

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang masalah

Satu dari kemampuan yang harus dimiliki oleh setiap individu di era modern pada saat sekarang ini adalah kecerdasan finansial. Kecerdasan finansial adalah pengetahuan dalam mengelola aset pribadi (Widyawati, 2012). Hal ini penting dalam upaya mengelola aset keuangan pribadi. Individu harus memiliki suatu pengetahuan dan keterampilan untuk mengelola sumber keuangan pribadinya secara efektif demi keamanan secara finansial (*Financially secured*). Untuk memahami isu-isu yang berkaitan dengan pengelolaan aset keuangan setiap individu, Seseorang harus mengelola keuangan pribadinya dalam satu cara atau berbeda cara. Seperti, sebagian individu cenderung untuk menyimpan banyak informasi, Sebagian lain ingin mengumpulkan informasi sebelum melakukan transaksi pembelian, dan sebagian lainnya ingin mengikuti insting mereka (Kapoor, Labay & Hughes, 2014). Pengalaman dalam mengelola keuangan untuk masa depan sangat diperlukan, begitu juga dengan perencanaan investasi agar dapat terfokus dan bijaksana, karena jika seseorang kekurangan pengetahuan dalam manajemen keuangan dapat menyebabkan permasalahan keputusan keuangan setiap hari (Silvy & Yulianti, 2013).

Money attitude atau sikap terhadap uang merupakan topik penting dalam penelitian di bidang ekonomi dan psikologi konsumen (Von Stumm, O’Creevy & Furnham, 2013). Taneja (2012) mengemukakan bahwa *Money Atitude* merupakan faktor penentu dari perilaku keuangan seseorang. Lebih lanjut lagi, Uang adalah

hal yang bersifat universal, Akan tetapi *Money Attitude* setiap individu yang membuat perbedaan. Dari penjelasan diatas secara konseptual dapat disimpulkan bahwa *Money Attitude* sebagai sikap yang menentukan bagaimana persepsi tiap-tiap individu terhadap uang.

Sejalan dengan meningkatnya pemikiran akan betapa pentingnya uang dalam kehidupan seseorang di dunia modern seperti saat sekarang ini, Maka dari itu penting untuk mengerti bagaimana *Money Attitude* berperan dalam menentukan perilaku individu terhadap uang, Justifikasi hal tersebut berasal dari studi mengenai pentingnya *Money Attitude* yang berasal dari kuatnya hubungan sebab dan akibat antara sikap dan perilaku, Taneja (2012).

Money Attitude menurut Shih (2009) merupakan faktor yang memainkan kontributor penting dalam menentukan perilaku keuangan seseorang untuk kesuksesan atau kegagalan keuangan (Sjam, 2015). *Money Attitude* memiliki lima sub-dimensi yang masing-masingnya memiliki andil dalam mengukur seberapa baik seseorang dalam menyikapi uang. Sub dimensi *power prestige* merupakan faktor yang menilai tinggi rendahnya seseorang pada penggunaan uang sebagai alat untuk mempengaruhi dan mengesankan orang lain dan sebagai simbol keberhasilan, sementara *retention time* merupakan sub dimensi yang mengukur perencanaan keuangan yang cermat dan memantau kedisiplinan seseorang dalam mengelola keuangan dalam jangka waktu tertentu. *Distrust* adalah sub dimensi yang menilai tinggi rendahnya rasa ragu-ragu, curiga, dan kecemasan yang berkenaan dengan situasi yang melibatkan uang dan kurang percaya pada kemampuan mereka untuk membuat keputusan pembelian yang efisien, takut

dimanfaatkan dan menghabiskan uang terlalu banyak (*overpaying*). *Quality* adalah sub dimensi yang menilai tinggi rendahnya seseorang pada penggunaan uang demi mendapatkan kualitas yang terbaik pada setiap pembelian sebuah barang dan *anxiety* merupakan sub dimensi yang menilai tinggi rendahnya seseorang dalam melihat uang sebagai sumber kecemasan karena mereka memperlihatkan perilaku yang mengkhawatirkan ketika berurusan dengan uang, mengkhawatirkan keamanan finansial dan juga sumber perlindungan dari kecemasan dengan melakukan pencarian barang dengan harga yang murah. Kelima sub-dimensi dari *Money Attitude* diketahui berpengaruh sebagai faktor penentu perilaku pengelolaan keuangan seseorang, individu dengan *Money Attitude* yang positif akan lebih mungkin untuk membayar tagihan tepat waktu, memiliki anggaran keuangan dan menabung untuk masa depan (Akben & Selcuk 2015; Mishra, Tatzel, Arun & Abidi 2014).

Simmel (2004) dalam bukunya *The Philosophy of Money*, Menjelaskan bahwa uang memainkan peran sosiologis besar pada interaksi sosial dan budaya suatu masyarakat. Masyarakat menjadi secara obsesif didorong oleh uang. Uang memang cenderung dapat berkembang menjadi kekuatan psikologis dimana ia berfungsi sebagai sarana untuk suatu tujuan yang bisa berakhir ke dalam hal materialisme atau kesombongan. Perkembangan dari berbagai penelitian telah mendokumentasikan hubungan antara sikap *Materialism* dan *Money Attitude*, yang mana didefinisikan sebagai sikap dalam melabeli nilai tinggi pada pendapatan dan kepemilikan materi, Deckop, Jurkiewicz & Giacalone (2010). Selanjutnya sikap *Materialism* adalah hal mutlak dalam memberikan kepuasan

langsung kepada orang yang berada di bawah pengaruh kecenderungan materialistis, membeli atau mengkonsumsi produk (Hsee, Yang, Li, & Shen, 2009). Orang materialistis juga menggunakan harta mereka untuk mencerminkan identitas mereka (Rimple, Srikant, Naseem, & Kumar, 2015; Falahati, Sabri, & Paim, 2012).

Secara khusus, kelima sub dimensi *dari Money Attitude* juga terkait dengan tingkatan seseorang dengan *Materialism*. Menurut Durvasula & Lysonski (2010) sikap *Materialism* merupakan keyakinan akan pentingnya materi untuk satu identitas dan tujuan dalam hidup. Selanjutnya uang memungkinkan seseorang untuk memenuhi impuls materialistis. Sikap *Materialism* diakui sebagai faktor yang mempengaruhi seseorang dalam bertindak terhadap uang (Tatzel 2002; Durvasula & Lysonski 2010; Mishra, et al. 2014).

Taneja (2012) berpendapat bahwa uang merupakan motif yang kuat dan berpengaruh dalam perilaku pembelian, kebanyakan orang memperlihatkan bahwa nilai psikologi dari uang lebih besar dari nilai ekonomisnya sehingga apabila seorang mendapatkan kemudahan dalam pembiayaan untuk membeli produk yang konsumen tersebut inginkan akan mendorong konsumen tersebut untuk mencari produk yang lebih baru dan semakin sering untuk berganti ganti produk tersebut sesuai dengan selera konsumen karena mengikuti tren yang sedang berlangsung. Menurut Sholihah & Kuswardani (2015) perilaku membeli disini tidak lagi menempati fungsi yang sesungguhnya, akan tetapi menjadi suatu ajang pemborosan biaya. *Compulsive Buying* termasuk dalam perilaku pembelian berdasarkan emosi dari seseorang sehingga akan berkaitan dengan kepribadian

konsumen itu sendiri. *Compulsive buying* juga mengambil dimensi *Money Attitude* sebagai faktor penentu yang mempunyai suatu efek signifikan dalam penelitian perilaku konsumen, Taneja (2012). Penelitian dari Lusardi & Curto (2010) menemukan bagaimana 3 dari 5 sub dimensi *Money Attitude* mempunyai andil dalam *Compulsive Buying* pada setiap individu. Dijelaskan bahwa konsumen yang tidak peduli terhadap harga menyebabkan terjadinya pembelian yang kompulsif. Terkait dengan hal ini, Spinella, Lester & Yang (2014) juga mengemukakan bahwa *Compulsive Buying* mempunyai keterkaitan dengan *Money Attitude* dan berpengaruh terhadap pola konsumen dalam menghabiskan uang.

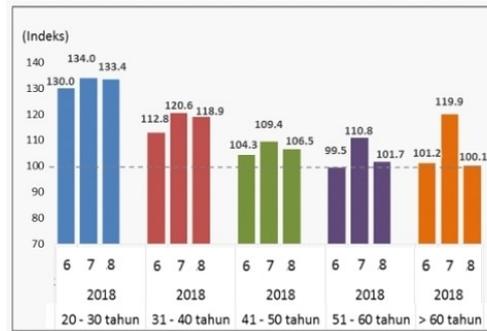
Pada saat sekarang ini, dengan gaya hidup modern yang dikenal dengan gaya hidup yang menyajikan kesenangan pribadi atau disebut juga dengan gaya hidup hedonisme, Menyebabkan adanya perilaku konsumtif, dan cenderung kompulsif (Sholihah, et al. 2015). Williams & Grisham (2012) juga berpendapat bahwa nilai hedonis dapat memunculkan perilaku pembelian yang negatif, salah satunya disebut dengan perilaku *Compulsive Buying* dimana konsumsi yang kompulsif selalu mendorong seseorang untuk melakukan pembelian diantaranya karena keinginan untuk memuaskan perasaan emosional yang mendesak akibat dorongan untuk membeli yang terlalu kuat, keinginan untuk mengoleksi barang-barang pada kategori tertentu, untuk pencitraan diri agar diterima dalam tren pergaulan, Terkait dengan pola konsumsi kebanyakan orang saat sekarang ini, sebagian dari mereka cenderung memperlihatkan perilaku *Compulsive Buying*, perilaku *Compulsive Buying* tidak berhubungan dengan status sosial tertentu,

dalam kenyataannya konsumen yang berperilaku kompulsif tersebar di semua kalangan sosial masyarakat.

Durvasula & Lysonski (2010) berpendapat bahwa pada orang dewasa, salah satu dari banyak faktor paling umum yang diteliti adalah bagaimana *Money Attitude* seseorang dan bagaimana cara setiap individu dalam melakukan pengelolaan keuangan, karena hal ini dijadikan faktor utama yang memberi kontribusi terhadap kesulitan keuangan maupun kepuasan dalam hal keuangan. *Financial Satisfaction* berkaitan dengan bagaimana individu memandang situasi keuangan mereka (Carbonell & Gërkhani 2011). *Financial Satisfaction* dan dampaknya terhadap kualitas hidup telah menerima banyak perhatian dalam beberapa dekade terakhir. Mengembangkan pendapat dari Joo & Grable (2004), *Financial Satisfaction* seseorang berasal dari penilaian subjektif dari situasi keuangan masing-masing individu, dimana keadaan finansial tersebut sehat, bahagia dan bebas dari khawatir. Memahami lebih lanjut tentang faktor-faktor multidisiplin *Financial Satisfaction* dapat membantu generasi produktif usia muda dalam mengelola keuangan mereka dengan lebih baik, generasi produktif usia muda adalah objek utama dalam penelitian-penelitian saat ini, dikarenakan mereka memiliki masa depan dalam karir dan sebagai kontributor tenaga kerja, Kelompok ini juga memiliki tabungan yang rendah dan mengalami masalah keuangan selama masa aktif di kampus, semua faktor diatas memiliki pengaruh yang signifikan pada keadaan mereka di masa kini, untuk kondisi rumah tangga di masa depan dan karir hidup mereka, (Falahati et al. 2012)

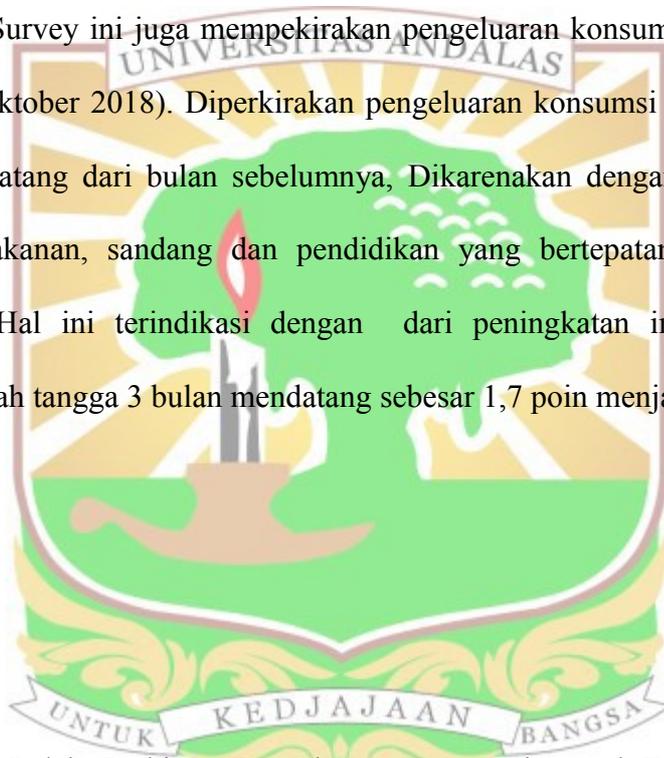
Terkait dengan hal tersebut, Perlu diketahui bagaimana kondisi faktual dari *Money Attitude* setiap individu terhadap uang yang dimilikinya yang dapat diukur melalui lima sub dimensi *Money Attitude*. Menurut Haveman & Wolff (2005) generasi produktif usia muda menghadapi keadaan-keadaan yang menantang dalam hal membuat pilihan untuk keuangan pribadi mereka. Orang dewasa atau utamanya yang berada dalam generasi produktif usia muda dianggap sebagai seseorang yang berada di rentang usia 20 sampai 40 tahun, Orang-orang dalam rentang usia ini, dimana kondisi rumah tangga mereka memiliki pendapatan yang relatif rendah dan hanya memiliki beberapa aset seperti kendaraan dan tabungan. Bagaimanapun, dalam tahap kehidupan inilah dimana waktu ketika generasi produktif usia muda membuat keputusan dan investasi yang signifikan untuk masa depan mereka, dan sebagian besar melibatkan utang (Sabri & Zakaria, 2015).

Terkait dengan pemaparan tersebut, Hasil *monthly survey* Indeks Kepercayaan Konsumen (IKK) terhadap konsumen yang dilakukan Bank Indonesia pada kurang lebih 4600 responden yang telah memiliki penghasilan tetap per-bulan pada 18 kota di Indonesia, dimana salah satu kota yang mewakili sampel adalah konsumen kota Padang, Survey ini bertujuan untuk mengetahui keyakinan konsumen mengenai kondisi ekonomi yang tercermin dari tingkat konsumsi responden dan ekspektasi konsumen terhadap kondisi perekonomian 3-6 bulan mendatang. IKK merupakan rata-rata sederhana dari Indeks Kondisi Ekonomi (IKE) saat ini dan Indeks Ekspektasi Konsumen. Survey menunjukkan hasil Indeks Penghasilan Konsumen per- Agustus 2018 tercatat turun dibanding bulan sebelumnya, Penurunan ini terjadi pada seluruh kategori usia.



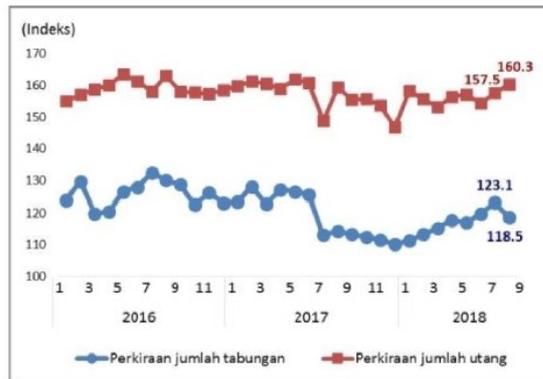
Gambar 1.1 Indeks Penghasilan per-Kelompok Usia, *sumber: Bank Indonesia 2018*

Namun hal ini tidak meminimalisir keinginan konsumen untuk menekan pengeluaran. Survey ini juga mempekirakan pengeluaran konsumsi pada 3 bulan mendatang (Oktober 2018). Diperkirakan pengeluaran konsumsi meningkat pada 3 bulan mendatang dari bulan sebelumnya, Dikarenakan dengan meningkatnya kebutuhan makanan, sandang dan pendidikan yang bertepatan dengan tahun ajaran baru. Hal ini terindikasi dengan dari peningkatan indeks perkiraan konsumsi rumah tangga 3 bulan mendatang sebesar 1,7 poin menjadi 166,1.



Gambar 1.2 Indeks Perkiraan Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga 3 bulan mendatang, *sumber: Bank Indonesia 2018*

Sejalan dengan melemahnya ekspektasi penghasilan dan banyaknya pengeluaran, Responden memperkirakan jumlah tabungan juga akan mengalami penurunan, sebaliknya jumlah utang diperkirakan meningkat. Indeks perkiraan jumlah tabungan 6 bulan mendatang menurun 4,6 poin menjadi 118,5, sementara indeks perkiraan jumlah utang 6 bulan mendatang meningkat 2,8 poin menjadi 160,3.



Gambar 1.3 Indeks Perkiraan Jumlah Tabungan dan Utang Rumah Tangga 6 bulan mendatang, sumber: Bank Indonesia 2018

Kesimpulan dari hasil survey ini, merupakan kombinasi dari masalah keuangan seperti kenaikan jumlah utang, penghasilan yang rendah dan rendahnya jumlah tabungan dapat mempengaruhi kesejahteraan keuangan individu. Menurut Lusardi, Mitchell & Curto (2010), Generasi produktif usia muda pada saat ini menampilkan ketidakacuhan pada kondisi keuangan mereka, khususnya yang berkaitan dengan tabungan, investasi cerdas, penggunaan kartu kredit dan perilaku berhutang. Generasi produktif usia muda juga menunjukkan rendahnya tingkat melek finansial, terutama ketika ditanya tentang suku bunga, inflasi dan risiko diversifikasi. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk menganalisis bagaimana faktor dari sub dimensi *Money Attitude* dan pengaruhnya terhadap sikap *Materialism*, *Compulsive Buying* dan *Financial Satisfaction*. Penelitian ini akan mengambil sampel dari kelompok generasi produktif usia muda dengan kategori usia 20-40 tahun yang berada di Kota Padang.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, dapat dikemukakan suatu permasalahan yaitu :

1. Bagaimana Pengaruh sub-dimensi *Money Attitude* terhadap sikap *Materialism* generasi produktif usia muda di Kota Padang?
2. Bagaimana Pengaruh sub-dimensi *Money Attitude* terhadap *Compulsive Buying* pada generasi produktif usia muda di Kota Padang?
3. Bagaimana Pengaruh sub-dimensi *Money Attitude* terhadap *Financial Satisfaction* pada generasi produktif usia muda di Kota Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat faktor *Money Attitude* dalam mempengaruhi kecenderungan sikap *Materialism*, *Compulsive Buying* dan *Financial Satisfaction* pada generasi produktif usia muda di kota Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

Secara khusus penelitian ini mempunyai tujuan:

1.4.1 Manfaat bagi praktisi :

Adapun manfaat dari penelitian ini bagi praktisi adalah diharapkan penelitian ini mampu memberikan manfaat dalam mengidentifikasi *Money Attitude* dalam mempengaruhi *Compulsive Buying*, sikap *Materialism* dan *Financial Satisfaction* pada generasi produktif usia muda di kota Padang.

1.4.2 Manfaat bagi masyarakat :

Dapat menyadari pentingnya persepsi *Money Attitude* dan menyadari pengaruhnya terhadap pengelolaan keuangan pribadi ditengah beragamnya kebutuhan individu dan produk keuangan. Selanjutnya dapat meningkatkan kemampuan generasi produktif usia muda dalam pengelolaan anggaran,

pengelolaan pembelanjaan, dan kontrol diri dalam berbelanja.

1.4.3 Manfaat bagi pengembangan ilmu:

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi penelitian dimasa yang akan datang yang terkait dengan *Money Attitude*, *Materialism*, *Compulsive Buying* dan *Financial Satisfaction*.

1.5 Ruang Lingkup Pembahasan

Ruang lingkup yang dibahas dalam penelitian ini merupakan pengaruh dari *Money Attitude* terhadap *Materialism*, *Compulsive Buying* dan *Financial Satisfaction* terhadap karyawan muda. Penelitian ini mengambil sampel dari generasi produktif usia muda dengan rentang usia 20-40 tahun, telah memiliki pendapatan dan lokasi penyebarannya berada di kota Padang.

1.6 Sistematika Penulisan

Secara keseluruhan penelitian ini terdiri dari lima bab dengan sistematika sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup pembahasan dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN LITERATUR

Pada bab ini berisi kajian pustaka yaitu penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini dan teori- teori yang berhubungan dengan *Money Attitude*, *Materialism*, *Compulsive buying*, dan *Financial satisfaction*.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menegaskan desain penelitian, metode dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang kemudian dapat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang pembahasan yang berisikan data-data yang telah dikumpulkan dan diolah, kemudian untuk mendapatkan solusi dari permasalahan yang sedang dihadapi.

BAB V : PENUTUP

Bab ini memberikan kesimpulan dan implikasi dari penelitian. Pada bab ini juga dijelaskan keterbatasan penelitian dan saran untuk penelitian selanjutnya.

