

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Remaja di Indonesia yang masih kurang memiliki perencanaan, pengaturan dan juga pengelolaan keuangan yang baik, membuat *financial management* remaja di Indonesia menjadi tidak tertata. Masih banyak remaja di Indonesia yang sering kali melakukan kegiatan yang konsumtif serta impulsif. Salah satu hal tersebut yang dapat menyebabkan keuangan remaja di Indonesia menjadi buruk yang dapat berakibat pengelolaan keuangan yang tidak baik atau kurang tepat (Nusa & Dewi, 2022). Perilaku keuangan remaja yang cenderung konsumtif dapat menimbulkan berbagai macam perilaku keuangan yang tidak baik atau tidak bertanggungjawab seperti kurangnya kegiatan menabung, investasi, serta perencanaan dana darurat dan penganggaran dana untuk masa depan (Belle et al., 2022). Remaja atau generasi Z yang terlahir sebagai *true digital natives* memiliki keterbukaan akan dunia teknologi, internet, dan berbagai *mobile system* yang lain. Dengan adanya kemudahan untuk mengakses hal tersebut, banyak remaja memiliki kemampuan yang lihai dalam membeli barang-barang yang ada di internet.

Perilaku finansial atau *financial behaviour* akan mengacu pada perilaku manusia yang berhubungan dengan manajemen keuangan. *Financial behaviour* yang umum termasuk perilaku yang berkaitan dengan penghasilan, pengeluaran, pinjaman, tabungan, dan juga asuransi. *Financial behaviour* yang diinginkan

harus meningkatkan kesejahteraan ekonomi seorang individu, sementara adanya *financial behaviour* yang tidak diinginkan atau *undesirable financial behaviour* akan merugikan seorang individu itu sendiri (Xiao & O'Neill, 2016).

Perilaku manusia merupakan bukti dari segala macam bentuk pengalaman serta interaksi seorang individu dengan lingkungan sekitar yang dapat terwujud dalam bentuk sikap, pengetahuan, serta sebuah tindakan. Perilaku konsumtif merupakan fenomena yang sedang melanda kehidupan masyarakat terutama pada remaja. Secara umum, konsumsi merupakan suatu perilaku seorang individu untuk dapat menggunakan serta memanfaatkan suatu barang ataupun jasa untuk memenuhi kebutuhan seorang individu tersebut. Remaja merupakan satu kelompok sosial dalam masyarakat yang rentan terhadap pengaruh gaya hidup, mode, dan juga *trend* yang sedang berlangsung atau yang sedang ramai di dunia maya, yang mana pengaruh tersebut dapat menyebabkan terjadinya perilaku konsumtif (Rozaini & Sitohang, 2020).

Pada kenyataannya, seorang individu bisa saja dihadapkan dengan masalah kesulitan keuangan. Banyak orang berpendapat bahwa penyebab adanya masalah keuangan dapat dipicu dengan kesalahan pengelolaan keuangan seperti halnya kesalahan dalam pengelolaan kredit dan juga tidak adanya pengelolaan keuangan. Pengelolaan keuangan dapat dikatakan sebagai bentuk perilaku seorang individu yang menyangkut perencanaan, implementasi, dan juga evaluasi tentang kas, kredit, investasi, asuransi, dan perencanaan pola hidup pensiun. Banyak sekali faktor yang dapat menentukan bagaimana keberhasilan seorang individu dalam melakukan pengelolaan keuangan pribadinya.

Jika seorang individu membeli sesuatu yang didasarkan dengan adanya keinginan tanpa memikirkan adanya kegunaan serta manfaat dari apa yang mereka beli hanya akan membuat seorang individu itu menjadi konsumtif. Perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu tindakan seseorang membeli barang bukan untuk mencukupi kebutuhan melainkan untuk memenuhi keinginan semata. Perilaku konsumtif yang dilakukan secara berlebihan dapat menimbulkan pemborosan biaya. Pola hidup seseorang dapat dikendalikan dan juga didorong oleh adanya keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata. Terbentuknya perilaku konsumtif dapat muncul terutama setelah adanya masa industrialisasi seperti sekarang ini, dimana media dalam hal ini menempati posisi strategis dalam membantu perilaku konsumtif. Apabila perilaku konsumtif dilakukan secara terus menerus, maka dapat mengakibatkan kondisi keuangan yang tidak stabil. Selain dari itu, perilaku konsumtif yang berlebihan juga dapat menimbulkan pemborosan dan mengakibatkan penumpukan barang karena adanya pembelian yang dilakukan secara terus menerus (Hafsyah, 2020).

Masa globalisasi seperti sekarang ini sangat banyak membawa dampak di seluruh dunia yang termasuk Indonesia, baik dampak positif maupun dampak yang negatif. Dampak positif di Indonesia dari masa globalisasi ini ialah ekonomi Indonesia semakin maju serta meningkat, sedangkan dampak negatif yang terjadi ialah perubahan sosial juga budaya masyarakat Indonesia dan berkurangnya rasa nasionalisme.

Individu dengan *financial knowledge* yang tinggi, maka individu tersebut memiliki pengetahuan serta pemahaman tentang keuangan yang baik. *Financial*

*knowledge* juga merupakan suatu kemampuan yang digunakan untuk memahami, mengelola, dan juga menganalisis keuangan untuk membuat suatu keputusan keuangan yang baik dan tepat agar terhindar dari masalah-masalah keuangan. Kehidupan yang terhindar dari masalah keuangan dan kehidupan yang berkualitas merupakan keinginan setiap individu. Dalam mencapai hal tersebut, perlu didasarkan pada pengetahuan keuangan yang baik serta dalam setiap pengambilan keputusan yang tepat.

Prihastuty dan Rahayuningsih (2018) telah menguji dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh *Financial Literacy*, *Financial Behavior*, *Financial Attitude*, Dan Demografi Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Pada Mahasiswa Strata I Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)”. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *financial literacy* berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif dapat saja terjadi pada diri seseorang, seringkali muncul akibat adanya pengaruh dari lingkungan sosial dan nilai-nilai yang muncul dari lingkungan sekitar. Akibat dari munculnya fenomena tersebut, maka akan membuat munculnya *subjective norm* dan *attitude* dari seseorang. *Subjective norm* merupakan sejauh mana seseorang memiliki motivasi untuk dapat mengikuti pandangan orang terhadap perilaku yang akan dilakukan, *subjective norm* merupakan salah satu fungsi dari harapan yang didefinisikan individu dimana satu atau lebih orang di sekitarnya akan menyetujui perilaku tertentu dan dapat memotivasi kegiatan individu tersebut untuk memenuhi keinginan seorang individu tersebut (Wirasukessa & Sanica, 2023). *Attitude* merupakan evaluasi

dari seseorang individu baik secara positif maupun secara negatif kepada suatu niat, perilaku, dan kejadian. *subjective norm* dan *attitude* merupakan dua aspek yang mengakibatkan adanya budaya tertentu yang berkembang dikalangan masyarakat sekitar (Wirasukessa & Sanica, 2023). Dengan memiliki *financial knowledge* yang luas, remaja dapat membuat keputusan finansial yang lebih baik.

*Fear of Missing Out* (FOMO) dapat menjadi pengaruh bagi keputusan finansial remaja di Indonesia, terutama dalam hal pengeluaran keuangan yang tidak diperlukan atau konsumtif (Putri, 2023). *Fear of Missing Out* (FOMO) merupakan suatu wujud dari kekhawatiran seseorang jika mereka melewatkan satu peristiwa yang berkesan karena tidak dapat mengikuti peristiwa ataupun kegiatan yang seorang individu lain lakukan baik secara langsung maupun peristiwa di dunia maya Indrabayu & Destiwati (2022). Hal ini disebabkan karena pada saat ini sebuah informasi dapat diperoleh melalui internet, salah satunya ialah informasi sosial yang dimana internet dapat memberikan fasilitas bagi seorang individu untuk dapat terhubung dengan lingkungan sosialnya dan juga dapat melakukan kegiatan komunikasi tanpa harus saling bertatap muka. Gejala psikologis seorang individu yang mengalami *Fear of Missing Out* (FOMO) seperti halnya perasaan takut, cemas, gelisah, dan merasa tidak aman ketika tertinggal suatu informasi atau berita hangat yang ada di media sosial maupun internet (Saputri et al., 2023).

Wirasukessa dan Sanica (2023) telah menguji dalam penelitiannya yang berjudul "*Fear of Missing Out* dan Hedonisme Pada Perilaku Konsumtif

Millenials: Peran Mediasi *Subjective Norm* dan *Attitude*” Hasil dari penelitiannya tersebut mengatakan bahwa *Fear of Missing Out* memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Selain itu pada masa globalisasi seperti sekarang, informasi dan pengetahuan tentang keuangan dapat dengan mudah diakses atau dilihat oleh remaja di Indonesia. Namun, meskipun informasi dan pengetahuan keuangan mudah diakses, masih banyak remaja yang tidak memiliki pengetahuan tentang keuangan. Lalu, dengan adanya fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) yakni akan rasa takut ketinggalan suatu kegiatan atau *trend* yang membuat seorang individu merasa harus mengikuti kegiatan atau *trend* yang ada tanpa memikirkan adanya resiko di masa depan. Dengan adanya pengetahuan tentang keuangan, maka seorang individu diharapkan untuk tidak mudah untuk merasa FOMO ketika ada suatu *trend* yang dilakukan oleh orang-orang di sekitar (Ilyas et al., 2022).

Dengan adanya latar belakang permasalahan ini, maka penulis melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh *financial knowledge* dan *fear of missing out* terhadap perilaku konsumtif. Penelitian ini berjudul **“Pengaruh *Financial Knowledge* dan *Fear of Missing Out* (FOMO) Terhadap *Perilaku Konsumtif* Pada Remaja di Jakarta”**.

## 1.2 Pertanyaan Penelitian

- a. Apakah *financial knowledge* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif?
- b. Apakah *Fear of Missing Out* (FOMO) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif?
- c. Apakah *financial knowledge* berpengaruh terhadap *Fear of Missing Out* (FOMO)?

## 1.3 Tujuan Penelitian

- a. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh *financial knowledge* terhadap perilaku konsumtif.
- b. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap perilaku konsumtif.
- c. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh *financial knowledge* terhadap *Fear of Missing Out* (FOMO).

## 1.4 Manfaat Penelitian

### 1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, manfaat dari adanya penelitian ini ialah sebagai pembuktian mengenai bagaimana pengaruh *financial knowledge* dan *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap perilaku konsumtif pada remaja di Jakarta. Dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu menjadi ilmu pengetahuan serta wawasan baru yang dapat dijadikan tolak ukur dalam penelitian selanjutnya.

### 1.4.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Dengan adanya penelitian ini, peneliti senantiasa menambah ilmu pengetahuan serta wawasan dalam konteks *financial knowledge*, *Fear of Missing Out* (FOMO), dan juga perilaku konsumtif. Peneliti juga dapat melihat bagaimana tingkat *financial knowledge* remaja di wilayah Jakarta.

b. Bagi Mahasiswa

Dengan adanya penelitian ini, senantiasa memberikan manfaat yang baik bagi mahasiswa dan juga mahasiswi di Fakultas Ekonomi Program Studi S1 Manajemen Universitas Negeri Jakarta yang masih belum sadar akan pentingnya *financial knowledge* untuk kehidupan yang lebih tertata keuangannya dan demi kesejahteraan hidup di masa depan.

c. Bagi Universitas Negeri Jakarta

Dengan adanya penelitian ini, senantiasa dapat menjadi pustaka bagi mahasiswa dan juga mahasiswi Universitas Negeri Jakarta khususnya Program Studi S1 Manajemen guna meningkatkan pengetahuan serta wawasan mahasiswa dan mahasiswi.