BAB I

PENDAHULUAN

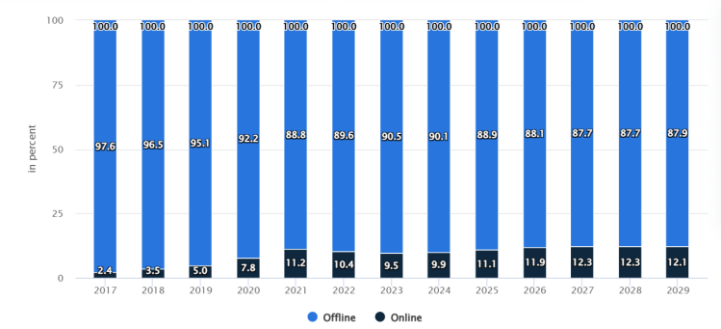
1.1 Latar Belakang Penelitian

Generasi milenial kini menghadapi tantangan finansial yang unik, salah satunya menjadi bagian dari generasi *sandwich*. Generasi *sandwich* adalah individu yang berada di posisi terjepit antara menanggung beban finansial untuk orang tua yang menua dan anak-anak atau keluarga muda yang masih membutuhkan biaya hidup dan pendidikan. Dalam menghadapi tekanan finansial tersebut, banyak milenial mencari pelarian atau kenyamanan melalui aktivitas konsumsi, termasuk belanja daring.

Di tengah situasi tersebut, kemajuan teknologi memberikan kemudahan dalam bertransaksi melalui berbagai *platform* belanja daring. Pandemi COVID-19 semakin memperkuat kebiasaan ini, di mana masyarakat dipaksa beradaptasi dengan aktivitas daring, termasuk belanja *online*. *E-commerce* seperti Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak, serta layanan pembayaran digital seperti OVO, GoPay, dan Dana semakin mendominasi pola konsumsi masyarakat. Kemudahan akses ini memicu perilaku konsumtif, terutama pada milenial, yang melakukan pembelian impulsif dipicu oleh stres, kecemasan, dan dorongan emosional lain pasca-pandemi

Hal ini juga ditunjukkan oleh data dalam Gambar 1.1 Saluran Penjualan, yang diambil dari Wawasan Pasar Statista, menggambarkan distribusi kanal penjualan dengan dominasi *platform digital*. Gambar ini digunakan untuk memperkuat argumen bahwa perilaku konsumtif saat ini banyak terjadi melalui saluran digital. Meskipun pandemi telah berakhir, tren konsumtif ini tetap berlanjut bahkan semakin intensif,

memperlihatkan tantangan dalam menyeimbangkan keinginan pribadi dengan kebutuhan finansial jangka panjang. Hal ini juga didukung dengan penelitian terdahulu yang mengatakan bahwa perlika konsumtif adalah perilaku membeli yang berulang sebagai bentuk respons dari faktor emosional (Tarka et al., 2022).



Gambar 1.1 Saluran Penjualan Melalui Platform Digital

Sumber: Wawasan Pasar Statista (2023)

Perilaku konsumtif semakin menjadi perhatian karena sering kali ditandai oleh tindakan membeli yang dilakukan secara berulang dan tidak terkendali (Grant & Chamberlain ; Thomas et al). Fenomena ini tidak hanya berkaitan dengan kebutuhan ekonomi, tetapi juga dipengaruhi oleh kondisi emosional seseorang, seperti kecemasan atau tekanan psikologis. Dalam konteks ini, dorongan untuk membeli lebih banyak muncul bukan karena kebutuhan nyata, melainkan sebagai pelarian dari kondisi emosional tertentu.

Di tengah dinamika sosial dan ekonomi DKI Jakarta, generasi milenial menghadapi tantangan besar dalam mengelola keuangan pribadi, yang sering kali berkonflik dengan keinginan untuk memenuhi kebutuhan emosional atau sosial melalui pembelian barang-barang konsumtif. Gaya hidup konsumtif yang berkembang di kalangan generasi milenial sering kali memperburuk kondisi keuangan mereka, terutama dengan pengaruh media sosial yang mendorong konsumsi

barang-barang mewah atau pengalaman tertentu, seperti gadget terbaru atau liburan mewah.

Pada laporan We Are Social dan Hootsuite (2023), generasi milenial di Indonesia menghabiskan rata-rata 4,3 jam per hari di media sosial, banyak di antaranya digunakan untuk belanja daring. Data dari Statista (2023) menunjukkan bahwa pasar *e-commerce* Indonesia telah mencapai nilai USD 30 miliar, mencerminkan tingginya aktivitas konsumtif di kalangan masyarakat, khususnya generasi milenial. Fenomena ini menunjukkan bahwa literasi keuangan menjadi sangat penting.

Selain faktor emosional seperti stres dan kecemasan yang mendorong perilaku konsumtif, generasi *sandwich* juga sering membenarkan konsumsi berlebih sebagai bentuk *cxo*. Dalam situasi di mana individu harus menanggung beban ganda, yakni membiayai orang tua dan anak sekaligus, muncul tekanan psikologis yang tinggi, yang kemudian memicu tindakan konsumtif sebagai cara untuk "menghadiahi diri sendiri" atas beban hidup yang berat. Fenomena ini banyak terjadi pada generasi milenial yang berada dalam posisi sebagai pencari nafkah utama bagi dua generasi. *Self-reward* dijadikan dalih untuk merasionalisasi pengeluaran yang sebenarnya bersifat impulsif atau tidak perlu, sebagai bentuk pelarian dari rasa lelah, stres, atau ketidakpuasan emosional (Hapsari & Maharsi, 2022). Penelitian oleh Dewi & Lestari (2023) menunjukkan bahwa generasi *sandwich* cenderung mengalami tekanan psikologis yang tinggi, yang kemudian berkontribusi pada peningkatan aktivitas konsumtif, terutama untuk barang-barang yang dianggap mampu memberikan kesenangan sesaat atau status sosial. Konsumsi sebagai bentuk *coping mechanism* ini sering kali dilakukan tanpa perencanaan keuangan yang matang, sehingga berisiko

memperburuk kondisi keuangan mereka. Selain itu, tekanan sosial dari media digital yang mempromosikan gaya hidup mewah dan keberhasilan instan juga mendorong generasi *sandwich* untuk melakukan konsumsi dengan tujuan pencitraan atau validasi sosial, meskipun dalam kondisi finansial yang terbatas (Sari & Fatmasari, 2023).

Memahami konsep dasar keuangan diharapkan dapat membantu individu dalam mengelola pengeluaran, menyusun anggaran, dan berinvestasi untuk mencapai kesejahteraan finansial jangka panjang. Meskipun literasi keuangan dianggap penting, penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang bervariasi mengenai pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif. Beberapa studi menemukan bahwa literasi keuangan tidak selalu mengurangi perilaku konsumtif, bahkan meskipun seseorang memiliki pemahaman finansial yang baik, faktor lain seperti tekanan sosial dan pengaruh iklan tetap mendorong mereka untuk melakukan pembelian yang tidak perlu.

Di tengah kompleksitas kehidupan modern, literasi keuangan menjadi salah satu keterampilan penting yang harus dimiliki setiap individu. Kemampuan dalam mengelola keuangan secara bijak, mulai dari pengelolaan pendapatan, perencanaan anggaran, hingga pengambilan keputusan investasi, sangat diperlukan untuk mencapai stabilitas finansial jangka Panjang (Tambun & Cahyati, 2023). Literasi keuangan tidak hanya mencakup pemahaman teoritis tentang keuangan, tetapi juga keterampilan praktis dalam menerapkan pengetahuan tersebut dalam kehidupan sehari-hari (Khan et al., 2024). Kurangnya literasi keuangan dapat menyebabkan individu kesulitan dalam mengelola pengeluaran, terjebak dalam utang konsumtif, hingga gagal merencanakan masa depan secara finansial. Oleh karena itu,

peningkatan literasi keuangan sangat penting, khususnya bagi generasi muda, agar mampu menghadapi tantangan ekonomi dan mencapai kesejahteraan pribadi secara berkelanjutan.Literasi keuangan yang baik menjadi pondasi penting dalam mengelola keuangan pribadi, terutama bagi generasi milenial di DKI Jakarta, yang sering kali dihadapkan pada gaya hidup konsumtif yang dipengaruhi oleh berbagai faktor eksternal, termasuk media sosial dan tekanan sosial.

Sejalan dengan pentingnya literasi keuangan tersebut, berbagai penelitian sebelumnya telah mencoba menguji pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif. Namun demikian, hasil penelitian menunjukkan temuan yang beragam. Menurut penelitian Sudiyatri (2023) menunjukan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, hal ini sejalan dengan penelitian (Maharani, 2023). Namun pada penelitian Nirmala (2023) yang mengatakan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Perbedaan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif masih menjadi perdebatan. Selain itu, variabel gaya hidup juga menunjukkan hasil yang beragam dalam berbagai penelitian.

Di tengah dinamika kehidupan modern, gaya hidup menjadi faktor penting yang turut memengaruhi perilaku konsumtif individu. Gaya hidup merujuk pada pola hidup yang mencerminkan kebiasaan, nilai, dan pilihan individu dalam menjalani kehidupannya, termasuk dalam aspek konsumsi, interaksi sosial, dan pengelolaan waktu. Bagi generasi milenial, gaya hidup ini sering kali dipengaruhi oleh berbagai faktor eksternal, seperti media sosial, tren yang sedang populer, serta pengaruh status sosial, yang mendorong mereka untuk mengikuti pola konsumsi hedonistik, seperti

membeli barang mewah atau mengejar pengalaman yang dianggap sebagai simbol prestise. Di DKI Jakarta, dengan beragam dinamika sosial dan ekonomi, generasi milenial sangat dipengaruhi oleh tekanan untuk mengadopsi gaya hidup konsumtif ini, yang berpotensi memengaruhi keputusan finansial mereka dan memperkuat perilaku konsumtif. Gaya hidup menurut Asrun & Gunawan (2024) adalah perilaku individu dalam mengelola sumber daya, waktu, dan aktivitas sehari-hari yang mencerminkan preferensi, nilai, dan interaksi mereka dengan dunia sosial dan digital. Sementara itu, menurut Nurazihag et al, (2023)gaya hidup juga didefinisikan sebagai pola perilaku individu yang dipengaruhi oleh keinginan untuk mengikuti tren, yang sering kali mengarah pada sikap hedonis atau mementingkan kepuasan diri sendiri. Kedua pandangan ini menunjukkan bahwa gaya hidup generasi milenial tidak hanya dipengaruhi oleh faktor sosial dan digital, tetapi juga oleh dorongan untuk memenuhi kebutuhan emosional dan status sosial, yang sering kali berkontribusi pada perilaku konsumtif yang semakin intens.

Keterkaitan antara gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif telah menjadi perhatian dalam berbagai studi sebelumnya. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa keduanya dapat memengaruhi perilaku konsumtif, namun hasil yang diperoleh masih bervariasi. Berdarkan penelitian Timung et al (2023) variabel gaya hidup dan literasi keuangan tidak berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa, sedangkan menurut penelitian Alamanda Y (2018) dan Zeta Syarofina et al (2024) bahwa variabel gaya hidup memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif. Perbedaan temuan ini menunjukkan bahwa faktor lain mungkin berperan dalam menentukan perilaku konsumtif, termasuk

variabel yang dapat memoderasi hubungan tersebut. Dalam hal ini, kontrol diri menjadi aspek yang menarik untuk diteliti lebih lanjut.

Di sisi lain, kontrol diri menjadi variabel penting yang dapat membantu individu dalam mengelola perilaku konsumtif mereka. Menurut Peetz & Davydenko (2021), kontrol diri merupakan pendekatan proaktif yang memungkinkan seseorang mengelola situasi yang menggoda melalui rencana atau tindakan yang dirumuskan sebelum atau selama menghadapi godaan, dengan tujuan mempertahankan komitmen terhadap tujuan keuangan jangka panjang. Hal ini diperkuat oleh temuan Strömbäck et al. (2020) yang menyatakan bahwa kontrol diri merupakan kemampuan untuk menahan dorongan dan mengatur perilaku impulsif yang tidak diinginkan, termasuk dalam konteks gaya hidup konsumtif. Secara umum, kontrol diri merujuk pada kapasitas individu untuk mengatur dorongan emosional dan impulsif yang berkaitan dengan pengambilan keputusan finansial, sehingga berperan penting dalam mencegah perilaku konsumtif yang berlebihan. Individu dengan kontrol diri yang tinggi cenderung mampu menahan godaan untuk melakukan pembelian yang tidak diperlukan, sementara mereka yang memiliki kontrol diri rendah lebih rentan terhadap konsumsi berlebih, pemborosan, dan ketidakseimbangan keuangan.

Dalam konteks akademik, beberapa hasil penelitian menunjukkan temuan yang beragam mengenai peran kontrol diri sebagai variabel moderasi. Penelitian oleh Agasi & Aryani (2024) mengungkapkan bahwa kontrol diri mampu memoderasi hubungan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif. Artinya, literasi keuangan akan lebih efektif dalam mengurangi perilaku konsumtif apabila individu memiliki tingkat kontrol diri yang tinggi. Namun, penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa kontrol

diri tidak memoderasi hubungan antara gaya hidup dan perilaku konsumtif, sehingga pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif tetap berjalan tanpa dipengaruhi oleh tingkat kontrol diri. Sebaliknya, penelitian yang dilakukan oleh Arif & Imsar (2024) dan Peetz & Davydenko (2021) menemukan bahwa kontrol diri tidak memoderasi hubungan antara literasi keuangan, norma subjektif, maupun gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. Meskipun kontrol diri terbukti memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap perilaku konsumtif, variabel ini tidak memperkuat atau mengubah hubungan antara variabel-variabel tersebut dengan perilaku konsumtif.

Perbedaan hasil penelitian menunjukkan bahwa peran kontrol diri sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif masih bersifat kontekstual dan dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti karakteristik responden, lingkungan sosial, tingkat tekanan gaya hidup, serta pemahaman individu terhadap nilai-nilai keuangan. Dalam beberapa konteks, kontrol diri terbukti efektif sebagai penyaring pengaruh eksternal terhadap keputusan konsumsi, sementara dalam konteks lainnya, kontrol diri hanya memberikan dampak langsung tanpa memengaruhi kekuatan hubungan antara variabel-variabel independen dengan perilaku konsumtif. Secara keseluruhan, temuan dari dua penelitian yang dibandingkan mengindikasikan bahwa kontrol diri mampu memoderasi hubungan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif, tetapi tidak terhadap gaya hidup; sedangkan penelitian lainnya menyatakan bahwa kontrol diri hanya berperan secara langsung dan bukan sebagai variabel moderasi.

Hal ini menunjukkan bahwa efektivitas kontrol diri dalam membentuk perilaku konsumtif sangat tergantung pada kondisi individual maupun sosial, sehingga diperlukan kajian lebih lanjut untuk memperjelas peran tersebut. Sementara itu, sebagian besar penelitian terdahulu lebih berfokus pada hubungan langsung antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif serta pengaruh gaya hidup terhadap keputusan konsumsi, namun masih sedikit yang mengeksplorasi pengaruh kontrol diri sebagai variabel moderasi dalam konteks tersebut. Dengan memperkenalkan kontrol diri sebagai faktor moderasi, penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memperluas pemahaman mengenai bagaimana individu dapat mengelola perilaku konsumtif secara lebih bijaksana, meskipun dihadapkan pada tekanan konsumsi dari tren sosial dan pengaruh media digital.

Penelitian ini sangat relevan mengingat DKI Jakarta sebagai pusat ekonomi Indonesia, yang memiliki tingkat konsumsi tinggi, terutama di kalangan generasi milenial. Gaya hidup konsumtif yang semakin mengarah pada perilaku membeli tanpa pertimbangan matang dapat berdampak negatif pada stabilitas finansial pribadi, terutama bagi mereka yang juga menghadapi beban finansial tambahan, seperti yang dialami oleh generasi *sandwich*. Oleh karena itu, penting untuk memahami pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, dan kontrol diri, guna merancang intervensi dan edukasi yang lebih efektif dalam meningkatkan pengelolaan keuangan pribadi, khususnya di kalangan generasi milenial yang memiliki potensi besar sebagai agen perubahan.

Fokus penelitian pada generasi milenial di DKI Jakarta sangat penting mengingat karakteristik sosial dan ekonomi kota ini yang dipengaruhi oleh tingginya konsumsi,

ketergantungan pada media sosial, dan tekanan untuk memenuhi standar hidup tertentu. Pemilihan kontrol diri sebagai variabel moderasi memberikan perspektif baru dalam penelitian ini, yang diharapkan dapat memberikan wawasan tentang bagaimana individu dapat mengendalikan perilaku konsumtif mereka meskipun terpengaruh oleh gaya hidup dan faktor eksternal lainnya. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi yang signifikan untuk meningkatkan literasi keuangan dan perilaku keuangan yang lebih sehat di kalangan generasi milenial di DKI Jakarta.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, peneliti termotivasi untuk meneliti "Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Moderasi Kontrol Diri: Studi Pada Milenial Genrasi *Sandwich* Di DKI Jakarta". Dari research gap pada penelitian terdahulu, terjadi ketidak konsistenan hasil penelitian.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, berikut beberapa pertanyaan penelitian pada penelitiaan ini adalah:

1. Apakah terhadapat pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif?
2. Apakah terdapat pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif?
3. Apakah terdapat pengaruh Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif?
4. Apakah Kontrol Diri mampu memoderasi pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif?
5. Apakah Kontrol Diri mampu memoderasi Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif?

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
Intelligentia - Dignitas

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah disebutkan, peneliti merumuskan tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Mengungkapkan pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif
2. Mengungkapkan pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif
3. Mengungkapkan pengaruh Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif
4. Mengungkapkan pengaruh Kontrol Diri terhadap hubungan antara Literasi Keuangan dengan Perilaku Konsumtif
5. Mengungkapkan pengaruh Kontrol Diri terhadap hubungan antara Gaya Hidup dengan Perilaku Konsumtif

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian, Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

   Penelitian ini mengimplementasikan *Theory of Planned Behavior* (TPB) dalam menjelaskan perilaku konsumtif milenial generasi *sandwich* di DKI Jakarta. TPB digunakan untuk mengaitkan literasi keuangan (sikap), gaya hidup (norma subjektif), dan kontrol diri (persepsi kontrol) sebagai prediktor perilaku konsumtif. Hasil penelitian ini memperkuat relevansi TPB dalam konteks pengelolaan keuangan pribadi di era digital.

   Hasil dari penelitian diharapkan dapat memperdalam pengetahuan serta wawasan mengenai hubungan antara literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif dengan kontrol diri sebagai variabel moderasi. Penelitian ini

memberikan kontribusi teoritis dalam memperkaya literatur mengenai perilaku konsumtif, khususnya dalam konteks generasi milenial yang tergolong sebagai generasi *sandwich*—yaitu individu yang menanggung beban finansial ganda untuk orang tua dan anak atau keluarga muda. Temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam mengembangkan pemahaman baru terkait faktor-faktor psikologis dan sosial yang mempengaruhi perilaku keuangan, serta menjadi referensi untuk penelitian lanjutan dalam bidang perilaku keuangan.

2. Manfaat Praktis

   a. Bagi Pembaca

      Penelitian ini memberikan informasi yang bermanfaat bagi pembaca umum dalam memahami faktor-faktor utama yang memengaruhi perilaku konsumtif, khususnya pada milenial generasi *sandwich*. Dengan adanya pemaparan mengenai peran literasi keuangan, gaya hidup, dan kontrol diri, pembaca dapat meningkatkan kesadaran terhadap pentingnya pengelolaan keuangan pribadi secara lebih rasional dan terencana. Pengetahuan ini juga dapat mendorong pembaca untuk menghindari perilaku konsumtif berlebihan, serta mendorong gaya hidup yang lebih hemat dan berorientasi pada tujuan keuangan jangka panjang.

   b. Bagi Peneliti

      Bagi peneliti, hasil penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai dinamika perilaku konsumtif dalam konteks tekanan sosial dan ekonomi yang dihadapi oleh generasi *sandwich*. Penelitian ini memperluas wawasan tentang keterkaitan antara aspek psikologis (kontrol

diri), aspek ekonomi (literasi keuangan), dan aspek sosial (gaya hidup) dalam membentuk keputusan konsumsi seseorang. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi atau titik tolak untuk penelitian lanjutan yang ingin mengeksplorasi perilaku keuangan di kalangan generasi muda atau kelompok masyarakat dengan tekanan finansial lainnya.

c. Bagi Praktisi atau Pihak Terkait

Hasil penelitian ini dapat memberikan masukan yang berharga bagi berbagai pihak seperti pendidik, lembaga keuangan, pemerintah, dan konsultan keuangan. Informasi yang diperoleh dapat digunakan untuk:

1) Merancang program edukasi atau pelatihan literasi keuangan yang lebih efektif dan disesuaikan dengan kebutuhan serta karakteristik generasi *sandwich*.
2) Menyusun kebijakan atau kampanye sosial yang bertujuan untuk menekan gaya hidup konsumtif dan mendorong perilaku keuangan yang sehat di kalangan masyarakat urban.
3) Menyediakan panduan intervensi berbasis psikologis untuk meningkatkan kontrol diri dalam pengambilan keputusan keuangan, sehingga generasi muda dapat lebih siap menghadapi tantangan ekonomi keluarga.
4) Menjadi bahan pertimbangan dalam membuat produk atau layanan keuangan yang lebih inklusif dan edukatif, khususnya untuk kelompok usia produktif yang memiliki beban tanggungan ganda.