

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Penduduk Indonesia Sebagian besar merupakan masyarakat konsumtif. Pernyataan tersebut didukung oleh permasalahan perilaku manusia di bidang keuangan saat ini, seperti masyarakat Indonesia yang pengetahuan keuangannya kurang baik, bursa efek yang belum dieksploitasi oleh semua kalangan, penipuan investasi yang sulit dihindari, dan isu generasi millennial, sebagai generasi sulit menabung dengan gaya hidup yang mahal (Jouska, 2019). Karena minimnya kesadaran dan pengetahuan Masyarakat tentang keuangan, gaya hidup konsumtif ini telah mencerminkan perilaku keuangan secara tidak langsung. Meskipun perilaku keuangan masyarakat Indonesia cenderung boros, hal itu menyebabkan beberapa perilaku tambahan yang tidak bertanggung jawab secara finansial meliputi tidak cukup menabung, melakukan investasi, merencanakan kontijensi, dan penganggaran dimasa depan. (Herdjiono & Damanik, 2016).

Perilaku konsumsi masyarakat dapat sangat dipengaruhi oleh modernisasi yang semakin meningkat, pesatnya perkembangan teknologi dan gaya hidup Masyarakat yang dinamis, serta meningkatnya literasi penduduk yang disertai dengan peningkatan pendapatan. Perilaku konsumsi masyarakat saat ini telah berubah, dari sekedar pemenuhan kebutuhan primer, menuju pemenuhan kebutuhan sekunder, tersier dan cenderung konsumtif. Kebutuhan primer merupakan kebutuhan esesial yang harus dipenuhi untuk kelangsungan hidup manusia. Kebutuhan primer diartikan juga dengan kebutuhan pokok. Ketika kebutuhan dasar tidak terpenuhi, kelangsungan hidup manusia terancam. Kebutuhan dasar meliputi

makanan, minuman, pakaian, dan tempat tinggal (Nainggolan, 2022). Kebutuhan sekunder merupakan suatu kebutuhan yang terpenuhi setelah kebutuhan utama terpenuhi (primer). Kebutuhan sekunder dapat berupa kebutuhan primer atau kebutuhan tambahan. Kebutuhan tersier adalah kebutuhan yang dapat dipenuhi ketika kebutuhan primer dan sekunder cukup terpenuhi. Setiap individu memiliki kebutuhan uniknya masing-masing dalam kehidupannya, dan masing-masing kebutuhan ini dipenuhi dengan cara yang berbeda-beda, semakin besar keinginan individu untuk memenuhi keinginannya maka semakin besar pula kebutuhan tersebut harus dipenuhi. Perilaku konsumtif adalah perilaku dimana barang dibeli tanpa banyak pertimbangan dan lebih mengutamakan preferensi daripada kebutuhan. (Nainggolan, 2022) .

Perilaku konsumtif merupakan kegiatan yang kompulsif dan irasional yang mengarah pada inefisiensi biaya dan pemborosan keuangan. (Ramadhani, 2019) Pembelian barang atau jasa yang tidak didasarkan pada kebutuhan mendasar tetapi hanya berfungsi untuk memuaskan hasrat dan hasrat dapat digambarkan sebagai perilaku konsumsi yang irasional dan kompulsif. Ini tentunya memiliki efek negatif ketika terjadi tidak hanya pada orang dewasa tetapi juga anak-anak dan remaja. Karena pada masa remaja, pola perilaku setiap individu akan terbentuk. Menurut (Chita et al., 2015), pubertas terbagi menjadi tiga yaitu remaja awal (13-15 tahun), remaja tengah (15-17 tahun) dan pubertas akhir (17-21 tahun). Pada masa transisi dan pencarian jati diri, remaja mengalami proses formatif dalam perilakunya, dimana remaja mencari dan berusaha untuk mencapai model diri yang ideal, yang membuat remaja mudah terpengaruh oleh berbagai hal disekitarnya, baik positif maupun negatif. Proses pengambilan keputusan konsumtif yang tampaknya tidak

rasional berada di belakang mode atau perilaku modis. Berbelanja untuk kebutuhan yang sebenarnya tidak menjadi masalah, bahkan menjadi lebih umum ketika belanja dilakukan untuk kebutuhan yang sangat penting atau kebutuhan yang sangat diperlukan atau vital. Membuat keputusan pilihan bukanlah tugas yang mudah karena didasarkan pada beberapa faktor. Itulah sebabnya orang harus belajar membuat pilihan, yang dipelajari dalam ilmu ekonomi. Beginilah cara ekonomi membantu orang agar kebutuhan mereka yang semakin langka terpenuhi dengan baik.

Pertumbuhan dan perkembangan ekonomi yang lebih cepat memungkinkan lembaga keuangan memainkan peran penting dalam kehidupan masyarakat. Karena peran lembaga keuangan yang berbeda biasanya menyebabkan masing-masing lembaga keuangan menawarkan produk dan layanan keuangan yang berbeda. Masyarakat perlu menyadari pro dan kontra, dan percaya bahwa literasi keuangan masyarakat perlu segera ditingkatkan agar para pelaku jasa keuangan dapat meningkatkan kesejahteraan sosial. (Purba, 2020).

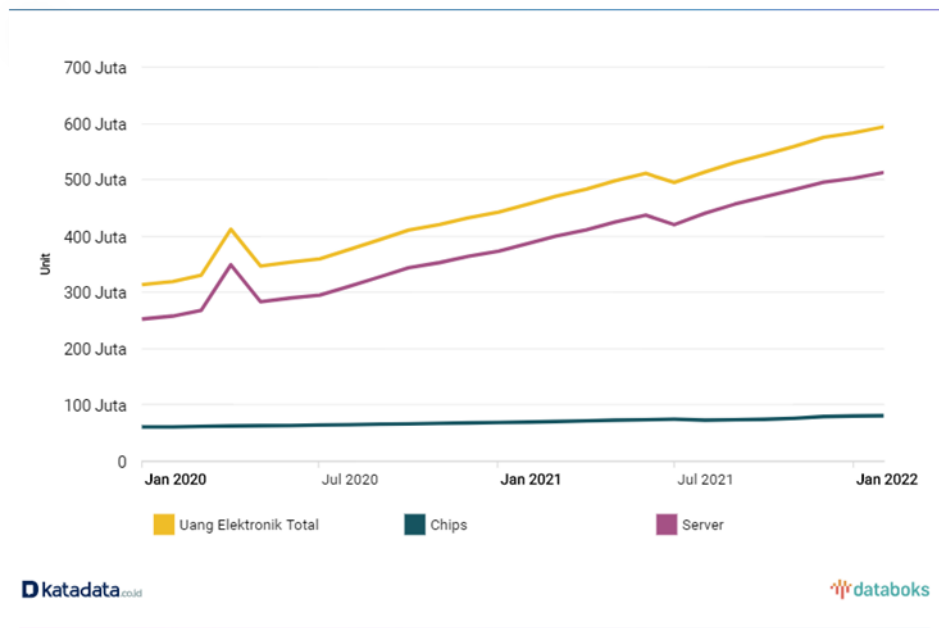
Di era *digital* saat ini, Masyarakat luas diharapkan terinformasi dan memanfaatkan komunikasi yang efisien. Inovasi digital di berbagai industri menunjukkan bahwa masyarakat umum akan terus berkontribusi pada perkembangan dunia yang lebih modern. Salah satu kecerdasan yang harus dimiliki masyarakat saat ini adalah kecerdasan finansial, yaitu kecerdasan dalam mengelola aset keuangan pribadi. Pengetahuan keuangan dan keterampilan manajemen keuangan pribadi sangat penting dalam kehidupan sehari-hari. Literasi keuangan sangat penting bagi setiap orang untuk menghindari masalah keuangan karena orang sering menghadapi kompromi. Dan literasi keuangan adalah kesadaran dan

pemahaman keuangan tentang produk keuangan dan konsep keterampilan manajemen lembaga ekonomi dan keuangan (Alawi et al., 2020)

Perkembangan komersial *financial technology (fintech)* juga mempengaruhi munculnya perusahaan-perusahaan di sektor keuangan digital. Uang elektronik, atau *e-money*, adalah salah satu produk di bidang keuangan *digital*. Perkembangan uang elektronik misalnya, munculnya uang elektronik memungkinkan masyarakat untuk bertransaksi tanpa menggunakan uang tunai (Rif'ah, 2019). Keberadaan uang elektronik dilatarbelakangi oleh Peraturan Bank Indonesia No. 11/12/PBI/2009, yang merupakan salah satu pendukung program Bank Indonesia untuk mengurangi uang tunai di Negara Kesatuan Republik Indonesia. Uang elektronik sendiri bertujuan untuk memudahkan masyarakat dalam melakukan segala macam transaksi keuangan dalam kehidupannya, khususnya transaksi mikro. Beberapa perusahaan fintech yang menawarkan payment gateway sudah terkenal di kalangan pelajar, seperti Gopay, OVO, Shopee, Dana dan sistem pembayaran lainnya.

Menurut Undang-undang Bank Indonesia No. 3 Tahun 2004 tentang Bank Indonesia, salah satu wewenang Bank Indonesia adalah mengurus penggunaan alat pembayaran sebagai bagian dari pengaturan dan pemeliharaan penyelenggaraan sistem pembayaran. Pengertian penggunaan alat pembayaran bertujuan agar alat pembayaran yang digunakan di masyarakat memenuhi persyaratan keamanan dan efisiensi penggunaannya. Perkembangan teknologi industri informasi dan komunikasi telah mempengaruhi terciptanya inovasi baru dalam pembayaran elektronik (*Electronic Payment*).

Gambar 1.1 Jumlah uang elektronik yang beredar (jan 2020- Feb 2022)



Sumber : *Katadata.co.id*

Transaksi digital yang kian marak di Indonesia telah meningkatkan jumlah uang elektronik (*e-money*). Perubahan perilaku belanja masyarakat dari toko *offline* (toko fisik) ke belanja online melalui market place menyebabkan peningkatan jumlah uang elektronik hingga mencapai 500 juta unit. Selain Selain itu, pembayaran digital yang masih digalakkan oleh pemerintah, seperti pembayaran transportasi dan tempat wisata juga turut menyumbang pertumbuhan uang elektronik di Indonesia. Berdasarkan data Bank Indonesia (BI), jumlah uang elektronik yang beredar pada Februari 2022 sebanyak 594,17 juta unit. Secara lebih spesifik, sebanyak 512,98 juta unit (86,34%) merupakan uang elektronik berbasis server dan sebanyak 81,19 juta. Unit (13,67%) berdasarkan chip atau kartu.

Perkembangan teknologi yang sangat cepat, kehidupan masyarakat yang dinamis, dan tingkat pendidikan individu yang disertai dengan peningkatan pendapatan semuanya memiliki dampak yang signifikan terhadap perilaku

konsumsi. Pola perilaku konsumsi saat ini telah berubah dari hanya memenuhi kebutuhan primer, berkembang menjadi pemenuhan kebutuhan sekunder, tersier dan cenderung konsumtif.

Perilaku konsumsi tersebut dapat dijelaskan dengan melihat kebiasaan sasaran. Dalam situasi ini, Generasi Z cenderung menghabiskan lebih banyak uang untuk membeli sesuatu untuk memenuhi *lifestyle* daripada menabung atau berinvestasi. Menurut BPS (Badan Pusat Statistik) Indonesia, didasarkan dari hasil Sensus Penduduk menyebutkan bahwa Generasi Z adalah penduduk yang lahir di antara tahun 1997 hingga 2012, dengan perkiraan usia saat ini 10 hingga 25 tahun. Penelitian (Stillman & Stillman, 2018) menunjukkan bahwa Generasi Z merupakan generasi kerja terbaru, lahir antara tahun 1995 hingga 2012, juga dikenal sebagai generasi net atau generasi internet. Berdasarkan penelitian ini, Generasi Z berbeda dengan Generasi Y atau Generasi Milenial. Dalam bukunya "Memahami karakter generasi baru yang akan mengubah dunia kerja" menjelaskan perbedaannya, salah satu perbedaan antara Generasi Y dan Z adalah Generasi Z lebih maju secara teknologi, lebih berpikiran terbuka dan tidak peduli dengan standar.

(Noordiono, 2016) menyatakan bahwa generasi ini memiliki intuisi yang kuat terhadap teknologi, mereka dapat memahami cara menggunakan sesuatu tanpa melihat manual. *Always connected* adalah lambang generasi ini, dimanapun dan kapanpun selalu membutuhkan koneksi internet. Generasi ini sangat gemar berinteraksi dalam sesame kelompok, terutama melalui jaringan social seperti facebook, instagram, tiktok, twitter dan messenger karena juga digunakan oleh berbagai artis dan *public figure*, secara tidak langsung berkontribusi mempopulerkan dan mengenalkan produk kepada generasi Z, sehingga Generasi Z

lebih sering membeli barang untuk pemenuhan kebutuhan daripada menabung atau berinvestasi, suka membeli karena terdapat diskon untuk belanja, menggunakan uang elektronik sebagai alat pembayaran karena trendi dan mudah serta mendapatkan potongan harga atau *cash back*. Penggunaan uang elektronik (LinkAja, Brizzi, Ovo, Gopay, Dana dll) juga mempengaruhi perilaku konsumtif, karena efisiensi pembayaran memudahkan dalam penanganan uang. Gaya hidup konsumtif ini akan terus berlanjut terkecuali jika mereka memahami bagaimana mengontrol keinginan, mengelola keuangan, dan mempertahankan gaya hidup yang seimbang. Berdasarkan fenomena permasalahan generasi Z cenderung berperilaku konsumtif dapat dipengaruhi oleh kondisi internal dan eksternal individu. Menurut beberapa penelitian sebelumnya, keputusan individu tentang perilaku konsumtif dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain literasi keuangan, regulasi diri dan penggunaan uang elektronik.

Faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumsi dalam regulasi diri adalah Pengendalian terhadap keyakinan diri. Setiap orang memiliki keyakinan dan persepsi tentang segala sesuatu yang mempengaruhi mereka. Keyakinan ini disebut *locus of control* (Jufrizen & Lubis, 2020). Konsep *locus of control* menggambarkan bagaimana seorang individu menilai sejauh mana keberhasilan atau kegagalan berbagai aktivitas kehidupan disebabkan oleh faktor internal mereka sendiri atau faktor eksternal di luar kendali mereka. (Indriasari and Angreany, 2020).

Menurut sebuah studi oleh (Gathergood, 2012) menemukan bahwa kesulitan keuangan dan kurangnya pengendalian diri berkorelasi positif dengan hutang yang berlebihan. Seseorang dapat mengandalkan pengendalian diri untuk mengendalikan dirinya dan keluarganya, memungkinkannya membatasi penggunaan sumber

keuangan untuk membeli barang yang kurang bermanfaat. Berbeda dengan penelitian (Anggreini & Mariyanti, 2014) yang menemukan adanya hubungan kontrol antara pengendalian diri dengan perilaku konsumtif. (Nofsinger, 2005) mengatakan bahwa seseorang mengontrol pengeluarannya dengan melawan keinginan atau desakan untuk mengeluarkan uang terlalu banyak, atau dengan kata lain membelanjakan uang karena yang bersangkutan menginginkannya bukan membutuhkannya.

Untuk mengetahui sejauh mana *Financial literacy*, *E-money*, dan regulasi diri (*Locus of control*) mempengaruhi perilaku konsumtif generasi Z di wilayah kabupaten Mojokerto, maka penulis dengan latar belakang tersebut membuat sebuah penelitian dengan judul “**Pengaruh *Financial literacy*, *Locus of Control* dan *E-money* Terhadap Perilaku Konsumtif pada Generasi Z Di Kabupaten Mojokerto.**”

1.2. Rumusan Masalah

Dari hasil uraian diatas maka rumusan masalah adalah sebagai berikut :

1. Apakah *financial literacy*, *locus of control*, dan *e-money* berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kabupaten Mojokerto?
2. Apakah *Financial literacy* berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kabupaten Mojokerto?
3. Apakah *locus of control* berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kabupaten Mojokerto ?
4. Apakah *e-money* berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kabupaten Mojokerto?

1.3. Tujuan Penelitian

Dari hasil uraian latar belakang dan uraian masalah yang telah dipaparkan, maka tujuan penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh *financial literacy*, *locus of control* dan *e-money* secara simultan terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kabupaten Mojokerto.
2. Untuk mengetahui pengaruh *financial literacy* secara parsial terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kabupaten Mojokerto.
3. Untuk mengetahui pengaruh *locus of control* secara parsial terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kabupaten Mojokerto.
4. Untuk mengetahui pengaruh *e-money* secara parsial terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kabupaten Mojokerto.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dapat diberikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi dunia pendidikan khususnya dibidang manajemen konsentrasi keuangan dalam pengembangan khususnya perpustakaan sebagai kajian, informasi dan bahan pembanding bagi siapapun yang ingin mengangkat atau menekuni topik seperti penelitian ini.

2. Manfaat praktis

a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu dan meningkatkan pengetahuan peneliti dalam hal *financial literacy*, *locus of control*, dan penggunaan *e-money* terhadap perilaku konsumtif masyarakat. Selain itu, juga diharapkan dapat berguna sebagai bahan edukasi agar dapat hidup sukses di masa depan.

b. Bagi Universitas

Memberikan tambahan perbendaharaan keperpustakaan khususnya yang berhubungan dengan teori-teori manajemen keuangan, dan topik yang diangkat dalam penelitian ini.

c. Bagi Lembaga

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi ataupun sebagai penambah wawasan terkait pemahaman generasi Z mengenai faktor-faktor apa saja yang memengaruhi generasi Z terhadap minay berperilaku konsumtif dan dapat dijadikan bahan pertimbangan serta landasan untuk kebijakan-kebijakan yang akan diambil dimasa sekarang maupun dimasa mendatang.