

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dewasa ini, budaya konsumtif merupakan salah satu fenomena sosial yang masih menjadi sorotan bagi beberapa *stakeholders* baik di tingkat global hingga regional. Terdapat individu hingga masyarakat yang beranggapan bahwa budaya konsumtif merupakan hal yang tidak perlu dilebih-lebihkan mengingat hal demikian sudah menjadi salah satu bagian dari gaya hidup (*lifestyle*) hampir setiap individunya. Hal tersebut secara kasat mata dapat ditelisik salah satunya dengan melihat bagaimana kebiasaan individu tersebut menjalani kehidupan sehari-harinya. Apabila ia cenderung mengeluarkan uang lebih banyak daripada yang mereka peroleh dengan dalih kebutuhan *lifestyle*, maka kebiasaan tersebut dapat dikategorikan sebagai salah satu penyebab perilaku konsumtif (Amelia, 2021). Adapun perilaku konsumtif seperti ini telah menjadi kebiasaan bagi masyarakat Indonesia, khususnya bagi masyarakat dalam rentang tahun kelahiran 1997 - 2007 atau seringkali disebut sebagai Generasi Z. Apabila merujuk data dari *Statistical Yearbook of Indonesia* dari Badan Pusat Statistik Indonesia pada Februari 2023, Generasi Z merepresentasikan sekitar 27,94% dari total populasi Indonesia (Badan

Pusat Statistika, 2023).

Generasi Z dapat berdampak cukup signifikan terhadap bagaimana pergerakan masyarakat Indonesia dalam menjalani kehidupan sehari-harinya. Korelasi antara perilaku konsumtif dengan Generasi Z sering dikaitkan dengan kecenderungan Generasi Z untuk mencari kesenangan, mengikuti tren saat ini, menjalani gaya hidup mewah, dan hidup yang berdasarkan keinginan (Tiara et al., 2024). Perilaku konsumtif dapat muncul dalam berbagai bentuk seperti membeli kosmetik, perawatan kulit, makanan, pakaian, hingga barang-barang lainnya yang dapat menunjang penampilan. Hal ini menjadi beberapa alasan bagi Generasi Z untuk lebih adaptif dengan zaman namun tetap memenuhi segala bentuk keinginannya yang mana lebih banyak daripada apa yang dibutuhkan.

Dalam lingkungan saat ini, gaya hidup dan penampilan merupakan faktor yang signifikan, terutama bagi Generasi Z. Seringkali, tindakan yang diambil sebagian besar untuk memuaskan keinginan dan mencapai status daripada karena kebutuhan. Generasi Z memiliki kecenderungan untuk membeli barang, atau yang dikenal sebagai belanja, karena mereka menempatkan nilai yang lebih tinggi pada penampilan. Kata “belanja” sering digunakan dalam percakapan sehari-hari dalam kaitannya dengan keadaan ekonomi. Oleh karenanya, perilaku konsumtif dapat juga mendeskripsikan perilaku belanja yang berlebihan (Tiara et al., 2023).

Generasi Z merupakan salah satu kelompok usia dan

pengelompokan demografis yang dapat menunjukkan gaya hidup konsumtif yang mana dipengaruhi oleh berbagai alasan. Salah satu alasan tersebut adalah kemudahan berbelanja secara daring atau *online*. (Uinsu et al., 2023) mengatakan dalam penelitiannya bahwa baik pelanggan pria maupun wanita percaya bahwa membeli secara *online* itu lebih nyaman dan efisien dibandingkan secara langsung. Adapun pengamatan mereka juga menjelaskan bahwa kaum perempuan lebih banyak menghabiskan waktu untuk berbelanja *online* daripada laki-laki. Perempuan cenderung membuka aplikasi belanja *online* hanya untuk melihat-lihat berbagai penawaran dan produk yang tersedia, tanpa berniat melakukan pembelian.

Apabila dilihat dari perspektif psikologis, perilaku konsumtif umumnya membuat seseorang merasa tidak nyaman dan gelisah. Hal ini diakibatkan oleh Generasi Z yang merasa terdorong untuk membeli barang yang mereka inginkan namun tidak memiliki kondisi keuangan yang memadai dengan keinginan tersebut. Maka Generasi Z cenderung akan mengalami kegelisahan sebagai akibat dari keinginan mereka yang tidak terpenuhi tersebut (Prihastuty, 2024).

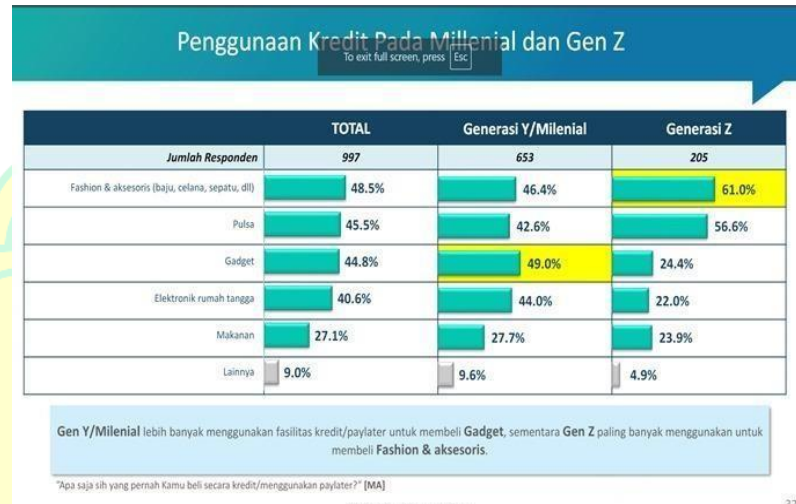
Di sisi lain, fenomena ini dapat diminimalisir. Dalam penelitiannya, Rahmawati dan Putri (2022) mengatakan bahwa literasi keuangan dapat menjadi salah satu metode dalam mempengaruhi perilaku konsumtif mengingat literasi keuangan merupakan pembelajaran atas

bagaimana pengelolaan finansial yang ideal bagi setiap individunya. Secara detilnya, kemampuan untuk memahami bagaimana uang berfungsi, bagaimana mendapatkannya, bagaimana mengelolanya, dan bagaimana menginvestasikannya merupakan literasi keuangan.

Bilamana seseorang mempelajari literasi keuangan secara baik, maka pemikiran rasionalitas pun akan timbul. Dan apabila rasionalitas semakin tinggi maka perilaku konsumtif dapat terminimalisir dengan sendirinya. Hal ini dijustifikasi oleh penelitian Gustika et al. (2024) yang menemukan bahwa timbulnya hubungan positif antara rasionalitas sebagai dasar pertimbangan dalam mengambil sebuah keputusan termasuk halnya dalam hal ini perilaku konsumtif.

Adapun Generasi Z telah belajar banyak tentang literasi keuangan seperti manajemen keuangan secara umum melalui pengajaran di kelas, seminar, hingga layanan masyarakat. Namun dalam praktiknya, hal ini tidak sesuai dengan harapan pada awalnya. Generasi Z hampir tidak pernah menggunakan informasi manajemen keuangan yang mereka pelajari dalam kehidupan sehari-hari (Prihastuty, 2024). Situs dari Katadata (2023) mengatakan juga bahwa perilaku Generasi Z dalam mengatur keuangannya masih dapat dikatakan belum baik, terbukti dari penggunaan kartu kreditnya Generasi Z yang mencapai angka 61% dengan menghabiskan uangnya untuk kebutuhan seperti *fashion* (mode)

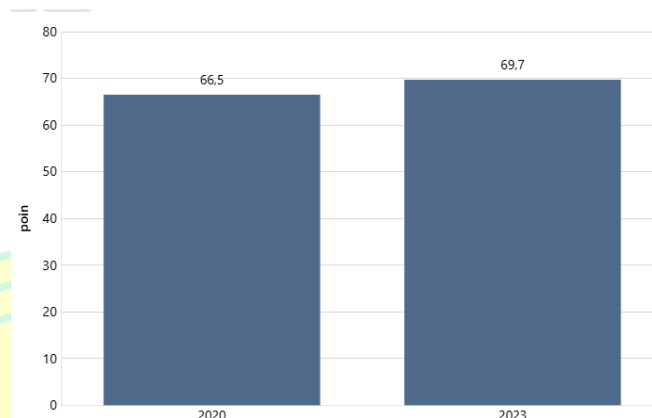
dan aksesoris.



Gambar 1.1 Penggunaan Kredit Gen Z

Sumber : Katadata (2023)

Apabila merujuk hasil riset dari Katadata *Insight Center* (KIC) yang menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan Indonesia mencapai 69,7 poin dari skala 0-100 poin pada 2023. Nilai ini meningkat dari 2020 yang sebesar 66,5 poin pada 2020. Ada tiga komponen penilaian literasi keuangan. Pertama, perilaku keuangan (*behavior*) dengan skor 34,3 poin dari skala 0-45 poin. Kedua, pengetahuan keuangan (*knowledge*) sebesar 23,3 poin dari skala 0-35 poin. Ketiga, sikap terkait keuangan (*attitude*) sebesar 12,1 poin dari skala 0-20 poin (Katadata, 2023).



Gambar 1.2 Indeks Literasi Keuangan Indonesia 2020 dan 2023

Sumber: Katadata

Berdasarkan indeks literasi keuangan Indonesia di tahun 2023 mengalami kenaikan dibandingkan 2020. Namun apabila membandingkan dengan literasi keuangan dalam lingkup organisasi ASEAN, Indonesia masih memiliki literasi keuangan yang relatif rendah dibandingkan dengan negara-negara ASEAN lainnya (World Bank, 2021). Hal ini menjadi miris mengingat perekonomian suatu negara akan mengalami kemajuan apabila masyarakat memiliki literasi keuangan yang baik (Wahyuni dan Kinanti, 2023).

Fenomena ini menarik Pemerintah mengingat rendahnya tingkat literasi keuangan di kalangan masyarakat Indonesia. Padahal, hal ini dapat mempengaruhi kehidupan sehari-hari, terutama dalam hal pengambilan keputusan yang dapat berpengaruh kepada aspek perekonomian secara makro. Berawal dari pengambilan keputusan yang buruk dapat menimbulkan manajemen keuangan yang buruk, sehingga berujung pada

perilaku konsumtif (Gustika, 2024).

Setiap negara memiliki organisasi khusus yang bertanggung jawab untuk menawarkan inisiatif literasi keuangan kepada warganya; di Indonesia, organisasi ini adalah Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Merujuk hasil survei pada tahun 2022 dari OJK, Literasi Keuangan di Daerah Khusus Jakarta hanya mencapai persentase 52% meskipun inklusi keuangan adalah yang terbaik dibandingkan dengan provinsi lainnya. Dengan kata lain, provinsi Daerah Khusus Jakarta mengetahui adanya Literasi Keuangan dengan baik namun tidak memahami dan/atau mengimplementasikannya secara optimal (Otoritas Jasa Keuangan, 2022).



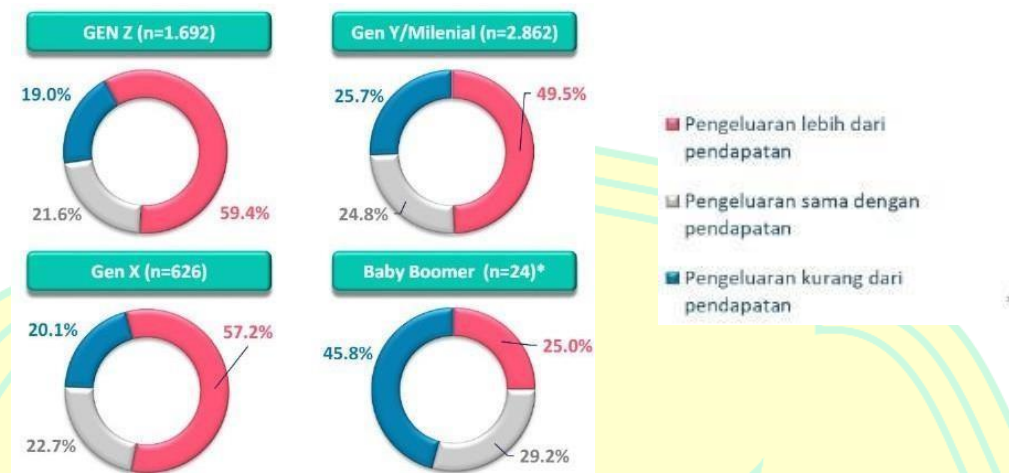
Gambar 1.3 Literasi dan Inklusi Keuangan Indonesia 2022

Sumber : Survei Otoritas Jasa Keuangan (2022)

Upaya dalam menangani fenomena di atas, OJK menerbitkan salah satu program yakni Sosialisasi Literasi Keuangan. Dengan menargetkan generasi muda seperti Generasi Z yang mana dapat mencakup pelajar, harapannya para kaum terdidik ini dapat mengelola keuangan mereka secara bertanggung jawab yang akan bermanfaat bagi negara secara keseluruhan dan juga bagi diri mereka sendiri (Wahyuni dan Kinanti, 2023).

Maka dari itu, dapat ditelisik bahwa adanya pengaruh dari literasi keuangan terhadap gaya hidup dan pengelolaan keuangan seseorang yang bahkan secara masif dapat mempengaruhi perekonomian bangsa. Maris et al. (2021); Gustika et al. (2023); Pamella dan Darmawan (2022); Rozaq et al. (2024); Ritakumalasari (2021) secara bersama-sama menyatakan bahwa seseorang dengan pengetahuan keuangan yang baik, cenderung memiliki kebijakan dan rasa tanggung jawab dalam mengambil keputusan keuangan. Selain itu, mereka mampu menentukan keuangannya dengan jelas dan sesuai berdasarkan visi dan misi yang mereka miliki, sehingga mereka mampu memilih produk yang dapat menguntungkan Gustika et al., (2023). Gahagho et al. (2021) dan Muntahanah et al. (2021) berpendapat lain yakni pengelolaan keuangan tidak dapat dipengaruhi oleh literasi keuangan karena tidak akan turut serta dalam melakukan pengelolaan keuangan yang baik, kecuali dengan adanya faktor lain seperti adanya kontrol diri yang baik pada setiap individu.

Meski demikian, seseorang dengan literasi keuangan yang belum cukup baik cenderung lebih sering mengeluarkan uang karena perilaku konsumtif yang mereka miliki, sehingga mereka bukan hanya mengeluarkan uang untuk kebutuhan hidup saja melainkan juga untuk keinginan hidup yang sifatnya sementara (Andreapuspa, 2022). Tidak hanya itu, mereka cenderung memiliki pengelolaan keuangan yang kurang efektif. Hal tersebut akan menyebabkan minat menabung dan investasi yang rendah, pencatatan keuangan yang tidak teratur dan lebih suka melakukan utang. Adanya literasi keuangan yang baik pada diri seseorang belum tentu menjadikan pengelolaan keuangannya menjadi baik pula. Fenomena ini dapat dijustifikasi dari survei dari situs Katadata (2023) yang mengatakan bahwa Generasi Z dibandingkan generasi lainnya cenderung melakukan transaksi pengeluaran yang lebih banyak daripada pendapatannya dengan persentase 59,4% yang mana dapat ditinjau dari gambar berikut:



Gambar 1.4 Perbandingan Pendapatan & Pengeluaran Bulanan Berdasarkan Usia & SES

Sumber: Survei Katadata (2023)

Maka daripada itu, tinggi rendahnya gaya hidup seseorang juga akan berpengaruh melalui kontrol pengeluaran diri (*spending self-control*). Syaliha (2022) dan Prihastuty (2024) mengatakan demikian bahwa pengelolaan keuangan dapat dipengaruhi oleh gaya hidup. Seseorang dengan gaya hidup yang tinggi cenderung memiliki pengelolaan keuangan yang rendah. Hal tersebut dikarenakan adanya perilaku konsumtif dari individu yang bersangkutan. Akan tetapi, penelitian yang dilakukan oleh Andreapuspa (2022) menemukan hasil berbeda yang menyatakan bahwasanya pengelolaan keuangan tidak dapat dipengaruhi oleh gaya hidup. Hal ini dikarenakan gaya hidup yang tinggi pada diri seseorang belum tentu memberikan dampak yang buruk terhadap pengelolaan keuangan mereka, dan seseorang dengan gaya

hidup yang rendah belum bisa dikatakan memiliki pengelolaan keuangan yang baik.

Namun sebagian beranggapan bahwasanya meskipun gaya hidup seseorang tinggi dan modern, mereka juga mengelola keuangannya dengan baik seperti tetap melakukan aktivitas menabung, berinvestasi, merencanakan keuangan dengan baik dan lain sebagainya. Hanya saja akan lebih baik apabila seseorang ingin memiliki pengelolaan keuangan yang baik maka harus memperhatikan gaya hidup mereka. Maka, mereka akan terhindar dari perilaku konsumtif.

Dalam kaitannya dengan perilaku konsumtif, kontrol diri atau *spending self-control* berperan dalam mengarahkan dan mengatur individu untuk membelanjakan sesuatu. Individu dengan kontrol diri yang baik juga diharapkan mampu mengatur keuangan dan membelanjakannya sesuai kebutuhan serta lebih percaya diri dengan penampilan (Mei et al., 2024). Kontrol diri memungkinkan orang untuk tetap berkomitmen pada tujuan jangka panjang, menabung lebih banyak, membelanjakan lebih sedikit, mengelola keuangan dengan lebih baik, menahan godaan, dan menghindari kepuasan instan (Yolanda et al., 2024). Oleh karena itu, kemampuan seseorang untuk melakukan pengendalian diri memengaruhi sejauh mana perilaku keuangan dan konsumsi dapat dikontrol dan, selanjutnya, tingkat kesejahteraan (atau ketidaksejahteraan) keuangan yang dialami.

Secara lebih spesifik, *Spending Self Control* (SSC), yaitu pengaturan pengeluaran yang berhubungan dengan keyakinan dan keputusan yang selaras dengan standar atau tujuan yang dibuat sendiri, menyediakan jalan yang kaya untuk penyelidikan lebih lanjut karena SSC juga berkontribusi terhadap keuangan (Laureane et al., 2024). Berdasarkan fenomena ini, dengan mempertimbangkan hasil yang bervariasi dari penelitian terdahulu yang menghasilkan temuan positif dan negatif, peneliti tertarik untuk mengkaji apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel literasi keuangan dan *spending self-control* terhadap gaya hidup generasi Z di Daerah Khusus Jakarta dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan dan *Spending Self-Control* terhadap Gaya Hidup Generasi Z di Daerah Khusus Jakarta”.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berlandaskan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian adalah sebagai berikut :

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh langsung dan positif signifikan terhadap Gaya Hidup Generasi Z di Daerah Khusus Jakarta?
2. Apakah *spending self-control* langsung dan positif signifikan terhadap Gaya Hidup generasi Z di Daerah Khusus Jakarta?
3. Apakah Literasi Keuangan dan *Spending self-control* secara bersama-sama langsung dan positif signifikan terhadap Gaya Hidup Generasi Z

di Daerah Khusus Jakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Berlandaskan uraian rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung dan positif signifikan literasi keuangan terhadap gaya hidup.
2. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung dan positif signifikan *spending self-control* terhadap gaya hidup.
3. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung dan positif signifikan literasi keuangan dan *spending self-control* terhadap gaya hidup.

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam penyusunannya, penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat baik secara teoretis ataupun praktis. Beberapa manfaat dalam penelitian ini yang dapat diperoleh yaitu sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Hasil perhitungan dan analisis dari penelitian ini dapat memberikan kontribusi untuk meningkatkan wawasan serta memperkaya bidang pengetahuan tentang keuangan dan dapat dijadikan sebagai rujukan bagi peneliti lainnya dalam melakukan penelitian terkait pengaruh literasi keuangan dan *spending self-control* terhadap gaya hidup.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman teknis dan pengaplikasiannya secara mendalam tentang pengaruh literasi keuangan dan *spending self-control* terhadap gaya hidup. Selain itu, diharapkan juga mampu memberikan wawasan untuk mengelola keuangan pribadi dengan lebih baik dan mengurangi pengeluaran yang tidak direncanakan.

3. Manfaat Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan wawasan sekaligus melengkapi beberapa penelitian terdahulu yang membahas isu yang serupa dan relevan sehingga dapat dijadikan sebagai referensi bagi penelitian kedepannya.