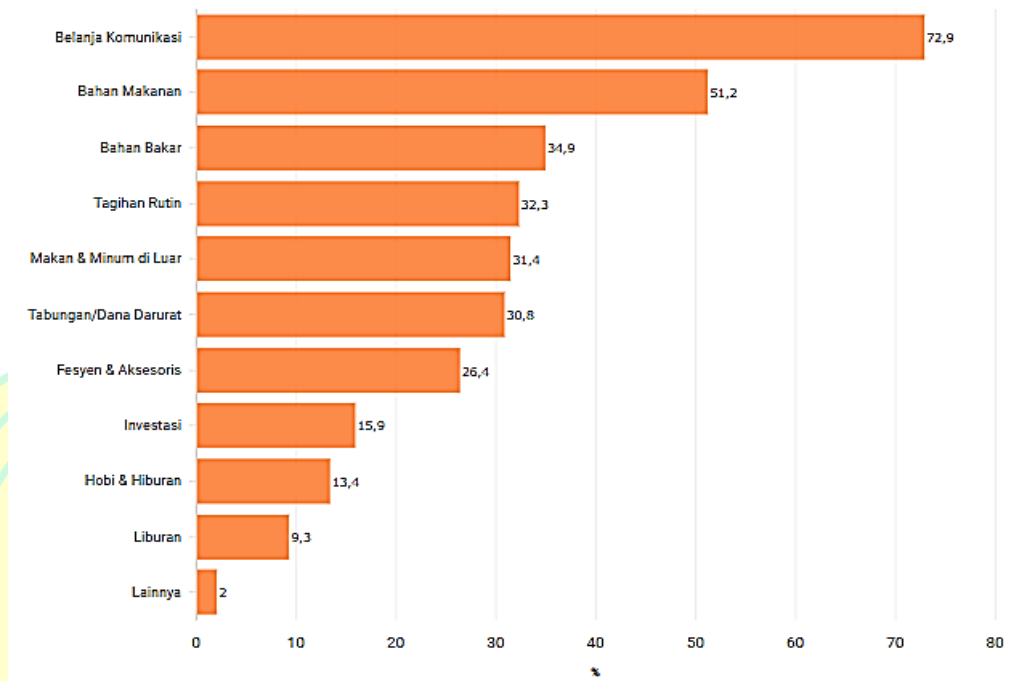


**Gambar I. 1 Diagram Kepemilikan Rencana Pengelolaan Keuangan Generasi Muda**

Sumber: *Merdeka Finansial Ala Generasi Milenial* dan diolah kembali oleh penulis (2023)

Jayani (2021) melakukan survei terhadap lebih dari lima ribu responden dan memberikan hasil mengenai hal-hal yang menjadi pengeluaran generasi muda selama sebulan. Jadi, sebanyak 72.9% generasi muda menyatakan bahwa mereka menggunakan uangnya untuk keperluan belanja komunikasi atau belanja *online*. Hal ini disebabkan karena adanya kegiatan *Leisure Economy*, yaitu kegiatan konsumsi untuk membeli pengalaman di waktu luang. Contoh kegiatan ini adalah menginap di hotel, minum kopi, dan nonton konser. IDN Times juga mengemukakan bahwa generasi muda berbelanja di aplikasi dengan total sebesar Rp50-150 ribu per minggu untuk makanan, akomodasi, atau transportasi (Adhinegara, 2019).

Lalu, sebanyak 51.2% generasi muda menyatakan bahwa uangnya dihabiskan untuk bahan makanan. Untuk dana darurat dan investasi, generasi muda berada di angka 30.8% dan 15.9%. Hal ini menunjukkan bahwa masih sedikit generasi muda yang menggunakan uangnya untuk menabung. Terdapat diagram lingkaran pada Gambar I. 2 untuk informasi lebih lanjut.



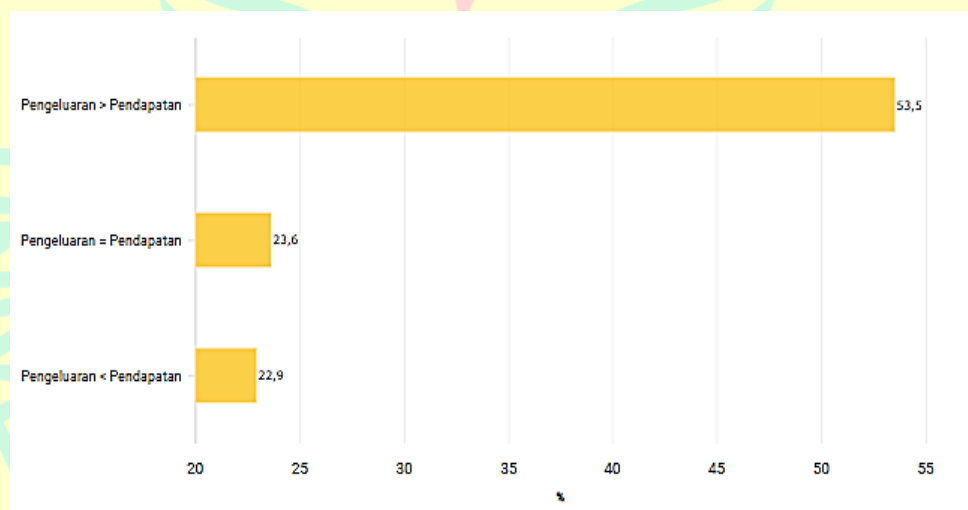
**Gambar I. 2 Diagram Pengeluaran Sebulan Generasi Muda**

Sumber: Jayani (2021)

Jika dilihat dalam diagram, kebanyakan generasi muda saat ini masih menggunakan uang yang dimilikinya untuk belanja *online* (72.9%). Hal ini menunjukkan bahwa masih banyak generasi muda yang tidak menggunakan uang yang dimilikinya untuk ditabung atau melakukan investasi untuk masa tua mereka. Jika hal ini terjadi secara terus menerus maka generasi muda akan memiliki kesulitan untuk menikmati masa pensiunnya dikarenakan keresahan akan tabungan yang belum cukup. Generasi muda saat ini diharapkan bisa menjadi model dalam pengendalian manajemen keuangan yang tepat untuk publik. Hal ini dikarenakan generasi muda akan dihadapkan dengan risiko keuangan yang lebih besar di masa depan, seperti fluktuasi nilai tukar, peningkatan nilai suku bunga, dan risiko likuiditas (Y. Sahara et al., 2022).

Rizaty (2022) memaparkan bahwa generasi milenial dan Z memiliki lebih banyak pengeluaran daripada pendapatan yang diterima. Sebanyak 53.5% generasi saat ini menyatakan bahwa pendapatan yang dimiliki lebih

sedikit daripada pengeluaran. Lalu, sebanyak 23.6% generasi muda memiliki nilai pendapatan yang pengeluaran yang sama. Hanya ada sekitar 22.9% generasi muda yang menyatakan bahwa pendapatan yang diterima lebih besar daripada pengeluaran. Seperti yang telah kita ketahui, kebutuhan hidup manusia setiap tahunnya akan semakin tinggi (Reviandani, 2019). Dengan adanya penjelasan di atas, menandakan bahwa generasi muda saat ini belum bisa mengatur keuangannya dengan baik sehingga mengakibatkan pengeluaran yang lebih besar daripada pendapatan. Jika hal ini terus terjadi maka akan terciptanya utang dan tidak adanya cukup tabungan untuk masa tua. Data proporsi pengeluaran bulanan generasi muda dapat dilihat di Gambar I. 3



**Gambar I. 3 Proporsi Pengeluaran Bulanan Generasi Muda**

Sumber: Rizaty (2022)

Hal ini akan membuat risiko keuangan yang dihadapi semakin besar. Untuk dapat menikmati hasil keuangan dalam jangka panjang dan mampu menghadapi situasi yang memicu krisis ekonomi, seperti pandemi atau inflasi yang berlarut-larut, generasi penerus harus pandai mengelola sumber daya mereka. Untuk menghindari kemungkinan terjadinya masalah keuangan maka generasi muda harus memiliki pemahaman mengenai pengaturan keuangan yang baik. Beberapa aspek yang digunakan untuk mengontrol

keuangan yang sehat akan dijelaskan dalam penelitian ini. Variabel-variabel ini dikatakan berguna karena dapat membantu menciptakan standar keuangan yang sangat baik untuk meningkatkan keamanan keuangan pribadi, keluarga, dan organisasi. Komponen pertama yang mempengaruhi perilaku manajemen keuangan adalah pengetahuan atau literasi keuangan (*financial literacy*).

Literasi atau kesadaran finansial generasi muda masih dianggap kurang di masa globalisasi yang serba cerdas ini. Kebiasaan konsumerisme generasi muda dan kurangnya pemahaman literasi keuangan menjadi penyebabnya. Kemampuan untuk membuat keputusan keuangan yang bijak yang mengarah pada situasi keuangan yang stabil disebut sebagai *financial literacy*. Kemampuan ini merupakan kombinasi dari pemahaman, keterampilan dan karakter yang ada di dalam diri seseorang (Sugiharti & Maula, 2019). Oleh karena itu, dapat diartikan bahwa literasi keuangan merupakan langkah awal dalam mengelola keuangan. *Financial literacy* akan digunakan dalam penelitian ini sebagai variabel mediasi untuk menghubungkan *financial socialization* dengan perilaku manajemen keuangan.

Selain itu, penelitian Dewanti & Asandimitra (2021) yang merekomendasikan untuk menggunakan variabel selain locus of control sebagai variabel mediasi, menyebabkan pemilihan variabel ini sebagai variabel mediasi. Literasi keuangan dan keterampilan manajemen individu dapat dikembangkan melalui sosialisasi keuangan, yang akan membantu mereka mempertahankan kontrol keuangan yang lebih baik dan mencegah kesulitan ekonomi. Dengan kebutuhan manusia yang semakin bertambah maka sudah seharusnya terjadi peningkatan terhadap literasi manusia mengenai keuangan. Penulis memilih variabel ini dikarenakan penelitian sebelumnya yang dibuat oleh Nisa & Haryono (2022), menyarankan untuk menggunakan variabel selain *financial knowledge*, *financial self efficacy*, gaya hidup, *financial attitude*, *locus of control*, dan pendapatan dalam penelitian selanjutnya..

Diharapkan, dengan adanya peningkatan mengenai literasi keuangan, akan membantu manusia dalam berpikir lebih kritis dan kreatif dalam mengelola keuangannya. Jika manusia semakin kritis dan kreatif maka mereka akan dapat menemukan solusi untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka di masa saat ini dan di masa depan. Dapat didefinisikan bahwa manajemen keuangan dan literasi keuangan berjalan beriringan. Standar hidup yang lebih tinggi dapat dicapai melalui pengelolaan keuangan yang efektif dan literasi keuangan yang solid. Selain itu, hal ini akan membantu generasi muda dalam melakukan pembelian yang bijak yang akan mengarah pada keamanan finansial. (Gunawan et al., 2020).

Sikap keuangan dan pengelolaan uang adalah hal yang saling berkaitan. Komponen penting dalam manajemen keuangan adalah sikap seseorang terhadap uang. Hal ini disebabkan karena memiliki uang adalah kebutuhan dasar yang dapat mempengaruhi bagaimana seseorang bertindak dan berpikir. (Siswanti & Halida, 2020). Kompetensi dan bakat individu dapat tumbuh sebagai hasil dari sikap keuangan. Orang dapat menghasilkan pertimbangan keuangan yang mantap dan menjaga kondisi keuangan dengan memiliki sikap positif terhadap uang. (*Organization of Economic Co-Operation and Development/International Network on Financial Inclusion*, 2018). Strategi dan tindakan yang akan dilakukan untuk mengendalikan keuangan juga dipengaruhi oleh sikap keuangan. (Sutatama et al., 2022).

Menurut Pradiningtyas & Lukiastuti (2019) manajemen keuangan dan sikap keuangan saling berkaitan satu sama lain. Penelitian mereka menyebutkan bahwa sikap keuangan akan memengaruhi cara individu dalam menentukan perilakunya terhadap keuangan. Sikap keuangan yang baik dapat ditunjukkan dengan adanya dorongan dan rasa semangat untuk mengembangkan keterampilan dalam mengelola keuangan.

Banyak anak muda sekarang ini yang merasa tenang dan cepat puas dalam memantau kinerja keuangan mereka. Hal inilah yang membuat rendahnya motivasi untuk terus mengembangkan pengelolaan keuangan yang dimiliki

(Estuti et al., 2021). Mempunyai sikap keuangan yang tepat dapat membantu para pekerja muda mengatur keuangan mereka sehingga dapat terus digunakan hingga masa tua. Dewanti & Asandimitra (2021) mengusulkan untuk menggunakan faktor lain, seperti *financial attitudes* untuk penelitian yang akan datang.

Salah satu aspek yang dapat mempengaruhi pengelolaan keuangan adalah sosialisasi keuangan. Hal ini bertujuan agar tindakan dan perilaku mereka dapat dipengaruhi oleh sosialisasi yang terjadi antara orang tua dan anak. Anak yang memiliki manajemen keuangan yang efektif akan memiliki orang tua yang dapat mendiskusikan masalah-masalah yang berhubungan dengan uang dengan mereka. (Safitri & Kartawinata, 2020). Sosialisasi keuangan dan pendekatan seseorang dalam mengelola keuangan memiliki hubungan yang signifikan, menurut Safitri & Kartawinata (2020) Tsuroyya & Nuryana (2021) juga menyebutkan bahwa sosialisasi keuangan dapat berdampak pada pengelolaan manajemen keuangan. Berdasarkan temuan Nisa & Haryono (2022), penulis memutuskan menggunakan variabel ini karena alasan yang sama ketika memilih variabel literasi keuangan

Pengalaman keuangan adalah faktor lain yang dapat mempengaruhi bagaimana seseorang mengatur pengelolaan keuangan mereka setelah tiga hal yang dijelaskan di atas. Sebagai komponen kunci dalam manajemen keuangan, pengalaman keuangan sangatlah penting. Setiap orang memiliki pengalaman keuangan yang berbeda, terlihat dari variasi strategi investasi, polis asuransi, dan kredit. Salah satu elemen kunci dalam meningkatkan kontrol keuangan dan kemampuan untuk membuat keputusan yang bijak agar dapat bertahan hidup di masa depan adalah pengalaman dalam mengelola finansial. (Brilianti & Lutfi, 2020). Perkembangan teknologi juga dapat berdampak pada pengalaman finansial. Telah disebutkan bahwa globalisasi membantu kemajuan teknologi di berbagai bidang, termasuk bidang keuangan.



Kemudahan bertransaksi, seperti belanja *online* dan pembayaran piutang, merupakan salah satu teknologi yang berdampak pada keuangan. Kemampuan mengelola keuangan seseorang akan terpengaruh oleh inovasi teknologi ini.

Menurut Brilianti & Lutfi (2020), yang dikutip dalam penelitian ini, manajemen keuangan yang semakin baik akan dipengaruhi oleh pengalaman keuangan individu yang semakin bertambah.. Penetapan untuk menggunakan variabel ini juga didasarkan pada Nisa & Haryono (2022) yang merekomendasikan pengalaman keuangan sebagai variabel yang akan diteliti pada penelitian selanjutnya.

Penulis termotivasi untuk melakukan penelitian karena adanya berbagai permasalahan yang diangkat dalam uraian di atas. Oleh karena itu, penulis mengambil keputusan untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Financial Attitude*, *Financial Socialization*, dan *Financial Experience* terhadap Perilaku Manajemen Keuangan.” Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu para pekerja yang berusia muda untuk menciptakan keputusan manajemen keuangan yang positif. Meningkatnya pemahaman akan sikap, literasi, sosialisasi keuangan, dan pengalaman keuangan adalah tujuan lain dari penelitian ini.

## **1.2 Pertanyaan penelitian**

Pertanyaan-pertanyaan berikut ini akan dibahas dalam penelitian ini..

- a. Apakah *financial attitudes* memiliki pengaruh positif pada perilaku manajemen keuangan?
- b. Apakah *financial socialization* memiliki pengaruh positif pada *financial literacy*?
- c. Apakah *financial socialization* memiliki pengaruh positif pada perilaku manajemen keuangan?
- d. Apakah *financial experience* memiliki pengaruh positif pada perilaku manajemen keuangan?

### 1.3 Tujuan penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji:

- a. Pengaruh *financial attitudes* terhadap perilaku manajemen keuangan.
- b. Pengaruh *financial socialization* terhadap *financial financial literacy*.
- c. Pengaruh *financial socialization* terhadap perilaku manajemen keuangan.
- d. Pengaruh *financial experience* terhadap perilaku manajemen keuangan.

### 1.4 Manfaat penelitian

Pada penelitian kali ini, penulis memiliki keinginan untuk memberikan berbagai manfaat kepada pihak-pihak berikut ini.

#### 1. Bagi Masyarakat

- a. Memberikan literatur mengenai dampak *financial attitude*, *financial socialization*, *financial literacy*, dan *financial experience* pada perilaku manajemen keuangan.
- b. Memberikan eksplorasi baru mengenai pengaruh *financial socialization*, *financial literacy*, dan *financial experience* pada perilaku manajemen keuangan sehingga meningkatkan kesadaran masyarakat akan hal tersebut.

#### 2. Bagi Pemerintah

- a. Memberikan berita baru ke pemerintah mengenai *financial attitude*, *financial literacy*, *financial socialization*, dan *financial experience*.
- b. Membantu pemerintah menentukan langkah selanjutnya untuk meningkatkan *financial attitude*, *financial literacy*, *financial socialization*, dan *financial experience* dalam perilaku manajemen keuangan.

#### 3. Bagi Peneliti

Menjadi dasar atau acuan untuk penelitian selanjutnya dengan masalah atau variabel yang sejenis sehingga dapat menyelesaikan permasalahan yang muncul