

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada masa sekarang ini dimana teknologi semakin berkembang pesat. Berbagai macam produk terus bermunculan dan berkembang. Generasi Z lahir ditengah perkembangan tersebut. Menurut Mercia Karina dalam buku *Gen Z Insights: Perspective on Education*, dengan dukungan kecanggihan teknologi, generasi Z diharapkan mampu memberikan pengaruh dalam perkembangan di Indonesia di masa mendatang. Generasi Z menjadi sebuah preferensi, harapan, dan peluang bagi pemerintahan Indonesia yang secara sadar bahwa mereka adalah generasi-generasi emas yang akan membawa perubahan bagi negeri ini pada waktu mendatang. Namun, generasi Z dinilai memiliki perilaku konsumtif ditengah kemajuan teknologi yang semakin berkembang pesat.

Generasi Z adalah generasi *native digital* yang lahir dan bertumbuh dengan cepat bersama dengan pesatnya perkembangan teknologi. Generasi Z sendiri lahir antara tahun 1997 – 2012. Generasi Z disebut juga generasi pasca-milenial. Berbeda dengan Gen Y yang lahir pada masa transisi teknologi, Gen Z lahir ditengah penggunaan internet serta teknologi yang canggih dan berbagai macam tempat trendi (Mercia Karina dalam buku *Gen Z Insights: Perspective on Education, 2020*).

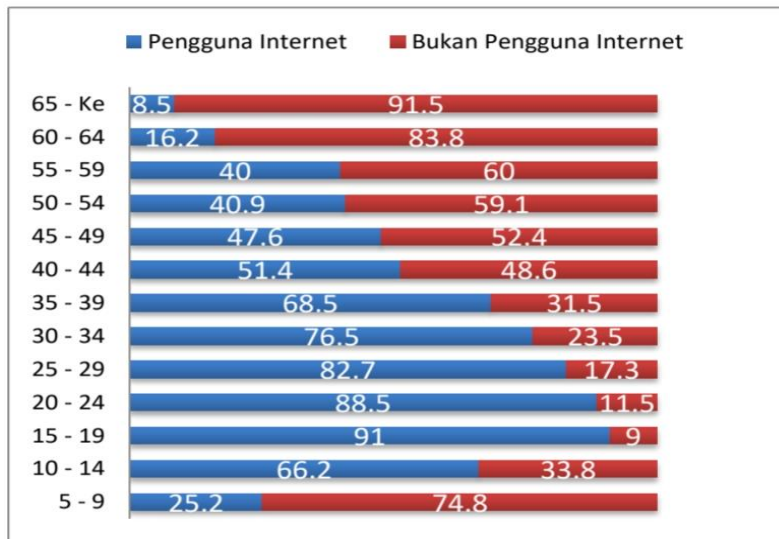
Hal ini juga yang memicu perilaku konsumtif dikalangan generasi Z. Sumartono (2002) menyatakan bahwa perilaku konsumtif begitu dominan dikalangan remaja. Hal tersebut dikarenakan secara psikologis, remaja masih berada dalam proses pembentukan jati diri dan sangat sensitif terhadap pengaruh dari luar.

Menurut laporan *Bank of America* (BofA) tahun 2020 yang mengatakan bahwa *video game* merupakan sektor memiliki potensi besar karena mendapatkan keuntungan daya beli konsumen generasi Z. Laporan BofA menunjukkan 90% pengguna industri *video game* merupakan generasi Z. Hal ini termasuk perilaku konsumtif karena *video game* memerlukan kuota internet yang besar dan juga alat-alat penunjang dalam bermain *video game* tersebut yang tentunya tidak murah.

APJII (Asosiasi Penyelenggara Internet Indonesia) juga melakukan survei yang diselenggarakan pada tahun 2018, mendapatkan hasil bahwa pengguna internet di Indonesia telah berada diatas 50% dari total 262 juta jiwa penduduk Indonesia. Dari 50% pengguna internet tersebut, 49% berasal dari generasi Z.

Gambar 1.1

Penetrasi Pengguna Internet Tahun 2018 Berdasarkan Umur



Sumber: www.inet.detik.com

Berdasarkan survei yang dilakukan APJII tersebut, kelompok generasi Z menempati posisi puncak sebagai pengguna internet terbanyak di Indonesia, yaitu usia 15-19 tahun dengan penetrasi 91% dan usia 20-24 tahun dengan penetrasi 88,5% dengan rata-rata durasi waktu yang digunakan dalam mengakses internet lebih dari 8 jam sehari. Mereka tidak hanya menggunakan internet untuk berkomunikasi atau bersosial media, tapi juga melakukan transaksi diberbagai *e-commerce*. Seperti yang dikatakan oleh CEO Shopee, Chris Feng bahwa basis konsumen Shopee di Indonesia didominasi oleh kelompok usia 15-25 tahun, yang mana kelompok usia tersebut termasuk kedalam generasi Z.

Selain itu, *Vice President Sales and Marketing Toffin Indonesia*, Nicky Kusuma melakukan survei terhadap pelanggan *coffee shop (Coffee to Go)* yang didominasi oleh generasi Z, mendapatkan hasil bahwa rata-rata mereka mengeluarkan dana sebesar Rp200.000 per bulan untuk belanja minuman kopi. Hal ini terjadi karena maraknya

kebiasaan/budaya nongkrong sambil ngopi dikalangan anak muda serta berbagai *coffee shop* yang terus berkembang pesat dan mudah ditemui.

Berdasarkan fakta-fakta tersebut, dapat dikatakan bahwa generasi Z memiliki perilaku konsumtif karena melakukan transaksi dalam daya beli. Dikatakan perilaku konsumtif karena mengeluarkan uang selain untuk kebutuhan pokok.

Menurut *Organization for Economic Co-operation and Development* atau OECD (2018) literasi keuangan sebagai pemahaman tentang konsep dan risiko keuangan, baik itu keterampilan, motivasi dan kepercayaan diri dengan menerapkan pemahaman mereka untuk membuat keputusan keuangan yang lebih efektif, meningkatkan kesejahteraan keuangan individu, masyarakat dan berpartisipasi dalam perekonomian. Literasi keuangan merupakan kombinasi dari kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap dan perilaku yang diperlukan untuk membuat keputusan keuangan yang sehat dan pada akhirnya mencapai kesejahteraan finansial individu.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mendefinisikan literasi keuangan adalah pengetahuan dan kecakapan untuk mengaplikasikan pemahaman tentang konsep dan risiko, keterampilan agar dapat membuat keputusan yang efektif dalam konteks finansial untuk meningkatkan kesejahteraan finansial, baik individu maupun sosial, dan dapat berpartisipasi dalam lingkungan masyarakat.

Berdasarkan Survei Nasional dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2019 menunjukkan tingkat pengetahuan keuangan (literasi keuangan) masyarakat sebesar 38,03% yang berarti dari setiap 100 orang penduduk terdapat sekitar 38 orang yang memiliki pengetahuan keuangan.

Indeks literasi keuangan provinsi Jambi tahun 2019 sebesar 35,17% berada di urutan ke-24 dari total 34 provinsi yang ada di Indonesia, mengindikasikan bahwa literasi keuangan di provinsi Jambi tergolong rendah sementara indeks rata-rata literasi keuangan Indonesia adalah sebesar 38,03%.

Pentingnya literasi keuangan juga tergambarkan dari hasil riset terkait *Financial Fitness Index* (2021) yang menunjukkan bahwa skor indeks kesehatan keuangan masyarakat Indonesia masih tergolong rendah hanya sebesar 37,72 dari skor maksimal 100. Skor tersebut dihitung berdasarkan empat area yaitu keuangan dasar (*financial*

basic), keamanan keuangan (*financial safety*), pertumbuhan keuangan (*financial growth*), dan kebebasan keuangan (*financial freedom*).

Peningkatan literasi keuangan diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada stabilitas sistem keuangan dan mengurangi kerentanan dalam sistem keuangan dan kemudahan memperoleh modal yang pada akhirnya akan berdampak positif pada pertumbuhan usaha-usaha keluarga miskin yang mandiri (OJK, 2021).

Terdapat beberapa penelitian tentang literasi keuangan dan pengendalian diri yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti yang dihubungkan dengan perilaku konsumtif. Seperti penelitian Abdullah et al. (2022) menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan dan berkorelasi negatif terhadap perilaku konsumtif, pengendalian diri berpengaruh signifikan dan berkorelasi negatif terhadap perilaku konsumtif. Menurut Diary Prihatini & Agus Irianto (2021) dalam penelitiannya menyatakan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif serta pengendalian diri memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Dengan demikian, maka penelitian ini menggagas dengan determinan literasi keuangan dan pengendalian diri sebagai variabel yang mempengaruhi perilaku konsumtif karena melihat tidak adanya konsistensi pada hasil penelitian sebelumnya.

Generasi Z akan berada pada kelompok usia produktif sehingga diharapkan dapat berkontribusi dalam mendorong pertumbuhan ekonomi maupun meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dominasi generasi Z juga menjadi bonus tersendiri bagi demografi Indonesia sekaligus peluang serta tantangan dalam melakukan transformasi digital dalam literasi keuangan (OJK,2021).

Dengan adanya pengetahuan literasi keuangan maka akan timbul kesadaran akan pentingnya manfaat literasi keuangan. Misalnya, individu yang sebelumnya belum mengetahui literasi keuangan yang benar memiliki pengelolaan keuangan yang buruk, tidak menabung, atau terlalu boros. Maka, setelah mengetahui bagaimana literasi keuangan yang benar akan memiliki pengetahuan untuk dapat mengelola keuangan dengan benar dan efisien daripada sebelumnya.

Pengendalian diri adalah kemampuan seseorang dalam mengesampingkan atau mengendalikan pikiran, emosi, dorongan, dan perilaku. Pengendalian diri memungkinkan

fleksibilitas yang diperlukan untuk pencapaian tujuan yang sukses, dan sangat memudahkan kepatuhan terhadap moral, hukum, norma sosial, dan aturan lainnya (Matthew T. Galliot, 2007).

Mahoney dan Thorenes dalam Dikria, Okky et al. (2016) menyatakan, pengendalian diri merupakan jalinan secara utuh yang dilakukan individu terhadap lingkungannya. Individu dengan kontrol diri tinggi sangat memperhatikan cara-cara yang tepat untuk berperilaku dalam situasi yang bervariasi. Individu akan cenderung mengubah perilakunya sesuai dengan permintaan situasi sosial yang kemudian dapat mengatur kesan yang dibuat perilakunya lebih responsif terhadap petunjuk situasional, lebih fleksibel, berusaha untuk memperlancar interaksi sosial, bersikap hangat, dan terbuka. Sehingga kontrol diri yang baik dapat membuat individu diterima di lingkungannya.

Jelas bahwa setiap individu memang harus memiliki literasi keuangan dan pengendalian diri yang baik demi mampu mengelola masuk dan keluarnya uang yang dimiliki agar dapat bertahan hidup. Kesulitan keuangan bukan hanya terjadi karena rendahnya pendapatan saja. Kesulitan keuangan juga dapat terjadi karena pengelolaan keuangan yang tidak benar.

Berdasarkan survei awal yang dilakukan terhadap 63 responden generasi Z di Kota Jambi, diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 1.1
Data Survei Awal

| Pendapatan/Uang Saku Per Bulan | Jumlah | Persentase |
|---|---------------|-------------------|
| < Rp2.000.000 | 2 | 3,2% |
| Rp2.000.000 – Rp4.000.000 | 24 | 38,1% |
| Rp4.000.000 – Rp6.000.000 | 32 | 50,8% |
| > Rp6.000.000 | 5 | 7,9% |
| Pengeluaran Diluar Kebutuhan Pokok | Jumlah | Persentase |
| < Rp1.000.000 | 5 | 7,9% |
| Rp1.000.000 – Rp2.000.000 | 6 | 9,5% |
| Rp2.000.000 – Rp3.000.000 | 33 | 52,4% |

| | | |
|---------------------------------|---------------|-------------------|
| > Rp3.000.000 | 19 | 30,2% |
| Jenis Produk yang Dibeli | Jumlah | Persentase |
| <i>Fashion</i> | 55 | 87,3% |
| Kecantikan | 43 | 69,8% |
| Otomotif | 10 | 15,9% |
| Aksesoris | 27 | 42,9% |
| Elektronik | 11 | 17,5% |
| Lainnya | 12 | 19% |

Sumber: Data Survei Awal Penelitian

Dari tabel 1.1 dapat dilihat bahwa mahasiswa generasi Z di Kota Jambi memiliki indikasi perilaku konsumtif karena melakukan pengeluaran untuk membeli produk yang bukan kebutuhan pokok. Jenis produk yang paling banyak dibeli yakni produk *fashion* dan aksesoris.

Generasi Z di Kota Jambi memiliki indikasi perilaku konsumtif bisa disebabkan oleh beberapa faktor yakni kota Jambi dekat dengan pusat perbelanjaan seperti mall, dekat dengan transportasi seperti bandara yang memudahkan untuk proses pengiriman sehingga apabila melakukan belanja *online* terdapat gratis ongkir.

Oleh sebab itu perlunya pengetahuan tentang literasi keuangan dan pengendalian diri agar dapat mengelola dan merencanakan keuangannya, mampu menentukan pilihan dan memanfaatkan produk serta layanan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhannya, memiliki kemampuan dalam melakukan perencanaan keuangan yang tepat, serta terhindar dari aktivitas penggunaan keuangan yang tidak jelas (OJK, 2016).

Tingginya tingkat literasi keuangan diyakini mampu meningkatkan kesejahteraan karena dengan bertambahnya tingkat literasi keuangan maka masyarakat dapat membuat keputusan keuangan dengan lebih baik sehingga perencanaan keuangan keluarga atau pribadi menjadi lebih optimal, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kesejahteraan. Kesejahteraan finansial dapat dilihat dari keberhasilan individu dalam mengendalikan uang mereka agar terhindar dari masalah keuangan. Kesejahteraan finansial dan masalah keuangan adalah dua faktor penting yang akan menentukan kualitas hidup. Agar kesejahteraan finansial dapat tercapai, literasi keuangan sangat diperlukan (OJK, 2021).

Berdasarkan pemaparan diatas, maka sangat penting adanya penelitian ini untuk mengetahui bagaimana literasi keuangan dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z yang perlu dikaji lebih lanjut. Sehubungan dengan hal-hal diatas, peneliti tertarik untuk meneliti pengaruh literasi keuangan dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif yang diberi judul **“Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kota Jambi”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kota Jambi?
2. Bagaimana pengaruh pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kota Jambi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menguji pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z di Kota Jambi.
2. Untuk mengetahui dan menguji pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z di Kota Jambi.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dalam bidang manajemen keuangan. Khususnya tentang literasi keuangan dan pengendalian diri yang dihubungkan dengan perilaku konsumtif pada objek generasi Z di Kota Jambi.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan dalam hal literasi keuangan dan pengendalian diri yang diterapkan untuk membantu pengelolaan keuangan.

- b. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi berupa sumber referensi peneliti-peneliti selanjutnya dalam mengkaji pengaruh literasi keuangan dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif.