

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era sekarang yang semuanya serba mudah dan instan memberikan kemudahan masyarakat dalam berbelanja. Penggunaan internet marketing dapat meningkatkan penjualan meskipun lokasi terpencil (Febriyanto & Arisandi, 2018). Kemudahan tersebut membuat masyarakat menjadi lebih konsumtif dalam menggunakan uang untuk berbelanja, untuk itu diharapkan pengendalian pengeluaran uang secara hemat. Hal ini bertujuan untuk menghindari perilaku konsumtif. Generasi Z memiliki kemampuan dalam hal menguasai teknologi, seperti kemampuan multitasking dengan perangkat digital. Generasi Z dicirikan oleh tingkat pengetahuan teknologi yang tinggi, karena Generasi Z berhubungan erat dengan teknologi tersebut sejak lahir (Zis et al., 2021). Generasi Z ialah generasi yang tumbuh di dunia yang serba digital serta canggih, Menurut laporan survei (Alvara Research Center, 2022), sebagian besar dari mereka yang kecanduan internet atau bergantung pada internet adalah Generasi Z. Dalam survei ini, pecandu internet adalah seseorang yang menggunakan internet lebih dari 7 tahun jam/hari. Responden Generasi Z yang mengakses internet 7 hingga 10 jam sehari mencapai 20,9%. Sedangkan generasi Milenial 13,7 n Generasi X hanya 7,1%. Generasi Z merupakan generasi yang terjadi pada saat teknologi global berkembang pesat, akhirnya menghasilkan Generasi Z yang cenderung menginginkan sesuatu secara instan (Zis et al., 2021). Hal tersebut menjadikan generasi Z sebagai individu yang keras kepala, selalu terburu-buru, boros, dan kebarat-baratan. Prioritas popularitas Generasi Z untuk menambah *followers* dan jumlah *like* memicu kebiasaan atau pola hidup yang konsumtif.

Perilaku konsumtif didefinisikan sebagai pribadi yang tidak didasarkan pemikiran dan pertimbangan logis. Namun, lebih pada adanya unsur material, keinginan yang tak terkendali untuk memperoleh kemewahan dan eksis, dan apa yang dianggap paling mahal hanya untuk memuaskan keinginan akan kesenangan (Wahyuni et al., 2019). Perilaku konsumtif merupakan Membeli sesuatu bukan

untuk memenuhi kebutuhan melainkan karena kebutuhan untuk memenuhi keinginan, yang menyebabkan pemborosan dan biaya yang tidak efisien (Lestarina et al., 2017). Masyarakat yang hanya melihat nilai tanpa manfaat menjadi sorotan di kalangan masyarakat yang berstatus sosial tinggi, sehingga diperlukan keterampilan keuangan, serta pengetahuan tentang pengelolaan keuangan untuk menghindari pola hidup konsumtif.



Gambar 1.1 Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2022

(Sumber: OJK 2022)

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) telah merilis hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2022 yang menampilkan peningkatan Indeks Literasi Keuangan dan Inklusi keuangan Masyarakat. Hasil SNLIK 2022 menunjukkan indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia sebesar 49,68% dan tingkat akses keuangan sebesar 85,10%. Nilai tersebut mengalami peningkatan dibandingkan hasil SNLIK 2019 yaitu indeks literasi keuangan sebesar 38,03% dan inklusi keuangan sebesar 76,19%. Pendataan SNLIK 2022 dilakukan pada Juli sampai dengan September 2022 di 34 provinsi yang meliputi 76 kota atau kabupaten dengan 14.634 responden berusia 15 tahun ke atas. 79 tahun dilakukan dengan metode wawancara tatap muka dan didukung oleh sistem *Computer-Assisted Personal Interviewing* (CAPI). Literasi keuangan memiliki tujuan untuk membantu generasi berikutnya mulai dari pelanggan pasar keuangan, karyawan, dan masyarakat umum supaya lebih terbuka mengenai finansial, terlebih pada generasi muda seperti mahasiswa (Amari et al., 2020). Literasi keuangan adalah semua pengetahuan, pemahaman, keterampilan, sikap, dan perilaku yang harus dimiliki seseorang untuk membuat keputusan keuangan yang tepat dan pada akhirnya mencapai kesejahteraan keuangan setiap orang (Sugiharti & Maula, 2019).

Pengetahuan mahasiswa mengenai literasi keuangan akan mempengaruhi

kondisi ekonomi negara karena mahasiswa juga merupakan bagian masyarakat, karena kemungkinan besar yang berpendidikan tinggi setelah lulus akan bekerja dibandingkan yang tidak berpendidikan tinggi. Susanti (2013) menyatakan bahwa literasi keuangan dapat diartikan sebagai seperangkat kebutuhan fundamental setiap orang untuk nantinya masalah keuangan bisa dihindari. Bagi mahasiswa yang memiliki literasi keuangan yang baik tidak akan ceroboh dalam mengelola keuangannya karena sudah mengetahui prioritas kebutuhannya. Setiap mahasiswa harus memahami keuangan untuk menghindari kesalahan dalam perencanaan keuangan dan terhindar dari masalah keuangan. Setelah lulus pun mahasiswa akan memasuki dunia kerja yang diharapkan dapat mengatur keuangan secara mandiri. Menabung bukan hal yang mudah bagi sebagian mahasiswa karena banyak sekali mahasiswa zaman sekarang yang cenderung gaya hidupnya sangat hedon atau konsumtif, karena itu, Mahasiswa adalah target pasar untuk banyak produk konsumen. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Anjana (2013) menunjukkan penggunaan ponsel hanya untuk perencanaan kegiatan sehari-hari, komunikasi, mengakses jejaring sosial, fungsi GPS (Global Positioning System), kualitas media gambar dan video serta pengecekan laporan sehingga mudah untuk melakukan aktifitas. iPhone adalah salah satu produk smartphone terbaik yang tersedia saat ini. Merk tersebut merupakan salah satu smartphone termahal yang dijual di Indonesia, cukup populer untuk menarik konsumen karena jika menggunakan iPhone akan jatuh ke kalangan tertentu.

Pengetahuan mahasiswa mengenai literasi keuangan akan mempengaruhi kondisi ekonomi negara karena mahasiswa juga merupakan bagian masyarakat, karena kemungkinan besar yang berpendidikan tinggi setelah lulus akan bekerja dibandingkan yang tidak berpendidikan tinggi. Susanti (2013) menyatakan bahwa literasi keuangan dapat diartikan sebagai seperangkat kebutuhan fundamental setiap orang untuk nantinya masalah keuangan bisa dihindari. Bagi mahasiswa yang memiliki literasi keuangan yang baik tidak akan ceroboh dalam mengelola keuangannya karena sudah mengetahui prioritas kebutuhannya. Setiap mahasiswa harus memahami keuangan untuk menghindari kesalahan dalam perencanaan keuangan dan terhindar dari masalah keuangan. Setelah lulus pun mahasiswa akan memasuki dunia kerja yang diharapkan dapat mengatur keuangan secara mandiri.

Menabung bukan hal yang mudah bagi sebagian mahasiswa karena banyak sekali mahasiswa zaman sekarang yang cenderung gaya hidupnya sangat hedon atau konsumtif, karena itu, Mahasiswa adalah target pasar untuk banyak produk konsumen. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Anjana (2013) menunjukkan penggunaan ponsel hanya untuk perencanaan kegiatan sehari-hari, komunikasi, mengakses jejaring sosial, fungsi GPS (Global Positioning System), kualitas media gambar dan video serta pengecekan laporan sehingga mudah untuk melakukan aktifitas. iPhone adalah salah satu produk smartphone terbaik yang tersedia saat ini. Merk tersebut merupakan salah satu smartphone termahal yang dijual di Indonesia, cukup populer untuk menarik konsumen karena jika menggunakan iPhone akan jatuh ke kalangan tertentu.

Melansir laman Kompas (2020), Erajaya Group selaku perusahaan yang menaungi beberapa toko *Apple Premium Reseller* (APR) menyebutkan, permintaan konsumen terhadap iPhone versi terbaru di Indonesia sangat tinggi. Bahkan, tiga model iPhone terbaru sempat out of stock sekitar dua minggu setelah peluncuran resminya pada 6 Desember 2019 lalu, dan penjualannya di Indonesia meningkat berkali-kali lipat dibandingkan iPhone versi sebelumnya.

Hal ini sesuai dengan pernyataan mahasiswa Universitas Internasional Semen Indonesia berinisial AT yang merupakan pengguna iPhone dikalangan mahasiswa, yang awalnya membeli iPhone karena ikut-ikutan teman, karena rata-rata teman AT juga menggunakan iPhone, mengatakan bahwa kamera iPhone memiliki kualitas yang tinggi. Sehingga AT memutuskan untuk memilih mengganti smartphone yang dimilikinya.

Dari pembelian iPhone mengakibatkan kebutuhan keuangan mahasiswa yang lain tidak terpenuhi. Uang yang digunakan untuk makan satu bulan menjadi berkurang karena sebagian uangnya digunakan untuk tambahan membeli iPhone. Melihat fenomena tersebut, mahasiswa harus memiliki pengetahuan mengenai literasi keuangan untuk menghadapi kesulitan saat ini, terutama yang berkaitan mengenai perilaku keuangan. Dalam situasi seperti itu, peran keluarga bisa menjadi cara untuk meletakkan dasar dalam pengelolaan uang agar anak bisa belajar membuat keputusan keuangan yang bijak sejak usia dini. Keluarga merupakan tempat dimana anak dapat bersosialisasi dan mendapat bimbingan agar mereka

tumbuh dewasa dengan berperilaku yang baik di mata masyarakat.

Masyarakat mulai beradaptasi dan mengikuti gaya hidup negara maju. Kehidupan modern telah mengarahkan individu untuk tidak hanya memenuhi kebutuhannya tetapi juga berusaha untuk memenuhi keinginannya (Wahyuni et al., 2019). Banyak orang membeli produk yang tidak memuaskan kebutuhannya tetapi hanya untuk memuaskan keinginannya untuk membeli produk tersebut. Seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat, hal ini mempengaruhi perilaku masyarakat khususnya perilaku konsumen di toko *online*. Gaya hidup mengacu pada kebiasaan konsumsi yang mencerminkan keputusan seseorang tentang hal-hal dan bagaimana mereka menghabiskan waktu dan uang mereka (Wahyuni et al., 2019). Gaya hidup merupakan pola hidup yang erat kaitannya dengan keputusan. Pola konsumsi masyarakat sangat mempengaruhi seseorang untuk menabung. Sedangkan masyarakat Indonesia sendiri tingkat konsumtifnya sangat tinggi sehingga menyebabkan minat menabung yang kurang (Wahyuni et al., 2019). Kemampuan untuk berhemat dan menyisihkan sebagian uang untuk ditabung merupakan hal yang sangat penting untuk mendukung kesejahteraan sosial di masa depan jika terjadi sesuatu, tidak perlu khawatir kekurangan karena sudah memiliki tabungan.

Kebutuhan yang datang secara tiba-tiba dan sangat mendesak akan sulit diatasi jika seseorang tidak memiliki tabungan yang dipersiapkan. Maka akan mempengaruhi kehidupannya dalam jangka panjang. Namun, hal ini berbeda dengan kasus orang yang memiliki pengetahuan keuangan yang cukup luas, yang secara alami dapat mengelola keuangannya dengan lebih baik.

Literasi keuangan anak muda terutama dipengaruhi oleh keluarga anak, yang merupakan sumber utama sosialisasi keuangan, terutama bagi anak usia dini (Te'eni-Harari, 2016). Jadi, sebagai orangtua sangat penting memberikan pengetahuan mengenai literasi keuangan sejak dini dan memberikan contoh perilaku keuangan yakni menabung. Belajar menabung untuk anak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku menabung saat dewasa.

Memberikan pengetahuan apapun mengenai literasi keuangan serta menabung pada usia dini akan meningkatkan kemungkinan suatu individu akan menabung. Ketika sudah dewasa, sehingga sangat perlu melatih anak sejak dini

untuk menabung dari sisa uang yang diberikan oleh orangtuanya atau uang sakunya. Kebiasaan yang ditanamkan sejak dini pasti akan menjadi kebiasaan hingga besar yang akan memberikan hal positif bagi anak. Karena jika tidak dilatih sejak dini, anak-anak cenderung susah untuk melakukan sesuatu yang tidak ditanamkan sejak dini. Perilaku keuangan orang tua memengaruhi perkembangan perilaku keuangan anak di masa depan (Agnew, 2018).

Penelitian lain menemukan bahwa kebanyakan orang yang tinggal di Ghana memiliki tingkat literasi keuangan yang rendah, terutama di kalangan wanita, lansia, dan mereka yang berpenghasilan rendah, dan tingkat literasi keuangan secara signifikan memengaruhi kemampuan menabung untuk masa pensiun (Ramadhanty, 2022). Kesetaraan *gender* dalam hal peluang ekonomi dan keuangan menjadi semakin penting, baik secara nasional maupun internasional. Penelitian telah menunjukkan bahwa literasi keuangan tersebar luas di kalangan wanita, dan banyak wanita tidak menyadari bahwa konsep keuangan yang paling dasar pun diperlukan untuk membuat keputusan tabungan dan investasi. Kesenjangan *gender* dalam literasi keuangan ini dapat menyebabkan perbedaan dalam keinginan perempuan dan laki-laki untuk pensiun (Adam et al., 2018). Sikap dan preferensi seseorang terhadap risiko dapat dipengaruhi oleh jenis kelamin. Laki-laki lebih cenderung untuk mengambil risiko dibandingkan perempuan sehingga, kemungkinan untuk laki-laki menghindari risiko sangat kurang (Hsu et al., 2021).

Perbedaan *gender* juga berperan penting dalam menentukan tingkat literasi keuangan (Adam et al., 2018). Pilihan atau hubungan wanita dengan uang biasanya ditentukan oleh pengalaman hidup pribadinya, emosi, uang, dan koneksi keluarga dalam kehidupan Wanita. Kurangnya informasi untuk membuat keputusan yang tepat mengarah pada rendahnya tingkat kepercayaan dan pengetahuan tentang masalah keuangan. Laki-laki menghadapi tekanan keuangan yang lebih besar karena pengaruh yang lebih besar dari teman, dan temuan juga menunjukkan bahwa laki-laki lebih terlibat dalam perilaku berisiko seperti merokok, berutang, dan lain-lain, bahkan perjudian (Adam et al., 2018). Ada bukti eksperimental dan survei bahwa wanita menghabiskan lebih sedikit uang untuk aset berisiko daripada pria dan bahwa wanita lebih berisiko daripada pria. Hasil ini ditemukan di berbagai negara dan lingkungan, dan berkontribusi pada pendapatan, kekayaan, dan literasi

keuangan perempuan (OECD, 2013). Perilaku wanita yang menghindari risiko dalam hal ini menyebabkan kekayaan setelan pensiun yang didapatkan jauh lebih rendah daripada pria.

Selain peran keluarga, uang saku menjadi salah satu faktor yang bisa menaikkan keinginan untuk menabung. Uang saku merupakan sumber pendapatan terbesar bagi mahasiswa. Hasil observasi yang dilakukan pada mahasiswa prodi manajemen Angkatan 2019 Universitas Internasional Semen Indonesia, hampir mayoritas mahasiswa masih mengandalkan uang saku yang diberikan oleh orangtua, namun adapula mahasiswa yang mendapatkan uang saku dengan bekerja. Besar jumlah uang saku yang diberikan cenderung mempengaruhi besar jumlah uang yang ditabung.

Berdasarkan penelitian latar belakang di atas, penelitian ini dilakukan untuk melakukan penelitian tentang “Pengaruh Literasi Keuangan, *Gender*, dan Uang Saku terhadap Minat Menabung Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Universitas Internasional Semen Indonesia Prodi Manajemen).

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap minat menabung pada mahasiswa Universitas Internasional Semen Indonesia (UISI) prodi manajemen?
2. Apakah gender berpengaruh terhadap minat menabung pada mahasiswa Universitas Internasional Semen Indonesia (UISI) prodi manajemen?
3. Apakah uang saku berpengaruh terhadap minat menabung pada mahasiswa Universitas Internasional Semen Indonesia (UISI) prodi manajemen?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap minat menabung pada mahasiswa Universitas Internasional Semen Indonesia (UISI) prodi manajemen
2. Untuk menganalisis pengaruh gender terhadap minat menabung pada mahasiswa Universitas Internasional Semen Indonesia (UISI) prodi manajemen
3. Untuk menganalisis pengaruh uang saku terhadap minat menabung pada mahasiswa Universitas Internasional Semen Indonesia (UISI) prodi manajemen

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari kegiatan penelitian ini :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan informasi bermanfaat serta gagasan bagi perkembangan keilmuan mengenai literasi keuangan, *gender*, dan uang saku serta dapat meningkatkan kemampuan dalam perilaku keuangan menabung terutama di kalangan mahasiswa Universitas Internasional Semen Indonesia (UISI) prodi manajemen. Penelitian ini juga dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya untuk mengkaji mengenai literasi keuangan, *gender*, uang saku dan perilaku keuangan menabung pada mahasiswa.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi mahasiswa, untuk mengetahui cara pengelolaan keuangan yang tepat sehingga dapat menyisihkan uang untuk menabung, berdasarkan literasi keuangan, *gender*, dan uang saku. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi acuan dalam mempertimbangkan literasi keuangan, *gender*, dan uang saku untuk mencapai perilaku keuangan yang baik di masa sekarang maupun masa yang akan datang.