

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Hidup di era modern dimana dunia yang lebih digerakkan secara finansial daripada digerakkan oleh perdagangan sebagai karakteristiknya, mengarah pada ketergantungan kualitas hidup pada kapasitas individu untuk mengelola urusan keuangan. Tanpa disadari di era modern yang serba canggih ini, manusia jadi mudah sekali memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Dari generasi atas sampai generasi Z semua mulai berbondong-bondong ikut merasakan kemudahan ini. Tapi, dibalik kemudahan yang tersaji ada dampak buruk yang timbul yaitu perilaku konsumtif. Maka dari itu dibutuhkan tingkat pengetahuan seseorang khususnya generasi milenial (anak muda) terkait dengan urusan keuangan guna membuat hidup lebih mudah ketika membuat keputusan keuangan sehari-hari atau untuk dalam hal bisnis.

Pengetahuan keuangan merupakan suatu hal yang perlu dimiliki pada zaman ini. Pengetahuan keuangan tidak semata-mata hanya digunakan pada lingkup organisasi, namun sejatinya ilmu ini bermanfaat bagi kehidupan setiap manusia. Pengetahuan akan ilmu keuangan dibutuhkan agar manusia dapat mengelola keuangannya secara efektif dan terhindar dari kekacauan dalam mengelola keuangan. Selain itu, individu dengan literasi keuangan yang rendah atau bahkan buta akan finansial, akan dipenuhi masalah keuangan dalam hidupnya, seperti memiliki utang yang menumpuk, aset yang disita,

penipuan saat berinvestasi, bahkan kebangkrutan. Pengetahuan keuangan atau *financial knowledge* adalah dasar faktor kritis dalam pengambilan keputusan keuangan (kholillah). *Financial knowledge* pada saat ini sangat dibutuhkan, karena masyarakat cenderung membeli sesuatu sesuai dengan keinginan mereka tanpa mempertimbangkan kepentingannya. *Financial knowledge* menjadi hal tak terpisahkan dalam kehidupan karena merupakan suatu alat yang berguna untuk mengambil keputusan keuangan (Orton, 2007) dalam (Rustiaria & Silvy, 2017). Pemahaman tentang *financial knowledge* mendorong seseorang untuk berperilaku yang baik dalam pengelolaan keuangannya untuk jangka panjang (Rustiaria & Silvy, 2017).

Hubungan positif antara *financial knowledge* dan financial behavior menjelaskan bahwa semakin tinggi tingkat *financial knowledge* individu maka kecenderungan untuk melakukan hidup boros semakin rendah, sejalan dengan orang dengan tingkat *financial knowledge* yang tinggi dilaporkan memiliki lebih sedikit masalah keuangan (Sandi et al., 2020).

*Financial knowledge* dapat menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan kualitas hidup individu karena lebih banyak pengetahuan tentang uang mengarah ke financial attitude yang positif terhadap kualitas hidup yang pada akhirnya mengarah pada pengambilan keputusan yang lebih baik yang dihasilkan dengan pemanfaatan sumber daya yang efektif untuk meningkatkan kualitas hidup mereka (Nicolini, 2019).

Dalam literturnya Nicolini, (2019) menegaskan bahwa financial literacy sesungguhnya disinonimkan dengan *financial knowledge*, dimana

financial literacy ataupun *financial knowledge* ialah ukuran sejauh mana seseorang memahami konsep-konsep keuangan utama dan memiliki kemampuan dan kepercayaan diri untuk mengelola keuangan pribadi melalui pengambilan keputusan jangka pendek yang tepat dan pengambilan keputusan yang sehat dan perencanaan keuangan jangka panjang, sambil memperhatikan peristiwa kehidupan dan kondisi ekonomi yang terus berubah.

Sehubungan dengan fenomena pengetahuan keuangan yang ada pada masyarakat, CNN Indonesia melansir bahwa perilaku konsumtif yang sering dilakukan oleh kaum milenial dipengaruhi oleh budaya digital dan maraknya penggunaan internet. Peran internet yang cukup penting dalam kehidupan anak muda menjadi latar belakang terjadinya budaya konsumtif tersebut. Dengan kehadiran internet, berbagai macam transaksi dapat menjadi lebih praktis, baik dalam hal transportasi, memesan makanan, pergi jalan-jalan, belanja pakaian maupun kebutuhan sehari-hari. Adapun faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif antara lain: motivasi, proses belajar dan pengalaman, kepribadian dan konsep diri, keadaan ekonomi, gaya hidup, sikap, keluarga, serta teman sebaya. Selain itu, perilaku konsumtif dipengaruhi oleh banyak faktor salah satunya kontrol diri (Chrisnawati & Abdullah, 2011). Mahasiswa dengan kemampuan kontrol diri yang baik akan mampu mengatur perilaku dan menghadapi stimulus (Arumsari, 2016).

Berdasarkan hasil penelitian (Alexander & Satria, 2019) *financial knowledge* berpengaruh positif serta signifikan terhadap financial behavior. Pengaruh positif ini membuktikan bahwa semakin besar pengetahuan yang

dimiliki oleh individu, maka semakin baik pula perilaku keuangan individu tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden memiliki tingkat *financial knowledge* yang tinggi karena responden berprofesi sebagai dosen, dimana dosen adalah profesi pendidik tentunya memiliki tingkat literasi dan pengetahuan yang mumpuni dan memiliki tingkat pendidikan minimal S2. Tingkat pendidikan yang tinggi akan menghasilkan pengetahuan keuangan yang lebih baik, sehingga individu cenderung mempunyai perilaku keuangan yang lebih baik juga. Hasil penelitian ini serupa dengan penelitian terdahulu oleh Perry & Morris (2005), Grable et al (2009), Ida & Dwinta (2010) dan Arifin (2017) bahwa *financial knowledge* dapat secara positif mempengaruhi *financial behavior* individu.

Adapun hasil penelitian Rizkiawati & Asandimitra (2018) yang menunjukkan bahwa *financial knowledge* tidak mempengaruhi *financial management behavior*. Hal ini disebabkan karena responden pada penelitian ini berasal dari latar belakang yang berbeda-beda sehingga tidak semuanya memiliki pengetahuan keuangan yang baik. Hasil penelitian ini serupa dengan penelitian Kholilah dan Iramani (2013), Herdjiono dan Damanik (2016), Lianto dan Elizabeth (2017) yang menunjukkan bahwa *financial knowledge* tidak berpengaruh terhadap *financial management behavior*.

Perilaku konsumtif yang dialami oleh generasi muda dapat mengakibatkan berbagai hal, salah satunya adalah kondisi keuangan yang buruk karena uang terus menerus dipakai tanpa tujuan yang jelas, misalnya dihabiskan untuk mengikuti tren- tren yang sedang populer. Fenomena ini

sesuai dengan definisi perilaku konsumtif menurut (Pulungan & Febriaty, n.d.), yang mana perilaku konsumtif ialah melakukan pembelian produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi serta membeli produk atas pertimbangan harga, bukan karena manfaat atau kegunaannya. Jika hal ini dibiarkan, maka generasi muda akan menjadi sosok yang hanya mementingkan kepuasan diri sendiri. Oleh karena itu, ada baiknya generasi muda dapat mengontrol keuangannya untuk dapat digunakan pada pengeluaran yang lebih bermanfaat agar tidak terciptanya perilaku konsumtif yang semakin membesar dan membawa pengaruh-pengaruh buruk lainnya.

*Financial Management Behavior* adalah kemampuan seseorang dalam mengatur (perencanaan, pengendalian, pencarian dana, dan penyimpanan) dana keuangan sehari-hari. Munculnya perilaku pengelolaan keuangan, merupakan dampak dari besarnya hasrat seseorang untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sesuai dengan tingkat pendapatan yang diperoleh (Kholilah dan Iramani, 2013:70). Apabila seseorang melakukan proses pengelolaan keuangan dengan cara produktif, maka akan berdampak pada kehidupan yang lebih baik di masa yang akan datang. Cara terbaik untuk memperbaiki perilaku ini adalah dengan cara memperbaiki perilaku yang baik sejak kecil termasuk perilaku pengelolaan keuangan (*Financial management behavior*). *Financial management behavior* berhubungan erat dengan perilaku konsumsi individu atau masyarakat.

Adapun literasi keuangan (*financial literacy*) yang kian mendapatkan perhatian di banyak negara maju semakin menyadarkan betapa kepada kita

betapa pentingnya tingkat ‘melek’ keuangan. Di beberapa negara, literasi keuangan bahkan sudah dicanangkan menjadi program nasional. Adapun *financial well literate* atau yang atau tingkat literasi finansial di mana seseorang yang memiliki pengetahuan tentang produk dan jasa lembaga keuangan, termasuk memahami risiko, hak dan kewajibannya, serta memiliki keterampilan menggunakan produk dan jasa lembaga keuangan (Anwar et al., n.d.). Namun, hasil riset secara umum menunjukkan bahwa masih terjadi tingkat literasi keuangan yang rendah di negara-negara maju dan terlebih lagi di negara-negara sedang berkembang termasuk Indonesia. Kondisi ini merupakan masalah yang cukup serius mengingat literasi keuangan berpengaruh positif terhadap inklusi dan perilaku keuangan.

Peningkatan indeks literasi dan inklusi keuangan merupakan hasil kerja sama yang terjalin baik antara OJK, Kementerian/lembaga terkait, Industri Jasa Keuangan dan berbagai pihak lainnya, baik dalam wadah Dewan Nasional Keuangan Inklusif maupun Tim Percepatan Akses Keuangan Daerah (TPAKD) yang jumlahnya mengalami kenaikan dari 171 di tahun 2019 menjadi 462 TPAKD di tahun 2022.

Pandemi di awal tahun 2020 menjadi salah satu pendorong untuk mengakselerasi transformasi digital dalam edukasi keuangan yang memungkinkan edukasi keuangan dilakukan secara lebih masif dan *borderless*. Bauran strategi edukasi keuangan secara tatap muka (*luring*) dan daring maupun penguatan aliansi strategis akan menjadi strategi kunci dalam mengakselerasi peningkatan literasi dan inklusi keuangan.

Di tahun 2023, fokus OJK untuk meningkatkan literasi keuangan masyarakat Indonesia tertuang dalam Arah Strategis Literasi Keuangan Tahun 2023 adalah Membangun Literasi Keuangan Masyarakat Desa Melalui Aliansi Strategis dengan Kementerian/Lembaga Terkait, Perangkat Desa dan penggerak PKK Desa, dan Mahasiswa KKN.

Berdasarkan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2022. SNLIK 2022 dilaksanakan mulai Juli hingga September 2022 di 34 provinsi yang mencakup 76 kota/kabupaten dengan jumlah responden sebanyak 14.634 orang yang berusia antara 15 s.d. 79 tahun. Sebagaimana tahun 2016 dan 2019, SNLIK 2022 juga menggunakan metode, parameter dan indikator yang sama, yaitu indeks literasi keuangan yang terdiri dari parameter pengetahuan, keterampilan, keyakinan, sikap dan perilaku, sementara indeks inklusi keuangan menggunakan parameter penggunaan (*usage*). Dari sisi *gender*, untuk pertama kalinya, indeks literasi keuangan perempuan lebih tinggi yakni sebesar 50,33 % dibanding laki-laki 49,05 %. Pada tahun 2020 s.d. 2022, OJK menjadikan perempuan sebagai sasaran prioritas dalam arah strategis literasi keuangan ([www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id)).

SNLIK 2022 juga mengukur tingkat literasi dan inklusi keuangan syariah. Hasil yang diperoleh menunjukkan indeks literasi keuangan syariah masyarakat Indonesia meningkat dari 8,93 % di tahun 2019 menjadi 9,14 % di tahun 2022.

Hasil SNLIK 2022 menunjukkan indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia sebesar 49,68 %, naik dibanding tahun 2019 yang hanya 38,03 %.

Sementara indeks inklusi keuangan tahun ini mencapai 85,10 % meningkat dibanding periode SNLIK sebelumnya di tahun 2019 yaitu 76,19 %. Hal tersebut menunjukkan gap antara tingkat literasi dan tingkat inklusi semakin menurun, dari 38,16 % di tahun 2019 menjadi 35,42 % di tahun 2022.

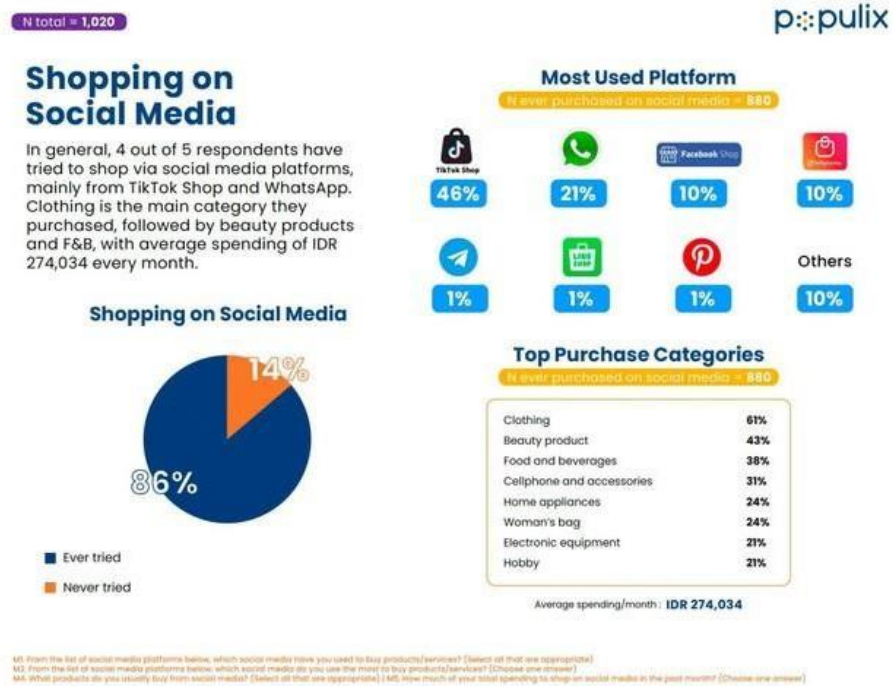
Menurut Chiao & Connie (2016), kemunculan Internet sebagai salah satu teknologi komunikasi modern yang paling penting telah mendukung promosi dan pertumbuhan e-commerce. Serta organisasi bisnis telah mengakui nilai e-commerce dalam memajukan daya saing, memasarkan produk dan layanan, serta membagikan informasi instan kepada pelanggan.

Adapun hasil penelitian yang dilansir dari [www.optika.id](http://www.optika.id) bahwa Indonesia memiliki tingkat penggunaan e-commerce tertinggi di dunia. Sebesar 90% pengguna berusia 16-64 tahun membeli produk dan layanan secara online. Jumlah visitor setiap bulan di e-commerce tiktok ialah 126.996.000. Tiktok shop sendiri paling banyak diakses melalui mobile 52,4% dan desktop 11,3%, dengan rata-rata durasi kunjungan selama 6 menit 30 detik.

Begitupula laporan dari Populix yang bertajuk "*The Social Commerce Landscape in Indonesia*" pada bulan september 2022 mengungkap bahwa 86% responden pernah berbelanja social commerce. Platform paling banyak digunakan adalah TikTok Shop (45%), diikuti WhatsApp (2 %), Facebook Shop (10%), dan Instagram Shop (10%). Pengguna tiktok TikTok Shop didominasi oleh perempuan, sementara laki-laki khususnya yang berusia 36-45 tahun. Berdasarkan sisi demografi, Surabaya menjadi pengguna paling banyak yakni sebesar 59%, lalu diikuti oleh Medan sebesar 55%, dan Jakarta sebesar



54%. Populix juga menyatakan bahwa kedepannya perempuan berusia 18-25 tahun akan terus mendominasi pengguna TikTok Shop.



**Gambar 1.1 Survei Belanja Media Sosial (Social Commerce) Populix**

Sumber: [www.kumaran.id](http://www.kumaran.id)

Lalu di dalam laporan survei berjudul “*The Social Commerce Landscape in Indonesia*” tersebut juga terungkap bahwa pakaian merupakan kategori produk dengan tingkat pembelian tertinggi oleh masyarakat melalui platform media sosial sebesar 61%. Kemudian diikuti produk kecantikan sebesar 43 %, makanan dan minuman sebesar 38%, serta handphone dan aksesoris sebesar 31%. Kategori- kategori dengan penjualan tertinggi di TikTok Shop ini termasuk kedalam kebutuhan sekunder dan tersier, yang mana hal ini mengindikasikan bahwa pelanggan TikTok Shop memiliki perilaku konsumtif.

Berangkat dari maraknya perilaku konsumtif di kalangan masyarakat, maka memiliki literasi keuangan yang baik itu penting sekali. Karena tanpanya, sulit sekali untuk mengendalikan pengeluaran. Terlebih, kemajuan teknologi pada zaman ini membuat segala hal menjadi praktis, sehingga banyak hal bisa didapatkan dengan cepat dan mudah dijangkau, yang mana dapat menimbulkan naiknya tingkat konsumtif masyarakat. Selain pengetahuan keuangan, pengendalian diri juga merupakan salah satu hal yang dibutuhkan guna meningkatkan kemampuan untuk mengelola keuangan.

Menurut Pradiningtyas & Lukiastuti (2019) *locus of control* ialah sikap seseorang yang meyakini bahwa apa yang terjadi dalam dirinya merupakan akibat dari tindakannya sendiri. *Locus of control* adalah suatu konsep yang mengarah pada keyakinan individu mengenai peristiwa yang terjadi dalam hidupnya. *Locus of control* menggambarkan seberapa jauh seseorang melihat hubungan antara perbuatan yang dilakukan (*action*) dengan hasil/akibat. *Locus of control* berhubungan dengan sikap kerja dan citra diri seseorang (Widyaninggar, 2014). Agar seseorang memiliki perilaku keuangan yang baik maka harus didasari pada *locus of control* pengendalian diri yang baik pula. Dengan adanya *locus of control*, seorang individu akan berpikir dengan matang dalam mengatur keuangannya untuk persiapan kehidupan di masa depannya.

Hal ini sesuai dengan Teori Perilaku Terencana atau Theory of Planned Behavior (TPB) yang menjelaskan mengenai hubungan antara sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan terhadap niat dan perilaku seseorang (Ajzen, 1991). Dalam teori ini terdapat dimensi kontrol perilaku

yang dirasakan, yang mengacu pada kepercayaan individu tentang kemampuannya untuk mengontrol perilaku tersebut. Kontrol perilaku yang dirasakan dapat mempengaruhi niat dan perilaku seseorang, bahkan jika sikap dan norma subjektifnya mendukung perilaku tersebut.

Adapun kesenjangan dari beberapa hasil penelitian terdahulu, yang pertama yaitu menurut Pradiningtyas & Lukiastuti (2019) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan Keuangan dan Sikap Keuangan terhadap *Locus of control* dan Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Ekonomi” menyatakan bahwa variabel pengetahuan keuangan mempunyai pengaruh positif terhadap variabel perilaku pengelolaan keuangan. Namun, dalam penelitian Rizkiawati & Asandimitra (2018) yang berjudul “Pengaruh Demografi, *Financial knowledge*, Financial Attitude, *Locus of control* Dan *Financial Self-Efficacy* Terhadap *Financial management behavior* Masyarakat Surabaya” menyatakan bahwa *financial knowledge* tidak berpengaruh terhadap *financial management behavior*.

Selanjutnya yaitu hasil penelitian dari Fuji & Widiyanto (2022) dalam penelitiannya yang berjudul “Peran *Locus of control* sebagai Variabel Moderasi untuk Memperkuat Hubungan Financial Attitude dan *Financial knowledge* terhadap *Financial management behavior* (studi Kasus UKM Batik Pekalongan)” menyatakan bahwa *Financial knowledge* tidak berpengaruh terhadap *financial management behavior* serta moderasi *locus of control* terhadap *Financial knowledge* berpengaruh signifikan terhadap *Financial Management Behavior*. Adapun penelitian dari Dewanti & Asandimitra (2021)

dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh *Financial Socialization*, *Financial knowledge*, *Financial Experience* Terhadap *Financial management behavior* dengan *Locus of control* sebagai Variabel Mediasi Pada Pengguna Paylater” menyatakan bahwa *financial knowledge* dan *locus of control* berpengaruh terhadap *financial management behavior*, serta *locus of control* tidak mampu memediasi hubungan antara *financial knowledge* terhadap *financial management behavior*.

Dewasa ini, banyak sudah cara-cara mengatur keuangan yang dapat kita pedomani dari tokoh-tokoh sukses. Mungkin dahulu kita hanya berfokus pada bekerja dan menghasilkan banyak uang, namun belum memahami bagaimana caramengatur uang yang kita dapatkan. Sering kali kita mendapati diri kita sudah kehabisan uang di akhir bulan tanpa sadar kemana saja pengeluaran tersebut kita gunakan. Untuk itulah pentingnya manajemen keuangan, tentunya dimulai dari manajemen gaya hidup kita. Keputusan untuk mengatur keuangan pun membutuhkan komitmen dan konsistensi pada diri sendiri. Apapun metodenya, tentunya harus disesuaikan dengan kebutuhan dan prioritas. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk membuat penelitian dengan judul “Peran Moderasi *Locus Of Control* Pada Hubungan *Financial Knowledge* Terhadap *Financial Management Behavior*”

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apakah terdapat pengaruh *financial knowledge* terhadap *financial management behavior*?

2. Apakah locus of control memoderasi pengaruh *financial knowledge* terhadap *financial management behavior*?

### **1.3 Tujuan**

1. Guna menganalisis secara empiris pengaruh *financial knowledge* terhadap *financial management behavior*.
2. Guna menganalisis secara empiris kemampuan locus of control dalam memoderasi dan memediasi pengaruh *financial knowledge* terhadap *financial management behavior*.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak diantaranya:

1. Manfaat Teoretis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran secara teoretis dan ilmiah dalam lingkup perilaku keuangan terkait *financial knowledge*, *financial management behavior*, dan *locus of control*. Penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk peneliti-peneliti selanjutnya.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi sebagai acuan bagi penelitian-penelitian mendatang yang akan datang mengenai pemahaman *financial knowledge* terhadap *financial management behavior* dengan locus of control.

### b. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai sumber informasi atau bahan evaluasi mengenai financial knowledge terhadap *financial management behavior* dengan locus of control.