

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di era digital ini telah banyak terjadi perubahan-perubahan dari segala macam aspek kehidupan dan global yang sudah tidak dapat dielakkan lagi. Salah satu perubahan tersebut adalah perubahan dari gaya hidup. Gaya hidup berkaitan erat dengan perkembangan zaman dan teknologi, dimana seseorang saat ini cenderung mengikuti tren. Seperti tren berbelanja saat ini, banyaknya *online shop* yang menyediakan barang-barang dengan harga yang cukup bersaing sehingga hal ini memudahkan para konsumen memilih barang-barang dengan harga murah.

Menurut Minor dan Mowen (2002) dalam penelitian Muchsin (2017), gaya hidup menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana membelanjakan uangnya, dan bagaimana mengalokasikan waktu. Dengan banyaknya perubahan-perubahan yang terjadi, segala macam kebutuhan pun menjadi beragam, sehingga untuk memenuhi suatu kebutuhan tertentu seseorang seringkali didorong oleh motif tertentu untuk mendapatkan kebutuhan tersebut. Mendapatkan sesuatu yang diinginkan pada saat ini bukanlah hal yang sulit lagi, dengan berbagai macam fasilitas yang disediakan oleh beberapa lembaga pembiayaan atau perkreditan, kebutuhan dan sesuatu yang diinginkan tersebut

dengan mudah didapatkan. Fenomena tersebut dapat mendorong seseorang menjadi konsumtif.

Endang (2013) menyatakan bahwa perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai kecenderungan seseorang untuk berperilaku secara berlebihan dalam membeli dan menggunakan sesuatu secara irasional dan lebih mengutamakan keinginan dari pada kebutuhan. Pada saat ini perilaku konsumtif sudah menyebar di berbagai kalangan masyarakat, baik pada kalangan dewasa, anak muda maupun pada remaja. Namun, perilaku konsumtif individu dapat dilihat dari kebiasaan membeli dan membelanjakan uang individu atau disebut juga dengan *spending habits*.

Spending Habits (kebiasaan membelanjakan uang) adalah cara atau bentuk pendekatan yang digunakan oleh individu dalam melakukan aktifitas mencari, membeli, dan mengkonsumsi produk maupun jasa, serta dapat dilihat melalui kebutuhannya (Huddleston dan Minahan, 2011). Sementara, Furnham (1999) mendefenisikan *spending habits* sebagai kecenderungan seseorang dalam membelanjakan uangnya untuk memenuhi keinginan (perilaku boros). Dengan demikian, dapat diartikan bahwa *spending habits* mempunyai kaitan dengan perilaku konsumtif.

Gabriela (2016), *spending habits* dapat berpotensi memberikan dampak negatif terhadap keputusan keuangan apabila disertai dengan tingkat konsumsi yang tinggi. Biasanya, masyarakat kelas atas dan menengah memiliki kebiasaan berbelanja yang berlebihan, namun hal ini juga terjadi pada masyarakat kelas

bawah yang juga cenderung dalam kebiasaan berbelanja yang berlebihan. Noll Herberz H dan Weick Stefan (2007) menemukan bahwa kaum berpendapatan rendah di Jerman sebesar 55% merupakan kaum *overspenders*. Namun, hasil penelitian yang dilakukan oleh Mittal dan Vyas (2009) menyatakan bahwa seseorang yang memiliki penghasilan diatas rata-rata lebih cenderung percaya diri dalam membelanjakan uangnya. Artinya orang yang berpendapatan tinggi memiliki kebiasaan berbelanja (*spending habits*) yang ketat.

Berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh UCWeb pada tahun 2016 dengan jumlah partisipan sebanyak 2.829 pengguna internet mobile terlihat bahwa 76.4% dari seluruh partisipan mengakui berbelanja *online* setidaknya sekali dalam sebulan dan membelanjakan rata-rata sebesar Rp100.000 setiap bulan. Dalam survey tersebut ada beberapa temuan lainnya yaitu 72,2% orang yang berbelanja secara *online* biasanya menghabiskan paling tidak 1 jam untuk berbelanja, dan 87,4% dari mereka berbelanja melalui perangkat *mobile*. Berbelanja melalui perangkat mobile memberikan kemudahan dan keefektifan konsumen dalam berbelanja. Selain itu banyak *market place* atau *online shop* yang memberikan fasilitas terhadap konsumen seperti gratis ongkos kirim, pemberian diskon dan kenyamanan berbelanja. Sehingga hal ini dapat mempengaruhi seseorang dalam berbelanja.

Setiap kalangan masyarakat tentunya memiliki pola dan kebiasaan belanja atau mengeluarkan uangnya yang berbeda- beda. Hal itu, tidak lain dapat dilihat dari pekerjaan, pendapatan, jenis kelamin, gaya hidup, dan

lingkungan sekitar. Seperti pada karyawan yang memiliki pekerjaan tetap dan pendapatan tetap perbulannya. Para karyawan cenderung memboroskan uang yang telah diperoleh karena yakin bahwa bulan depan akan memperoleh gaji sehingga merasa leluasa dalam membelanjakan uang. Ditambah dengan berbagai macam pengaruh yang datang dari teman di lingkungan kerja, hal ini dapat menyebabkan seseorang memiliki kebiasaan belanja yang buruk seperti tergoda diskon, sering gesek kartu debit, mengikuti tren, belanja tanpa berpikir dan penggunaan kartu kredit.

Okfrima dan Ulfadilah (2018) menyatakan bahwa karyawan biasa berbelanja tanpa ada daftar belanjaan ataupun target apa saja yang akan dibeli pada saat itu, ketika berbelanja mereka mengetahui bahwa barang yang akan mereka beli sudah dimiliki sebelumnya maupun sedang tidak diperlukan, namun mereka tetap membelinya. Selain itu, mereka selalu tergiur dengan diskon-diskon yang ada di pusat perbelanjaan, sehingga akhirnya mereka membeli barang-barang yang sebenarnya belum diperlukan. Tidak hanya itu saja, karyawan terus memperbarui alat komunikasi mereka sesuai dengan perkembangan zaman tanpa memikirkan biaya yang akan dikeluarkan untuk membeli barang tersebut.

Dalam pengambilan keputusan keuangan juga dipengaruhi oleh faktor demografi. Faktor demografi merupakan faktor eksternal yang dapat mempengaruhi seorang individu dalam berperilaku dan mengambil keputusan. Faktor demografi terdiri dari usia, jenis kelamin, pendidikan, pendapatan dan

lain-lain. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hendra dan Rita (2018) menyatakan bahwa antara jenis kelamin laki-laki dan perempuan memiliki perbedaan *spending habits*, dimana perempuan lebih ketat dalam melakukan *spending habits*. Dilihat dari tingkat pendidikan, faktor pendidikan tidak memiliki perbedaan dalam melakukan *spending habits*. Artinya individu yang memiliki pendidikan tinggi maupun rendah tidak memiliki perbedaan dalam melakukan *spending habits*. Sementara dari segi pendapatan, karyawan yang memiliki penghasilan tinggi lebih ketat dalam melakukan *spending habits* dibandingkan karyawan yang memiliki penghasilan rendah dan sedang. Hal ini menunjukkan bahwa adanya perbedaan *spending habits* berdasarkan tingkat penghasilan.

Dalam penelitian ini, peneliti hanya mengambil faktor demografi berdasarkan jenis kelamin, tingkat pendidikan dan tingkat pendapatan. Peneliti memilih faktor ini karena Mahdzan dan Tabiani (2013) menemukan bahwa faktor demografi yang memiliki hubungan dengan perilaku keuangan hanya tiga faktor yaitu jenis kelamin, pendidikan dan pendapatan.

Spending habits seseorang dapat juga dipengaruhi oleh pengetahuan dan kemampuan seseorang dalam mengelola keuangannya atau disebut dengan *financial literacy*. *Financial Literacy* merupakan pengetahuan keuangan, kemampuan memahami keuangan, serta kemampuan untuk mengaplikasikan keuangan untuk mencapai kesejahteraan dalam keuangan dan mampu mencari

solusi ketika berhadapan dengan masalah keuangan. *Financial Literacy* menurut Otoritas Jasa Keuangan adalah pengetahuan (*knowledge*), keyakinan (*confidence*), dan keterampilan (*skill*), yang mempengaruhi sikap (*attitude*) dan perilaku (*behavior*) untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan.

Cummins (2009) mengungkapkan bahwa kemampuan seseorang untuk mengelola keuangannya menjadi salah satu faktor penting untuk mencapai sukses dalam hidup sehingga pengetahuan akan pengelolaan keuangan yang baik dan benar menjadi penting bagi setiap kalangan masyarakat. Lusardi dan Mitchell (2006) mengatakan bahwa seseorang dengan *financial literacy* yang tinggi, cenderung menyimpan uang yang dimiliki untuk kesejahteraan yang lebih baik di masa mendatang. Hal ini berarti semakin tinggi *financial literacy* seseorang, maka semakin ketat *spending habits* seseorang.

Penelitian yang dilakukan oleh Peng, Bartholomae, Fox dan Cravener (2007), menyatakan bahwa siswa dengan tingkat *financial literacy* yang tinggi akan membuat keputusan belanja yang baik dalam situasi tertentu. Hal ini, sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Pillai, Carlo dan D'souzan (2010) menyebutkan bahwa mahasiswa dengan tingkat *financial literacy* yang tinggi akan membuat keputusan belanja yang baik untuk menghindari hutang yang berlebihan dan pengeluaran yang tidak perlu. Maka, dari pernyataan diatas dapat diartikan bahwa *spending habits* seorang karyawan dapat dilihat dari tingkat *financial literacy* karyawan tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Valeska (2017) mengenai pengaruh *financial literacy*, *budgeting*, dan *consumer spending self-control* terhadap *spending habits*, menyatakan bahwa bahwa *financial literacy* berpengaruh signifikan dengan koefisien positif terhadap *spending habits*. Artinya *financial literacy* yang semakin tinggi cenderung mendorong seseorang memiliki *spending habits* yang baik. Sementara Byrne (2007) menemukan bahwa pengetahuan keuangan (*financial literacy*) yang rendah akan menyebabkan pembuatan rencana keuangan yang salah dan menyebabkan bias dalam pencapaian kesejahteraan. Dapat disimpulkan bahwa, seseorang yang memiliki tingkat *financial literacy* yang rendah cenderung memiliki kebiasaan belanja atau mengeluarkan uang (*spending habits*) yang kurang baik atau buruk.

Dalam pengambilan keputusan keuangan seseorang dapat dipengaruhi oleh faktor psikologis seperti *overconfidence*. *Overconfidence* menjadi salah satu fenomena bagi kehidupan manusia, dimana seseorang memiliki kepercayaan diri yang berlebihan sehingga merasa dirinya baik dan mendorong untuk melakukan sesuatu diluar batas kapasitas yang dimiliki. *Overconfidence* salah satunya disebabkan oleh *illusion of control*. Menurut Lewis (2008), *illusion of control* membuat seseorang percaya bahwa peristiwa yang akan terjadi dimasa depan dapat dipengaruhi dan dikendalikan.

Lundeberg, dkk (1994) menyatakan bahwa laki-laki dan perempuan sama-sama memiliki sikap *overconfidence*, tetapi biasanya laki-laki lebih *overconfidence*. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Hendra dan Rita (2018)

mengenai komparasi *spending habits* karyawan berdasarkan faktor demografi dan *overconfidence* menyatakan bahwa seseorang yang *overconfidence* lebih cenderung melakukan *spending habits* yang berlebihan.

Berdasarkan hasil penelitian Barber dan Odean (2001) serta Bhandari dan Deaves (2006) juga menyatakan bahwa seseorang dengan *overconfidence* berlebihan, berpeluang melakukan transaksi yang berlebihan. Menurut Gabriela (2016), Semakin tinggi perilaku *overconfidence* seseorang semakin longgar *spending habits* yang dimiliki dan semakin rendah perilaku *overconfidence* yang dimiliki seseorang maka semakin ketat *spending habits* yang dimiliki.

Penelitian ini dilakukan pada pegawai Bank Sentral Republik Indonesia yaitu Bank Indonesia Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Barat. Alasannya, Bank Indonesia merupakan lembaga Negara yang berwenang mengatur dan mengelola segala kebijakan moneter dan sistem pembayaran. Dilihat dari tingkat pendidikan, Bank Indonesia merekrut karyawannya dengan kualifikasi tingkat pendidikan yang cukup tinggi.

Selaku bank sentral, Bank Indonesia mempunyai otonomi penuh dalam merumuskan dan melaksanakan setiap tugas dan wewenangnya sebagaimana ditentukan dalam UU No.6 tahun 2009 menjelaskan bahwa Bank Indonesia suatu lembaga Negara yang independen dalam melaksanakan tugas dan wewenangnya, bebas dari campur tangan pemerintah dan/atau pihak lain, kecuali hal-hal yang secara tegas diatur dalam undang-undang. Maka dapat

disimpulkan bahwa Bank Indonesia selaku lembaga Negara yang independen tentunya memberikan gaji pegawai yang cukup tinggi dibandingkan dengan bank umum. Hakum (2015), Bank Indonesia memberikan gaji karyawan tertinggi sebesar Rp170.000.000/bulan dengan posisi jabatan gubernur Bank Indonesia dan gaji pegawai terendah Rp6.150.000/bulan dengan posisi asisten pelaksana.

Berdasarkan informasi diatas peneliti ingin mengetahui bagaimana karyawan Bank Indonesia dalam mengelola keuangannya terutama dalam hal kebiasaan membelanjakan uang atau mengeluarkan uang dengan memiliki tingkat pendidikan tinggi dan pendapatan yang cukup besar perbulannya. Ditambah dengan, karyawan Bank Indonesia bekerja pada sektor ekonomi.

Berdasarkan pada uraian yang dijelaskan di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis *Spending Habits* Karyawan Bank Indonesia Kantor Perwakilan Provinsi Sumatera Barat”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat perbedaan *spending habits* karyawan Bank Indonesia Kantor Perwakilan Provinsi Sumatera Barat berdasarkan jenis kelamin, pendidikan dan pendapatan?
2. Apakah *financial literacy* berpengaruh terhadap *spending habits* karyawan Bank Indonesia Kantor Perwakilan Provinsi Sumatera Barat?

3. Apakah *overconfidence* berpengaruh terhadap *spending habits* karyawan Bank Indonesia Kantor Perwakilan Provinsi Sumatera Barat?

1.3. Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

1. Perbedaan *spending habits* pada karyawan Bank Indonesia Kantor Perwakilan Sumatera Barat berdasarkan jenis kelamin, pendidikan dan pendapatan
2. Pengaruh *financial literacy* terhadap *spending habits* karyawan Bank Indonesia Kantor Perwakilan Sumatera Barat
3. Pengaruh *overconfidence* terhadap *spending habits* karyawan Bank Indonesia Kantor Perwakilan Sumatera Barat

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Memberikan pemahaman tentang *financial literacy*, perilaku *overconfidence* dan faktor demografi yang terdiri dari jenis kelamin, tingkat pendidikan dan tingkat pendapatan terhadap perilaku *spending habits*.

2. Manfaat Praktis

Bagi masyarakat terutama yang memiliki pekerjaan tetap dan pendapatan tetap, penelitian ini diharapkan dapat menjadi literatur untuk memperhatikan masalah perilaku *spending habits* atau kebiasaan

belanja agar mempermudah dalam mnegontrol pengeluaran keuangan serta dapat mengontrol pengelolaan keuangan dengan baik.

1.5. Ruang Lingkup Penelitian

Untuk menghindari perluasan pembahasan dan kerancuan dalam penganalisan masalah, maka penelitian ini diberi ruang lingkup terhadap karyawan yang berkerja pada Bank Indonesia Kantor Perwakilan Bank Indonesi Provinsi Sumatera Barat. Pembahasan yang dilakukan dalam ruang lingkup yaitu faktor demografi yang terdiri dari jenis kelamin, tingkat pendidikan dan tingkat pendapatan, *financial literacy* dan perilaku *overconfidence*.

1.6. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini akan membahas mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitan, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN LITERATUR

Bab ini akan membahas mengenai dasar-dasar teori yang relevan dengan penelitian yang dibahas. Selain itu pada penelitan ini juga terdapat penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, dan model penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini akan menjelaskan mengenai desain penelitian, populasi dan sampel penelitian, jenis data dan metode pengumpulan data, identifikasi variabel dan pengukurannya, serta teknik analisis yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan menguraikan hasil analisis yang telah dilakukan dan pembahasan dari data yang telah dikumpulkan terkait permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini.

BAB V : PENUTUP

Bab ini akan memuat kesimpulan dari hasil penelitian, implementasi penelitian, keterbatasan penelitian, serta saran bagi penelitian di masa yang akan datang.

