

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Konsumerisme

Meningkatnya ketertarikan masyarakat terhadap perubahan dan inovasi seperti produk baru, pengalaman baru, dan citra baru mengakibatkan munculnya konsumerisme. Konsumerisme menurut Zygmunt Bauman adalah situasi dimana orang membeli berbagai barang semata-mata untuk kesenangan membeli, bukan karena memerlukan kebutuhan tersebut. Kemudian, menurut Collin Campbell konsumerisme adalah kondisi sosial yang terjadi saat konsumsi menjadi pusat kehidupan banyak orang dan bahkan menjadi tujuan hidup. Berdasarkan pengertian konsumerisme beberapa pendapat para ahli, maka dapat disimpulkan bahwa konsumerisme adalah ideologi atau paham yang merubah individu, kelompok, atau komunitas menjalankan proses konsumsi secara berlebihan yang hanya melihat melalui nilai simbol bukan nilai gunanya. Adapun tujuan dari konsumerisme adalah untuk mencapai kepuasan diri dengan membeli barang-barang tanpa melihat nilai guna dari barang yang dikonsumsinya tersebut.

Menurut hasil riset yang dirilis oleh Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) bahwa masyarakat Indonesia tergolong sebagai tipe masyarakat yang memiliki kepercayaan diri tinggi dalam perilaku konsumtifnya. Konsumerisme dalam tinjauan ekonomi, muncul dikarenakan adanya penyimpangan orientasi kegiatan konsumsi. Hal tersebut dapat terjadi akibat dari perkembangannya aktivitas konsumsi masyarakat yang kemudian mengalami pergeseran orientasi. Pergeseran orientasi tersebut juga didukung dengan adanya perkembangan teknologi yang semakin pesat, sehingga menyebabkan perubahan dari perilaku konsumtif seseorang (geotimes.co.id)

2.1.2 Perilaku Manajemen Keuangan

Perilaku manajemen keuangan adalah suatu kemampuan seseorang dalam mengatur keuangannya sehari-hari yang meliputi perencanaan, penganggaran, pemeriksaan, pengelolaan, pengendalian, pencarian, dan penyimpanan (Kholilah

dan Iramani, 2013). Perilaku manajemen keuangan disebabkan dengan adanya besar hasrat seseorang dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Kegagalan seseorang dalam mengelola keuangannya dapat menimbulkan konsekuensi yang besar bagi dirinya sendiri maupun perusahaan. Menurut Amanah (2016) perilaku manajemen keuangan merupakan ilmu yang menjelaskan tentang perilaku seseorang dalam mengatur keuangannya berdasarkan sudut pandang dari psikolog dan kebiasaan orang tersebut. Ilmu tersebut juga menjelaskan tentang pengambilan keputusan yang irasional terhadap keuangan individu tersebut (Humaira, 2017). Menurut Hilgert, Hogarth, dan Beverly (2003) bahwa *financial behavior* dibagi menjadi 4 kategori yaitu:

1. Cash flow management
2. Credit management
3. Saving
4. Investment

Perilaku manajemen keuangan berkaitan dengan tanggung jawab keuangan dan cara manajemen keuangan yang individu miliki. Menurut (Humaira, 2017) terdapat beberapa elemen yang termasuk dalam manajemen uang antara lain pengaturan anggaran dan pengeluaran serta dana cadangan seperti dana pensiun, asuransi, dan investasi dalam waktu yang wajar. Menurut (Kholilah dan Iramani, 2013) Perilaku manajemen terbagi menjadi 3 hal utama yaitu:

1. Konsumsi
Pengeluaran untuk kebutuhan rumah tangga yang berupa barang dan jasa (kecuali rumah baru).
2. Tabungan
Bagian pendapatan yang tidak dikonsumsi oleh sebuah rumah tangga pada periode tertentu.
3. Investasi
Mengalokasikan atau menanamkan sebagian dana dengan tujuan mendapatkan manfaat dimasa mendatang.

Menurut (Humaira, 2017) dengan adanya perilaku manajemen keuangan yang baik, seseorang akan terhindar dari perilaku konsumerisme yang berlebihan atau tidak terbatas. Perilaku manajemen keuangan yang dimiliki setiap individu

berbeda sesuai dengan kondisi keuangan dan target yang ingin dicapainya. Menurut (Aprilia, 2015) terdapat beberapa indikator dari perilaku manajemen keuangan antara lain:

1. Jenis-jenis perencanaan dan anggaran keuangan yang dimiliki individu dan keluarga.
2. Teknik dalam menyusun perencanaan keuangan.
3. Kegiatan asuransi, pensiun, dan pengeluaran tidak terduga.
4. Kegiatan investasi, kredit/hutang, dan tagihan.
5. Monitoring pengelolaan keuangan.
6. Evaluasi pengelolaan keuangan.

2.1.3 Pengetahuan Keuangan

Pengetahuan keuangan (*Financial knowledge*) adalah kemampuan untuk memahami, menganalisis, dan mengelola keuangan yang digunakan dalam membuat suatu keputusan yang tepat agar terhindar dari masalah keuangan (Halim & Astuti, 2015). Menurut (Andrew & Nanik, 2014) pengetahuan keuangan didefinisikan sebagai penguasaan seseorang tentang berbagai hal yang berkaitan dengan keuangan antara lain alat keuangan dan keterampilan keuangan. Keterampilan keuangan (*financial skill*) terkait dengan individu dalam menyiapkan suatu anggaran, memilih investasi, rencana asuransi, dan penggunaan kredit. Sedangkan, alat keuangan (*financial tools*) merupakan sarana yang digunakan untuk membuat suatu keputusan manajemen keuangan pribadi seperti cek, kartu kredit, dan kartu debit (Humaira, 2017). Upaya dalam memiliki pengetahuan keuangan yang baik, maka memerlukan pengembangan keahlian keuangan dimana teknik yang bertujuan untuk membuat keputusan manajemen keuangan (Yulianti & Silvy, 2013). (Yushita, 2017), menyatakan bahwa pengetahuan keuangan pribadi dan pemahaman dalam mengelolah keuangan sangat dibutuhkan individu agar individu dapat membuat sebuah keputusan yang benar dalam keuangan, sehingga dapat secara optimal dalam menggunakan instrumen-instrumen dan produk-produk keuangan yang tepat.

Pengelolaan keuangan pribadi sangat penting bagi individu, karena dapat menentukan kehidupan jangka pendek maupun jangka panjang (Udayanthi, Herawati, dan Julianto, 2018). Dengan melakukan pengelolaan keuangan secara

disiplin dan terencana, akan memudahkan suatu tujuan dapat terealisasi (Udayanthi, Herawati, dan Julianto, 2018). Selain itu, pengetahuan keuangan dapat memberikan manfaat pada ekonomi (Yulianti & Silvy, 2013).

Menurut Nababan dan Sadalia bahwa pengetahuan keuangan terdiri dari beberapa aspek keuangan antara lain:

1. *Basic Personal Financial*

Dalam aspek pertama adalah pemahaman beberapa hal yang berkaitan dengan pengetahuan dasar mengenai keuangan pribadi individu seperti perhitungan tingkat bunga sederhana dan majemuk, pengaruh *inflasi*, *opportunity cost*, likuiditas, nilai waktu, dan lain-lain.

2. Manajemen uang

Dalam aspek ini mencakup seseorang dalam mengelolah keuangannya dan kemampuan untuk menganalisis sumber pendapatan pribadi. Manajemen uang juga terkait dengan seseorang dalam membuat prioritas penggunaan dana serta anggaran.

3. Kredit dan utang

Pengetahuan tentang manajemen kredit dan utang terdiri dari beberapa faktor yang mempengaruhi kelayakan kredit, pertimbangan dalam peminjaman, karakteristik kredit, tingkat bunga pinjaman, serta jangka waktu pinjaman. Dalam mendapatkan kredit dan utang membutuhkan pengetahuan keuangan agar dapat menggunakan kredit dan utang dengan bijak.

4. Tabungan

Seseorang dalam memilih tabungan harus mempertimbangkan beberapa faktor antara lain: tingkat pengembalian, inflasi, pertimbangan pajak, likuiditas keamanan, dan penarikan deposito.

5. Investasi

Investasi merupakan bagian dari tabungan berfungsi untuk kegiatan ekonomi dalam menghasilkan barang dan jasa yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan. Investasi berkaitan dengan pengetahuan tentang suku bunga pasar, risiko investasi, serta produk-produk investasi itu sendiri seperti saham, reksa dana, dan lain-lain.

6. Manajemen Risiko

Risiko dapat didefinisikan sebagai ketidakpastian atau memungkinkan terjadinya kerugian. Proses manajemen risiko meliputi tiga langkah yaitu:

- a. Mengidentifikasi eksposur dari risiko yang dihadapi.
- b. Mengidentifikasi dampak dari keuangan.
- c. Memilih cara yang tepat dalam mengatasi risiko tersebut.

Kurangnya pengetahuan keuangan disebabkan oleh pendidikan tiap individu (Humaira, 2017), sehingga berdampak pada literasi keuangan tiap individu yang mengakibatkan seseorang mengalami kesulitan dalam mengatur keuangannya (Yushita, 2017). Menurut (Robb & Woodyard, 2011) bahwa pendidikan dapat meningkatkan pengetahuan keuangan seseorang yang akan menghasilkan keputusan keuangan yang lebih efisien. Pendidikan pengetahuan keuangan dapat diperoleh dari pendidikan formal seperti kuliah, seminar, dan lain-lain atau diperoleh dari sumber-sumber informal (lingkungan sekitar) seperti orang tua, teman, dan rekan kerja, maupun pengalaman diri sendiri (Humaira, 2017). Maka, pengelolaan keuangan merupakan hal yang sangat penting dalam upaya mencapai kesejahteraan (Wiharno, 2018). Kegagalan dalam pengelolaan keuangan akan menimbulkan masalah kesulitan keuangan dan kemudian akan berdampak pada kegagalan dalam mencapai kesejahteraan. (Melina & Wulandari, 2018) menyatakan bahwa pemahaman tentang *financial knowledge* semakin berkembang seiring dengan meningkatnya kebutuhan manusia yang semakin kompleks.

2.1.4 Kesejahteraan Keuangan

Menurut (Kim, Garman, & Sorhaindo, 2003) menyatakan bahwa kesejahteraan keuangan adalah fungsi karakteristik individu, perilaku keuangan, dan peristiwa keuangan yang stres. Kesejahteraan keuangan individu mempunyai hubungan dengan sikap, perilaku dan perasaan terhadap kondisi keuangan dari individu tersebut. Kesejahteraan seseorang tidak hanya dilihat dari fisik atau kesehatannya melainkan juga dilihat dari spiritualnya. Seseorang akan sejahtera, ketika kebutuhan-kebutuhannya dapat terpenuhi dan sejalan dengan indikator kesejahteraan keuangannya. Indikator kesejahteraan keuangan dibagi menjadi 2 yaitu kesejahteraan secara obyektif dan subyektif. Pada indikator obyektif

mengacu pada status ekonomi seseorang seperti tingkat pendapatan dan tingkat hutang (Bruggen dkk, 2017). Tiap individu memiliki tingkat pendapatan yang sama akan tetapi memiliki tingkat kesejahteraan keuangan dan nilai-nilai yang berbeda (Tanoto & Evelyn, 2019). Hal tersebut juga dinyatakan oleh (Bruggen dkk, 2017) bahwa individu memiliki tingkat pendapatan sama namun tingkat kesejahteraan yang didapatkan berbeda tergantung pada preferensi pribadi mereka. Selain itu, indikator subyektif juga dipengaruhi oleh kepuasan *financial* dan perilaku keuangan (Muhammad, 2018). Kepuasan *financial* merupakan hal yang penting dari kesejahteraan keuangan pribadi yang dapat diukur dengan beberapa item seperti kepuasan dengan pendapatan, jumlah uang untuk liburan, jumlah tabungan, jumlah dana darurat. Tiap individu juga perlu menunjukkan perilaku keuangan dalam pengelolaan uang tunai, pengelolaan hutang, merencanakan berbagai aktivitas hidup (Muhammad, 2018). Penelitian ini lebih menggunakan indikator subyektif dalam mengukur kesejahteraan keuangan. Hal tersebut dikarenakan model subjektif lebih mudah untuk dihitung atau diukur. Menurut Tanoto & Evelyn (2019) bahwa model subjektif lebih disukai karena model tersebut lebih komprehensif karena dapat mencakup hal-hal non-keuangan dan lebih cocok untuk memahami konsep keuangan secara pribadi.

Penilaian kesejahteraan keuangan seseorang dapat dipengaruhi oleh pendidikan, usia, jenis kelamin, status pernikahan, dan keluarga. Selain itu, pengetahuan keuangan, sikap keuangan, perilaku keuangan, dan kemauan individu dalam mengambil risiko juga dapat mempengaruhi kesejahteraan keuangan. Seseorang akan merasakan kesejahteraan keuangan, ketika kondisi keuangannya baik dan teratur. Dalam mencapai tingkat kesejahteraan yang baik, seseorang harus memiliki pengetahuan dan keahlian untuk mengelola sumber daya keuangan (Agustine, 2017). Semakin tinggi pengetahuan keuangan yang dimiliki seseorang maka semakin tinggi kesejahteraan yang didapukannya. Kesejahteraan keuangan dipengaruhi oleh adanya perilaku setiap individu, dimana seseorang yang memiliki gaya hidup konsumtif maka tingkat kesejahteraan keuangan orang tersebut rendah. Begitu pula, dengan Individu yang mengalami kegelisahan dan kecemasan akibat keuangannya yang semakin menurun, maka kesejahteraan individu tersebut terganggu.

2.1.5 Ketergantungan Belanja *Online*

a. Belanja *Online* (*Online Shopping*)

Belanja online (*online shopping*) adalah suatu proses pembelian barang atau jasa dari mereka yang menjual barang atau jasa melalui internet dimana antara penjual dan pembeli tidak pernah bertemu atau melakukan kontak secara fisik (www.hestanto.web.id). Nama lain dari kegiatan tersebut adalah *web store*, toko *online*, *web-shop*, toko virtual, dan lain sebagainya (lenterakecil.com). Dengan adanya toko online tersebut dapat membangkitkan pembelian produk atau jasa pada pengecer atau pusat pembelanjaan. Dalam berbelanja online, *customer* harus memiliki akses internet untuk mengunjungi situs belanja yang ingin dikunjungi. Transaksi pembayaran belanja online dapat melalui transfer, COD (*Cash On Delivery*), dan lain sebagainya.

Kegiatan tersebut sangat diminati oleh masyarakat karena bisnis tersebut memberikan kemudahan dalam berbelanja, lebih praktis tanpa menghabiskan banyak waktu dan tenaga (Nazaruding & Pela, 2016). Belanja *online* juga memiliki keuntungan dan kekurangannya. Keuntungan dari *online shopping* antara lain:

1. Pembeli tidak perlu datang ke toko, mall, dan sebagainya cukup mengakses website toko yang ingin dikunjungi serta memilih barang yang ingin di beli.
2. Dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja selama koneksi internet tetap menyambung.
3. Penjual dapat memasarkan produknya melalui internet.
4. Pemasaran produk dapat menjangkau seluruh dunia.

Dengan adanya kemudahan dari *online shopping* tersebut akan berdampak pada perubahan gaya hidup seseorang. Awalnya, seseorang ketika ingin berbelanja harus datang ke pusat pembelajaan (mall, pasar, dll) atau disebut belanja *offline*. Namun, adanya perubahan zaman dimana teknologi komunikasi saat ini berkembang pesat dan lebih canggih, sehingga masyarakat menggunakan teknologi komunikasi sebagai sarana untuk memasarkan produknya. Akibat adanya perubahan dari belanja *offline* ke *online* yaitu seseorang akan mengalami ketergantungan atau kecanduan.

Ketergantungan yang dialami seseorang seperti sering melakukan kegiatan belanja, membeli produk yang mungkin tidak menjadi kebutuhannya, belanja online memberikan kemudahan dan tidak membuang waktu. Akan tetapi, hal tersebut akan mengakibatkan kesulitan dalam keuangannya. Jika seseorang mengalami kesulitan dalam keuangannya akan berdampak pada kesejahteraannya. Kesejahteraan seseorang mungkin dapat terganggu akibat adanya ketidakpuasan dalam produk yang dibeli, tidak sesuai dengan apa yang diinginkan, mengalami penipuan, dan lain-lain. Hal tersebut menunjukkan bahwa belanja *online* memiliki kekurangan antara lain:

1. Kualitas produk tidak sesuai dengan keinginan.
2. Rentan aksi penipuan ketika pembeli telah melakukan pembayaran namun barang yang dibeli tidak dikirim.
3. Risiko barang yang diterima rusak akibat jasa pengirimannya.
4. Rentan aksi pembobolan rekening akibat pembayaran melalui internet.

b. Pengertian Ketergantungan (*Addiction*)

Addiction (Adiktif) merupakan suatu pola perilaku seseorang yang dapat meningkatkan masalah personal maupun masalah social. Menurut Marlitt dkk, (1998) secara subjektif perilaku adiktif sebagai “loss of control” dimana perilaku tersebut terus muncul meskipun telah adanya suatu usaha untuk menghentikannya. Sehingga *Addiction* adalah suatu perilaku ketergantungan yang dapat memicu berbagai macam konsekuensi buruk bagi individu tersebut. Adapun 10 ciri-ciri adiktif menurut Carnes antara lain:

1. Pola perilaku yang tidak terkontrol.
2. Adanya konsekuensi-konsekuensi sebagai akibat dari perilaku.
3. Ketidakmampuannya untuk menghentikan perilaku.
4. Terjadinya *self-destructive* yang terus menerus.
5. Keinginan atau usaha terus menerus untuk meminimalisir perilaku.
6. Menggunakan perilaku sebagai strategi *coping*.
7. Bertambahnya tingkat perilaku dikarenakan tingkat aktivitas dari perilaku selama ini sudah tidak memuaskan lagi atau tidak cukup.
8. Perubahan mood.

9. Banyaknya waktu yang digunakan untuk melakukan perilaku tersebut atau berusaha untuk menghilangkannya.

10. Aktivitas bekerja, rekreasi, dan social yang penting menjadi terabaikan karena perilaku tersebut.

c. Pengertian Ketergantungan Belanja (*Shopping Addiction*)

Ketergantungan Belanja Online (*Shopping Addiction*) merupakan suatu bentuk dalam berbelanja yang abnormal dimana konsumen yang bermasalah memiliki kekuatan yang kuat, tidak terkontrol, kronis, dan keinginan yang berulang untuk berbelanja (Edwards, 1993). Menurut para peneliti di Jerman, bahwa ketergantungan belanja online dapat menyebabkan tingkat kecemasan dan depresi yang lebih tinggi. Masalah ketergantungan belanja *online* sebagian besar disebabkan dari lingkungan seperti pekerjaan, keluarga, pasangan, dan lain sebagainya, sehingga pengaruh sosial sangat mempengaruhi psikologis dan sikap tiap individu dan dapat membuat seseorang menjadi *shopaholic*. Dalam mengukur ketergantungan tiap individu dalam kegiatan belanja dapat menggunakan Skala BSAS (*The Bergen Shopping Addiction*). Skala berbelanja melibatkan satu dari beberapa gejala, salah satunya teknologi baru yang berhubungan dengan internet, sehingga dapat dengan mudah munculnya permasalahan perilaku belanja. Faktor-faktor yang menyebabkan perilaku belanja yaitu aksesibilitas, keterjangkauan, anominitas, kenyamanan, dan penolakan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa penelitian terdahulu yang dapat dijadikan referensi antara lain:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Tanoto dan Evelyn (2019) dengan judul "*Financial Knowledge, Financial Welbeing, And Online Shopping Addiction Among Young Indonesians*". Objek dari penelitian ini adalah anak muda Indonesia yang berusia antara 18-22 tahun. Pengambilan sampel dengan teknik *purposive sampling*. Terdapat dua varibel independen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *financial knowledge* (X_1) dan *financial wellbeing* (X_2) terhadap *online shopping addiction* (Y). Dalam menganalisis, penelitian

ini menggunakan SPSS 24,0, tabulasi silang, dan analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kecanduan belanja online akan bervariasi sesuai dengan financial knowledge dan financial wellbeing. Dengan demikian *financial knowledge* dan *financial wellbeing* memiliki hubungan positif terhadap *online shopping addiction*.

Terdapat perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh Tanoto dan Evelyn (2019) dengan penelitian yang dilakukan peneliti. Perbedaan tersebut terletak pada objek penelitian, dimana objek yang dilakukan peneliti adalah kaum anak muda yang termasuk kategori generasi Z dan bertempat tinggal di Gresik.

2. Penelitian oleh Wahyuni dkk (2019) yang berjudul “*Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Pada Ibu Rumah Tangga Di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang*”. Objek dari penelitian ini yakni ibu rumah tangga di Kecamatan Begalung Kota Padang. Penelitian ini termasuk dalam penelitian kausalitas yang memiliki 2 variabel independen yaitu Gaya Hidup (X_1) dan Literasi Keuangan (X_2), serta variabel dependen yaitu Perilaku konsumtif (Y_1). Teknik dalam pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis penelitian ini menggunakan Analisis Regresi Berganda yang terdiri dari uji determinasi, uji t, uji f. Hasil dalam penelitian ini adalah gaya hidup dan literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif berbelanja online pada ibu rumah tangga di Kecamatan Begalung Kota Padang.

Penelitian yang dilakukan oleh Wahyuni dkk (2019) dan penelitian yang dilakukan peneliti memiliki perbedaan yaitu terletak pada variabel independen dan objek penelitian. Variabel independen yang digunakan peneliti adalah pengetahuan keuangan dan kesejahteraan keuangan. Objek yang digunakan oleh peneliti adalah kaum anak muda yang bertempat tinggal di Gresik.

3. Peneliti oleh Nofri dan Hafifah (2018) dengan judul “*Analisis Perilaku Konsumen Dalam Melakukan Online Shopping di Kota Makassar*”. Penelitian ini termasuk dalam penelitian korelasional karena data yang dikumpul untuk

menginvestigasi seberapa kuat pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *Online Shopping* (Y_1), sedangkan variabel independennya adalah Perilaku Konsumen (X_1) yang terdiri dari faktor kebudayaan, sosial, kepribadian, dan psikologis. Dalam pengambilan sampel, teknik yang digunakan adalah teknik *Accidental Sampling* yaitu teknik penentuan sampel secara kebetulan yang bertemu dengan peneliti bila mana cocok maka akan dijadikan responden. Teknik analisis data yang digunakan yaitu Teknik Analisis Regresi Berganda dan uji hipotesis yang digunakan adalah uji f (Uji Simultan) dan uji t (Uji Parsial). Terdapat dua hasil yang di peroleh dalam penelitian ini yaitu pertama, faktor kebudayaan, sosial, kepribadian, dan psikologis mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *online shopping* di Kota Makassar baik secara simultan maupun parsial. Kedua, bahwa faktor sosial merupakan faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi *online shopping* di Kota Makassar.

Berdasarkan penjelasan penelitian dari Nofri dan Hafifah (2018), bahwa ditemukan perbedaan dalam penelitian yang dilakukan peneliti yaitu obyek dari penelitian. Kemudian, teknik dalam pengambilan sampel, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*. Variabel independen yang digunakan oleh peneliti juga memiliki perbedaan. Peneliti menggunakan pengetahuan keuangan dan kesejahteraan keuangan untuk variabel independen.

2.3 Kerangka Berfikir

1. Pengaruh Pengetahuan Keuangan Terhadap Ketergantungan Belanja *Online*

Menurut (Andrew & Nanik, 2014) pengetahuan keuangan didefinisikan sebagai penguasaan seseorang tentang berbagai hal yang berkaitan dengan keuangan antara lain alat keuangan dan keterampilan keuangan. Keterampilan keuangan yang harus dimiliki oleh tiap individu adalah menyiapkan suatu anggaran, memilih investasi, rencana asuransi, dan penggunaan kredit. Sedangkan, alat keuangan yang bisa digunakan dalam membuat suatu

keputusan manajemen keuangan antara lain cek, kartu kredit, dan kartu debit (Humira, 2017). Untuk memiliki pengetahuan yang baik, seseorang memerlukan pengembangan keahlian keuangan dan bisa diperoleh melalui kuliah, seminar, rekan kerja, orang tua, dan lain sebagainya.

Pengelolaan keuangan pribadi sangat penting bagi individu, karena dapat menentukan kehidupan jangka pendek maupun jangka panjang (Udayanthi, Herawati, dan Julianto, 2018). Seseorang yang memiliki pengetahuan keuangan dengan baik, maka orang tersebut tidak akan mengalami kesulitan dalam keuangannya atau kebangkrutan. Hal tersebut dapat terjadinya karena mereka dapat mengontrol emosionalnya dalam menggunakan uangnya. Salah satunya penggunaan dalam melakukan kegiatan belanja online yang mana kegiatan tersebut dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja. Kemudahan yang diberikan dari belanja online dapat membuat seseorang sering melakukan kegiatan belanja secara terus menerus. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa pengetahuan keuangan akan berpengaruh terhadap ketergantungan belanja online.

2. Pengaruh Kesejahteraan Keuangan Terhadap Ketergantungan Belanja Online.

Kesejahteraan keuangan individu mempunyai hubungan dengan sikap, perilaku dan perasaan terhadap kondisi keuangan dari individu tersebut. Seseorang dapat dikatakan sejahtera, ketika semua kebutuhannya terpenuhi dan sejalan dengan 2 indikator dari kesejahteraan keuangan. Indikator tersebut adalah kesejahteraan secara obyektif mengacu pada status ekonomi seseorang seperti tingkat pendapatan dan tingkat hutang (Bruggen dkk, 2017). Tiap individu memiliki tingkat pendapatan sama akan tetapi memiliki tingkat kesejahteraan yang berbeda dan tergantung pada preferensi pribadi mereka (Bruggen dkk, 2017). Sedangkan, subyektif dipengaruhi oleh kepuasan *financial* dan perilaku keuangan (Muhammad, 2018).

Dalam mencapai tingkat kesejahteraan yang baik, seseorang harus memiliki pengetahuan dan keahlian untuk mengelola sumber daya keuangan (Agustine, 2017). Kesejahteraan seseorang dapat dipengaruhi oleh adanya pengelolaan keuangan yang baik, dimana seseorang yang memiliki

kemampuan dalam pengelolaan keuangan dengan baik maka kesejahteraannya tidak akan terganggu. Berdasarkan penjelasan tersebut, seseorang harus dapat mengatur pendapatan dan pengeluaran dengan baik. Salah satunya pengeluaran yang digunakan untuk kegiatan belanja online. Biasanya seseorang yang pernah melakukan belanja online akan mengakibatkan kecanduan atau ketagihan, karena belanja online merupakan kegiatan yang sangat mudah, efisien, praktis dan tidak membuat waktu dan tenaga. Hal tersebut mungkin dapat menjadi penyebab seseorang tidak bisa mengatur keuangannya dan menimbulkan kesejahteraan keuangannya terganggu, sehingga kesejahteraan keuangan akan berpengaruh terhadap ketergantungan belanja *online*.

3. Pengaruh Pengetahuan Keuangan dan Kesejahteraan Keuangan Terhadap Ketergantungan Belanja *Online*.

Seseorang dapat dikatakan memiliki pengetahuan keuangan yang baik ketika orang tersebut dapat mengelolah keuangannya dengan baik. Pengelolaan keuangan merupakan hal yang sangat penting dalam upaya mencapai kesejahteraan (Wiharno, 2018). Seseorang akan merasakan kesejahteraan dalam keuangannya ketika kondisi keuangannya dalam keadaan baik. Hal tersebut menjelaskan bahwa pengetahuan keuangan dapat mempengaruhi kesejahteraan keuangan seseorang. Semakin tinggi pengetahuan keuangan yang dimiliki seseorang tersebut, maka semakin tinggi kesejahteraan yang didapatkannya. Pengetahuan keuangan dan kesejahteraan keuangan juga dapat dilihat dari bagaimana orang tersebut dalam mengatur pengeluarannya, salah satunya pengeluaran untuk berbelanja secara *online*.

Kegiatan belanja online merupakan kegiatan yang sangat digemari oleh masyarakat khususnya anak muda. Biasanya anak muda dalam berbelanja tidak melihat seberapa penting produk yang ingin dibelinya melainkan hanya ingin mengikuti *trend*. Dengan adanya belanja online masyarakat tidak perlu keluar ke pusat pembelanjaan karena semua produk yang diinginkan masyarakat sudah ada di *website* belanja *online* tersebut. Kemudahan dari belanja online dapat membuat seseorang ketergantungan, sehingga orang tersebut sering melakukan kegiatan belanja. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat

H₀H₃: Tidak terdapat pengaruh positif pengetahuan keuangan dan kesejahteraan keuangan terhadap ketergantungan belanja *online* pada generasi Z.

H₁H₃: Terdapat pengaruh positif pengetahuan keuangan dan kesejahteraan keuangan terhadap ketergantungan belanja *online* pada generasi Z.

