BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini kita hidup di era globalisasi, setiap negara dituntut untuk berpartisipasi dalam globalisasi. Globalisasi adalah proses integrasi internasional yang terjadi akibat dari pertukaran pandangan dunia, produk, pikiran, dan aspek-aspek budaya lainnya. Ada berbagai aspek yang menjadikan globalisasi sebagai fenomena yang harus dilakukan antara lain sebagai berikut: 1. Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, 2. Pelaksanaan perdagangan bebas, 3. Liberalisasi keuangan internasional, dan 4. Memperkuat hubungan bilateral. Globalisasi memiliki tiga tujuan: 1. Mempercepat penyebaran informasi, 2. Memudahkan setiap orang memenuhi tuntutan hidup, dan 3. Memberikan kenyamanan dalam beraktivitas (Wijaya, 2019). Efek globalisasi akan menyebar dengan cepat dan berdampak pada kehidupan masyarakat. Dampak era globalisasi ini membuat pola konsumsi masyarakat ikut berubah. Kebanyakan masyarakat saat ini menjadi sangat konsumtif terhadap apa pun yang mereka lihat apakah itu kebutuhan atau keinginan. Pola perilaku konsumsi masyarakat ini juga telah bergeser dari hanya memenuhi kebutuhan primer juga menjadi memenuhi kebutuhan sekunder dan tersier, serta kebutuhan komplementer dan cenderung bersifat konsumtif.

Pengaruh Literasi Keuangan..., Indah Permata Rusadi, Ma.-IBS, 2022
Indonesia Banking School

Perilaku konsumtif adalah perilaku konsumsi berlebihan individu terhadap barang dan jasa dimana seorang individu menempatkan keinginan di atas kebutuhan. Perilaku konsumtif seringkali dikaitkan oleh keinginan berbelanja, karena berbelanja dapat dimanfaatkan untuk melepas penat dan ketegangan setelah aktivitas sehari-hari (Dewi & Sunarto, 2017). Perilaku konsumtif ini telah bergeser dari memenuhi kebutuhan sehari- hari menuju kebutuhan akan sensasi, tantangan, kegembiraan, interaksi, dan penghilang stres. Selain itu, individu juga akan berusaha untuk menemukan produk yang bagus dan berharga untuk dirinya sendiri, serta memberikan informasi baru tentang perkembangan trend dan model (Chita et al., 2015).

Dilansir dari CNN Indonesia, masyarakat Indonesia sering terlibat dalam konsumsi yang berlebihan, karena terinspirasi oleh budaya digital dan penggunaan internet yang marak di negara ini. Munculnya budaya konsumerisme ini berawal pada peran penting internet dalam masyarakat Indonesia khususnya di kalangan anak muda. Ketersediaan internet membuat berbagai transaksi menjadi lebih praktis, termasuk yang melibatkan perjalanan, pengiriman makanan, jalan-jalan, dan belanja pakaian dan kebutuhan sehari-hari. Seiring dengan pengaruh internet, faktor sosial berperan dalam perkembangan budaya konsumerisme. Sangat mungkin bagi masyarakat Indonesia untuk memiliki sifat konsumtif, terutama bagi kaum muda yang bergaul dalam lingkungan konsumtif. Mereka akan mengikuti gaya, penampilan, dan hal lainnya agar tidak kalah dengan teman-teman di lingkungan sosialnya. Menurut (Herawati, 2015) banyak

masyarakat kita memanfaatkan smartphone dan media sosial sebagai tolak ukur antara kalangan atas dan bawah.

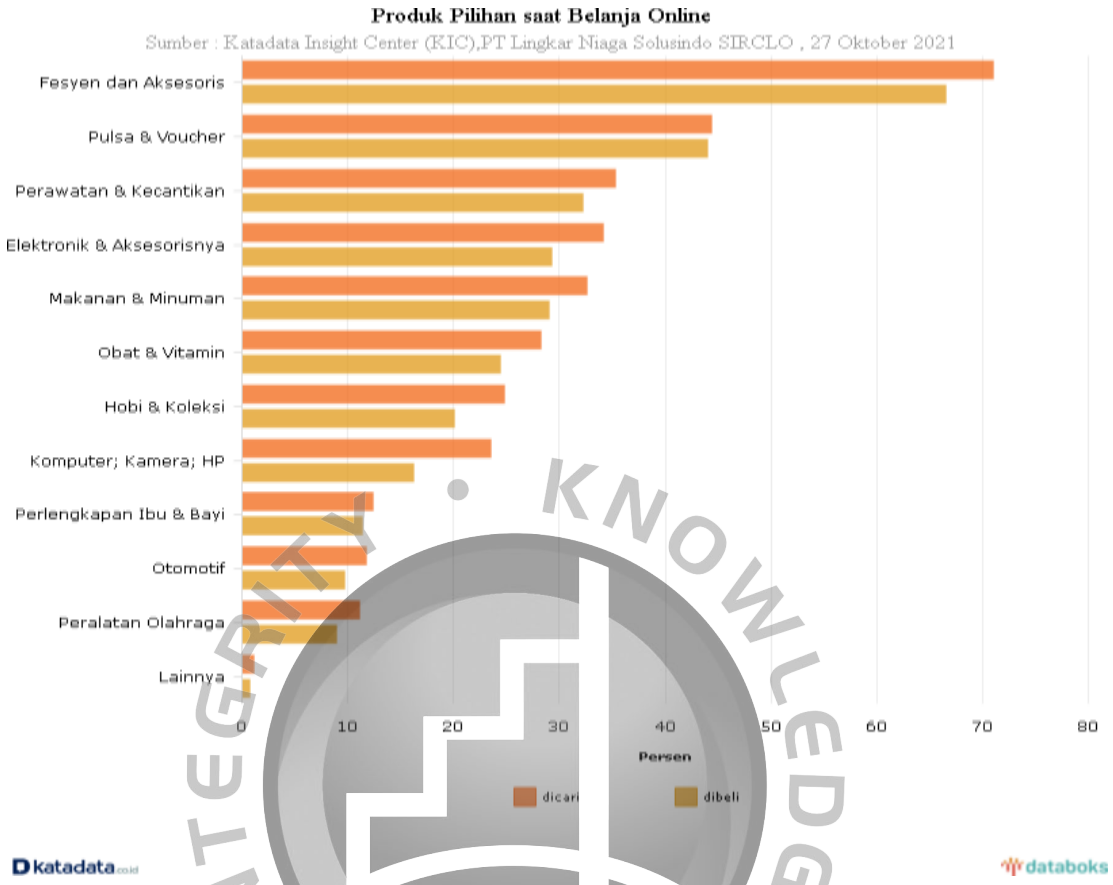
https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022

Gambar 1.1 Data Tren Pengguna Internet dan Media sosial di Indonesia Tahun 2022

Berdasarkan Gambar 1.1 orang Indonesia menggunakan smartphone dan media sosial pada tingkat yang sangat tinggi melebihi jumlah populasi orang Indonesia. Seperti yang bisa dilihat ada sebanyak 370,1 juta orang memiliki ponsel bahkan beberapa individu bisa memiliki lebih dari satu smartphone. Tidak hanya menggunakan smartphone ada juga 191,4 juta orang yang menggunakan media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas individu telah menghambur-hamburkan uang untuk produk dan layanan, terutama di smartphone dan media

sosial.

Perilaku konsumtif ini juga merubah kebiasaan belanja masyarakat di masa pandemi Covid-19. Beberapa daerah memiliki kecenderungan untuk melakukan pembelian impulsif selama pandemi untuk menjaga ketersedian barang tetap ada di dalam rumah. Nielsen IQ mengatakan jumlah konsumen belanja online di Indonesia yang menggunakan e-commerce mencapai 32 juta orang pada 2021. Jumlahnya melesat 88 persen dibandingkan 2020 yang hanya 17 juta orang, beberapa hal yang membuat minat belanja para konsumen meningkat karena adanya promo gratis ongkir (CNN Indonesia, 2021). Hal ini membuat anak muda banyak yang terlibat fenomena peningkatan transaksi online. Menurut survey yang dilakukan oleh perusahaan e-commerce selama pandemi Covid-19, perempuan mendominasi atas sebagian besar pembelian, pengeluaran, dan pendapatan dengan 66,28 persen. Berdasarkan data (Katadata, 2021) 60,3 persen anak muda mengatakan mereka tidak pernah melakukan pembelian online sebelum pandemi. Sementara setelah pandemi tidak ada lagi anak muda yang tidak pernah membeli secara online. Dan sekarang anak muda yang sering membeli kebutuhan secara online meningkat 39,5 persen.



https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/27/produk-fesyen-paling-banyak-dicari-konsumen-saat-belanja-online

Gambar 1.2 Grafik Produk Pilihan dalam Belanja Online

Berdasarkan Gambar 1.2 penjualan terbanyak dari platform e- commerce di Indonesia adalah produk fashion dan aksesorisnya berada pada peringkat pertama sebanyak 71% konsumen memutuskan untuk membeli disusul dengan penjualan pulsa atau voucher sebanyak 44,4% dan peringkat ketiga produk perawatan & kecantikan sebanyak 35,3%. Sedangkan penggunaan platform e-commerce tertinggi itu adalah Shopee. Shopee memberikan banyak tawaran gratis ongkir dan produk-produk yang dijual juga lebih *up to date* sehingga masyarakat

lebih memilih untuk membeli di shopee untuk produk *fashion*. Masyarakat tidak hanya gemar membeli produk *fashion* tetapi produk kecantikan, ponsel maupun produk elektronik. Bahkan tak jarang saat ini masyarakat lebih memilih *coffee shop* dari pada angkringan kaki lima sebagai tempat nongkrong bersama teman-temannya.

Menurut (Afriani et al., 2021) Kegiatan belanja biasa dilakukan dengan berbagai alasan, namun jika dilakukan secara berlebihan hampir pasti akan berdampak merugikan bagi pelakunya. Dalam lingkungan sosial individu didorong untuk terlibat dalam perilaku konsumtif, ini membuat individu untuk selalu tampil menjadi yang terbaru dan dapat mendorong seseorang untuk berlebihan dalam membeli suatu barang karena kebutuhan atau sebagai simbol untuk mempertahankan harga diri mereka. Keinginan untuk hidup mewah dulunya hanya terbatas pada kalangan atas, namun kini menyebar ke kalangan menengah. Mereka yang menjadi bagian darinya akan berusaha untuk melakukan sesuatu yang berbeda, dari mengambil pinjaman hingga bekerja lebih banyak sehingga mereka dapat membeli barang terbaru bahkan jika itu bukan yang mereka butuhkan. Dari hal ini beberapa dari mereka mengambil risiko menggunakan kartu kredit untuk memuaskan hasrat sementara, supaya tidak tertinggal oleh trend yang sedang berkembang. Karena hal ini mereka tidak mengetahui jumlah uang yang dikeluarkan untuk produk terbaru, sehingga banyak dari mereka yang terlambat dalam pembayaran kartu kreditnya.

Berdasarkan kasus diatas, terlihat jelas bahwa sifat konsumtif biasanya

mempengaruhi masa remaja hingga dewasa karena sifatnya yang labil dan kurangnya pengendalian diri, namun perilaku konsumtif bisa terjadi pada orang dewasa karena kebanyakan orang dengan sifat ini mereka takut ketinggalan tren atau disebut FOMO.(*Fear of Missing Out*). Dalam masyarakat modern saat ini, sangat penting untuk mengantisipasi pola konsumsi yang tidak teratur dan sangat penting untuk memprioritaskan permintaan sambil mempertimbangkan kemampuan keuangan untuk menghindari pengeluaran yang lebih besar daripada pendapatan. Hal ini dilakukan agar individu dapat membedakan antara keinginan dan kebutuhan. Oleh karena itu, perlunya pemahaman literasi keuangan menjadi salah satu strategi untuk menghindari kecanduan mengkonsumsi.

Faktor pertama yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah literasi keuangan. Menurut *Program for International Student Assessment* (PISA, 2012) literasi keuangan didefinisikan sebagai "pengetahuan dan pemahaman tentang konsep keuangan dan risiko, keahlian, motivasi, dan kepercayaan diri untuk menerapkan pengetahuan dan pemahaman serta mengambil keputusan pada berbagai aspek keuangan, serta untuk meningkatkan kesejahteraan finansial seseorang atau kelompok." Individu yang melek finansial akan menjadi konsumen yang lebih baik, mampu mengevaluasi kualitas, harga, dan layanan suatu produk secara kritis (Dewi & Sunarto, 2017). Individu harus memiliki kemampuan literasi keuangan agar dapat mengelola keuangannya secara efektif dan menghindari pemborosan uang (Kumalasari & Soesilo, 2019). Dapat disimpulkan bahwa konsumen dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi akan

berperilaku rasional dalam pembeliannya untuk menghindari konsumsi yang berlebihan. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Mintarti, 2016) hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif. Selanjutnya, penelitian yang dilakukan (Prihastuty, 2018), (Qurotaa'yun & Krisnawati, 2019) dan (Harli et al., 2015) menyatakan bahwa literasi keuangan juga berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif. Akan tetapi, penelitian yang dilakukan (Fattah, Indriayu, 2018) menunjukan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif.

https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/20549

Gambar 1.3 Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Nasional

Menurut Survei Nasional Literasi Keuangan (SNLIK) yang dilakukan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2019 menunjukkan indeks literasi keuangan mencapai 38,03% dan indeks inklusi keuangan 76,19%. Angka tersebut meningkat dibanding hasil survei OJK 2016 yaitu indeks literasi keuangan 29,7% dan indeks inklusi keuangan 67,8%. Dengan demikian dalam 3 tahun terakhir terdapat peningkatan pemahaman keuangan (literasi) masyarakat sebesar 8,33%, serta peningkatan akses terhadap produk dan layanan jasa keuangan (inklusi keuangan) sebesar 8,39%.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah gaya hidup. Gaya hidup merupakan salah satu variabel yang mempengaruhi perilaku seseorang (Wahyuni et al., 2019). Masyarakat mulai meniru gaya hidup di negara maju, karena gaya hidup merupakan cerminan dari perilaku dan gaya hidup seseorang dapat dicerminkan melalui aktivitas, hobi, dan pendapatnya (Kusnandar & Kurniawan, 2018). Sesuai dengan penelitian dahulu yang dilakukan (Dilasari et al., 2021), (Kusumaningtyas & Sakti, 2017) dan (Melina & Wulandari, 2018) dimana gaya hidup berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif ini menunjukkan bahwa semakin tinggi gaya hidup brand minded maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif dan sebaliknya semakin rendah gaya hidup maka semakin rendah pula perilaku konsumtif.

Faktor lain selanjutnya yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu pengendalian diri. Pengendalian diri digambarkan sebagai kemampuan untuk

mengendalikan perilaku sendiri. Pengendalian perilaku memiliki arti yaitu sebelum melakukan sesuatu seseorang mempertimbangkan apa yang baik dan benar. Semakin besar pengendalian diri seseorang, semakin besar pula kemampuan seseorang untuk mengendalikan perilakunya. Pengendalian diri membantu dalam mencapai kesuksesan jangka panjang atau tujuan yang lebih besar dengan mengorbankan kesenangan jangka pendek. Tidak akan ada terjadi perilaku konsumtif jika ada tingkat pengendalian diri yang kuat. Seseorang mengatur pengeluarannya dengan menghindari dorongan untuk mengeluarkan uang lebih banyak atau dengan kata lain, membelanjakan uang untuk keinginan daripada kebutuhan.. Penelitian yang dilakukan oleh (Astidewi, 2018) menyimpulkan bahwa pengendalian diri berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif. Sama dengan penelitian (Tribuana, 2020) dan (Dewi & Sunarto, 2017) menyimpulkan bahwa pengendalian diri berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif. Namun berbeda dengan penelitian (Asisi, 2020) bahwa pengendalian diri berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif.

Faktor terakhir yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah sosial demografi. Sosial demografi adalah ilmu yang mempelajari tentang kependudukan (suatu wilayah), terutama mengenai jumlah, struktur (susunan penduduk) dan perkembangannya (perubahannya) dari waktu ke waktu. Variabel demografi meliputi status pekerjaan, status perkawinan, pendapatan, jenis pekerjaan, usia, jenis kelamin, pengalaman kerja, dan tingkat pendidikan. Penelitian yang dilakukan oleh (Themba & Tumedi, 2012) menyatakan bahwa

ada pengaruh antara faktor demografi yaitu usia, jenis kelamin, pendapatan, pendidikan, status pernikahan terhadap perilaku konsumtif. Seseorang yang memiliki perilaku konsumtif tinggi cenderung merupakan wanita lajang atau sudah menikah dengan pendapatan dan pendidikan yang lebih tinggi. Penelitian yang dilakukan oleh (Aminatuzzahra', 2014) dan (Romadhoni et al., 2015) menjelaskan bahwa sosial demografi berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif

Dalam penelitian ini memiliki beberapa perbedaan dari penelitian terdahulu yaitu variabel independen, metode dan objek. Variabel yang peneliti tambahkan yaitu variabel pengendalian diri, metode yang peneliti gunakan yaitu pemodelan SEM di aplikasi SmartPLS dan objek yang ingin dilakukan peneliti ialah pada karyawan perbankan di DKI Jakarta karena adanya beberapa alasan. Menurut (Assauri, 2013) karyawan perbankan yang berinteraksi dengan orang banyak akan cenderung menarik perhatian orang lain untuk membuat orang lain percaya dan simpati, sehingga dapat mendorong karyawan perbankan untuk melakukan membeli produk tanpa pertimbangan yang matang.

Berdasarkan uraian fenomena, teori dan penelitian terdahulu yang telah dipaparkan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Pengendalian Diri, dan Sosial Demografi terhadap Perilaku Konsumtif (Pada Karyawan Perbankan di DKI Jakarta).

1.2 RuangLingkup Masalah

Variabel independen yang ada di dalam penelitian ini adalah Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Pengendalian Diri, Sosial Demografi dengan variabel dependen yang ada di dalam penelitian ini adalah Perilaku Konsumtif. Variabel-variabel tersebut digunakan karena sesuai dengan apa yang telah disampaikan di latar belakang sebelumnya. Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian terdahulu dari (Zahra & Anoraga, 2021) yang berjudul "*The Influence of Lifestyle, Financial Literacy, and Social Demographics on Consumptive Behavior*" dan (Mintarti, 2016)yang berjudul " Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013, memodifikasi model penelitian dengan mengambil satu variabel yaitu pengendalian diri jurnal penelitian (Mintarti, 2016), objek yang diambil dalam penelitian tersebut adalah mahasiswa sebagai fokus utama jurnal yang berada di kampus Jawa Tengah dengan jumlah penggunaan sampel adalah 70 mahasiswa, metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner yang menggunakan pemodelan persamaan analisis regresi berganda menggunakan teknik analisis data yang menggunakan aplikasi SPSS 21 untuk analisis.

Objek penelitian yang dibuat kali ini ditujukan kepada karyawan perbankan yang berdomisili di DKI Jakarta. Sektor perbankan dapat meliputi bank konvensional atau bank syariah yang berstatus kepemilikan berdasarkan bank BUMN, bank daerah atau bank swasta. Dan metode pengumpulan data yang

digunakan adalah kuesioner yang menggunakan pemodelan persamaan struktural (SEM) dan menggunakan teknik analisis data yang menggunakan aplikasi SmartPLS untuk analisis..

1.3 Identifikasi Masalah

Perilaku konsumtif adalah perilaku membeli barang atau jasa tanpa memikirkan sebelumnya. Biasanya melibatkan perasaan dan dicirikan oleh kemewahan (hedonisme), di mana orang memprioritaskan keinginan mereka di atas kebutuhan mereka. Menggunakan barang yang paling mewah akan membuat seseorang merasa nyaman dan puas secara fisik.

Karyawan di suatu perusahaan sering menerapkan kebiasaan buruk, seperti menggunakan gaji untuk pergi ke pesta bersama teman dan membeli produk yang populer di masyarakat. Karyawan menerima manfaat berupa kredit, karyawan juga berusaha meningkatkan kesejahteraan dalam kehidupan sehari-hari, selain menerima bayaran dari dunia usaha tapi juga menerima pinjaman khususnya bank.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan diatas, maka permasalahan yang akan dikaji dan dibahas dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah Literasi Keuangan berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif pada Pada Karyawan Perbankan di DKI Jakarta?
2. Apakah Gaya Hidup berpengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif pada

Pada Karyawan Perbankan di DKI Jakarta?

3. Apakah Pengendalian Diri berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Pada Karyawan Perbankan di DKI Jakarta?
4. Apakah Sosial Demografi berpengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif pada Pada Karyawan Perbankan di DKI Jakarta?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat oleh penulis, maka penulis tertarik untuk melakukan sebuah pengujian dan penganalisaan lebih jauh terkait fenomena yang terjadi. Maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui dan menganalisa bagaimana pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif pada Pada Karyawan Perbankan di DKI Jakarta.
2. Mengetahui dan menganalisa bagaimana pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif pada Pada Karyawan Perbankan di DKI Jakarta.
3. Mengetahui dan menganalisa bagaimana pengaruh Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif pada Pada Karyawan Perbankan di DKI Jakarta.
4. Mengetahui dan menganalisa bagaimana pengaruh Sosial Demografi terhadap Perilaku Konsumtif pada Pada Karyawan Perbankan di DKI Jakarta.

1.6 Batasan Masalah

Agar penelitian ini tidak menyimpang dan keluar dari tujuan semula yang direncanakan sehingga lebih mudah mendapatkan data dan informasi yang diperlukan, maka peneliti menetapkan batasan – batasan permasalahan sebagai berikut :

1. Penelitian dan penulisan ini mengutamakan pembahasan mengenai literasi keuangan, gaya hidup, pengendalian diri, dan sosial demografi terhadap perilaku konsumtif.
2. Penelitian ini hanya dilakukan di DKI Jakarta
3. Populasi yang akan diambil sebagai sampel adalah Karyawan Perbankan dikarenakan sudah mempunyai penghasilan.

1.7 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberi manfaat bagi pihak-pihak berikut:

1. Bagi Peneliti

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperdalam ilmu pengetahuan untuk memperluas wawasan dan menganalisis masalah-masalah aktual yang terjadi khususnya yang berhubungan dengan perilaku konsumtif.
2. Bagi Pembaca

   Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk mengembangkan pengetahuan dan wawasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku

Pengaruh Literasi Keuangan..., Indah Permata Rusadi, Ma.-IBS, 2022

konsumtif dikalangan karyawan perbankan di DKI Jakarta.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

   Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan serta dapat menjadi bahan referensi dalam melakukan penelitian sejenis.

1.8 Sistematika Penulisan

BAB I : Pendahuluan

Bab ini terdiri dari Latar Belakang, Ruang Lingkup Masalah, Identifikasi Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan penelitian, Batasan Masalah, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II : Landasan Teori

Bab ini terdiri dari Landasan Teori yang menjelaskan tentang teori-teori yang berkaitan dengan perumusan masalah yang akan dibahas, didukung dengan penelitian terlebih dahulu. Landasan teori menjelaskan bahan dasar awal yang akan dibahas untuk permasalahan yang akan diteliti, sehingga menimbulkan hipotesis.

BAB III : Metode Penelitian

Berisi tentang cara-cara meneliti yang menguraikan variabel penelitian dan definisi operasional, penentuan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis yang digunakan

BAB IV : Hasil dan Pembahasan

Pengaruh Literasi Keuangan..., Indah Permata Rusadi, Ma.-IBS, 2022

Merupakan bab inti pada penelitian ini. Di dalam bab ini diuraikan mengenai deskripsi hasil analisis pembahasan objek penelitian.

BAB V : Penutup

Merupakan bab akhir yang berisi simpulan dari laporan penelitian yang telah dilakukan berdasarkan hasil analisis dan pembahasan serta saran bagi pihak-pihak yang berkepentingan terhadap hasil penelitian, maupun bagi penelitian selanjutnya.

INTEGRITY • KNOWLEDGE • SKILL