

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan informasi tumbuh semakin pesat, menyebabkan terjadinya peningkatan kebutuhan serta pertumbuhan ekonomi diseluruh dunia, termasuk Indonesia. Peningkatan ini berdampak terhadap pemenuhan kebutuhan sehari-hari dan perilaku keuangan di masyarakat. Perilaku keuangan (*financial behavior*) sendiri adalah kemampuan seseorang dalam mengatur keuangannya sehari-hari dalam hal ini meliputi perencanaan, penganggaran, pemeriksaan, pengelolaan, pengendalian, dan penyimpanan.

Adanya pergeseran perilaku masyarakat yang cenderung konsumtif terjadi karena adanya perkembangan teknologi dan informasi yang menyebabkan manusia bertindak impulsif dan tidak rasional dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya sehingga tidak adanya skala prioritas dalam mengatur perilaku keuangannya. Maka dari itu, perilaku keuangan sangat penting dalam mengatur serta mengelola keuangan seseorang dengan baik agar tidak terjadi masalah-masalah keuangan. Perilaku keuangan adalah kegiatan yang dilakukan dalam mengelola keuangan dengan baik dan cermat (Setiawati & Nurkhin, 2016).

Perkembangan teknologi komunikasi, informasi dan keuangan juga mendukung masyarakat dalam memiliki akses yang tak terbatas terhadap informasi mengenai produk atau layanan yang diinginkan sehingga lebih mudah terpengaruh untuk bertindak konsumtif. Munculnya masalah-masalah keuangan seperti kurangnya minat menabung, tidak adanya anggaran untuk kondisi mendesak, tidak adanya pendanaan untuk masa depan, dan lain-lain diakibatkan oleh perilaku keuangan yang cenderung konsumtif.

Fenomena ini akan menjadi ancaman yang cukup serius ketika terjadi pada kalangan milenial atau generasi muda. Karena potensi generasi milenial di Indonesia sangat berpengaruh pada perkembangan ekonomi dan digital di masa depan. Generasi Milenial adalah generasi yang memiliki kemampuan dan penguasaan dalam bidang teknologi yang mana mereka lahir bersamaan dengan perkembangan internet (Carrasco-Gallego, 2017). Pada penelitian ini, mahasiswa

ialah generasi milenial tersebut. Mahasiswa ialah kelompok yang sangat rentan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini dikarenakan pola konsumsi yang seseorang terbentuk pada usia mahasiswa, disamping itu mahasiswa biasanya mudah ternujuk iklan, ikut-ikutan teman, tidak realistis, dan cenderung boros menggunakan uang (Jumiati, 2009). Mahasiswa berada pada masa transisi dimana mereka masih mencari jati diri dan belum paham akan kapasitas diri mereka sendiri (Sakitri, 2017).

Sebagian besar mahasiswa belum memiliki pendapatan yang diperoleh dari bekerja, cadangan dana yang dimiliki mahasiswa dari uang saku juga terbatas digunakan setiap bulannya (Setiyani, 2017). Keuangan mahasiswa dapat berasal dari uang saku yang diberikan oleh orang tua atau wali dan dapat berasal dari beasiswa (Setiyani, 2017). Berdasarkan hasil penelitian oleh Margaretha & Pambudhi (2015) banyak kalangan mahasiswa yang masih mengandalkan uang saku dari orang tuanya untuk bersikap boros, menjajankan uangnya untuk hal yang kurang atau bahkan tidak penting. Pengambilan keputusan konsumen yang terlihat “irrasional” mendasari perilaku ikut-ikutan atau tren (Fattah et al, 2018). Hal ini menyebabkan uang bulanan yang habis secara tak terduga dan tak disadari. Belum ada rancangan finansial dan cara mengelola uang yang kurang bijak pun memicu munculnya masalah keuangan selain dari pendapatan yang kecil (Yushita, 2017). Hasil penelitian oleh Prihastuty & Rahayuningsih (2018) mengemukakan jika individu dengan perilaku keuangan yang logis berdampak pada konsumtif mereka yang rendah karena menggunakan sumber daya keuangannya secara efisien.

Berdasarkan fenomena diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai perilaku keuangan pada mahasiswa Manajemen Angkatan 2016 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Mahasiswa Manajemen telah dibekali dengan ilmu-ilmu yang berhubungan pengetahuan dan pengelolaan keuangan. Mereka mendapat mata kuliah mengenai konsep keuangan, untuk meningkatkan literasi dan perilaku keuangan mereka. Mata kuliah tersebut antara lain seperti Manajemen Keuangan, Manajemen Portofolio, Analisa Sekuritas, Manajemen Resiko, dan lain-lain.

Kemampuan dalam mengatur keuangan pribadi dengan tepat seharusnya sudah dimiliki oleh Mahasiswa Manajemen, namun hasil pra survei yang telah dilakukan peneliti di bulan Maret 2020 pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2016 Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta mengindikasikan jika cara mengelola uang mereka masih kurang bijak, dibuktikan oleh hasil pra survei yang menunjukkan bahwa mereka mengalokasikan dan menghabiskan sebagian besar uangnya untuk belanja *online* melalui e-commerce dengan menggunakan transaksi nontunai dibandingkan untuk membeli perlengkapan kuliah seperti modul, buku, dan lain-lain.

Berikut dibawah ini adalah data pendukung mengenai perilaku konsumtif pada mahasiswa Progam Studi S-1 Manajemen Angkatan 2016 Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Mereka berperilaku konsumtif tersebut karena ingin mengikuti tren, terlihat keren, percaya diri dengan penampilannya.

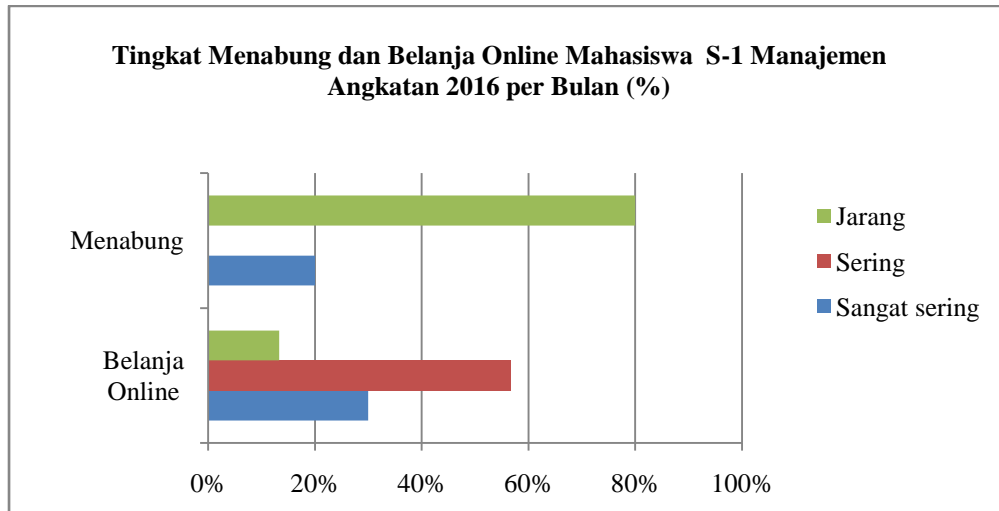
Tabel 1. Data Perilaku Konsumtif Mahasiswa S-1 Manajemen 2016

No.	Jurusan	Perilaku Konsumtif			Jumlah
		Konsumtif	Normal	Tidak konsumtif	
1.	Manajemen	19	7	4	30
Total					30

Sumber : Data diolah

Dari hasil pra survei menunjukkan 19 dari 30 mahasiswa Manajemen memiliki perilaku konsumtif, 7 mahasiswa cenderung normal, dan 4 mahasiswa lainnya tidak konsumtif. Artinya, kebanyakan dari mereka berperilaku konsumtif. Perilaku konsumtif tersebut dapat dijelaskan dengan hasil pernyataan mahasiswa dalam bentuk formulir kuesioner yang peneliti lakukan. Hasilnya adalah mahasiswa S-1 Manajemen melakukan perilaku konsumtif tersebut yang lebih didasari oleh keinginan daripada kebutuhannya.

Selain itu, berikut dibawah ini adalah hasil pra survei mengenai data tingkat menabung dan belanja online pada mahasiswa aktif S-1 jurusan manajemen UPN Veteran Jakarta angkatan 2016 :



Sumber : Data diolah

Gambar 1. Tingkat menabung dan belanja online Mahasiswa S-1 Manajemen per Bulan (dalam %)

Dari Gambar 1 diatas, dapat dilihat bahwa hasil pra survei pada 30 mahasiswa S-1 Manajemen Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta mereka lebih banyak mengeluarkan uangnya untuk berbelanja online dibandingkan menabung atau investasi, persentase tingkat frekuensi menabung mereka sebesar 20% dibanding yang jarang menabung sebesar 80%. Sedangkan persentase untuk berbelanja online adalah kategori sering sebesar 56,67%, sangat sering sebesar 30% dan jarang sebesar 13,33%.

Faktor yang mempengaruhi perilaku keuangan milenial adalah uang elektronik. Di era digital 4.0 pertumbuhan pengguna internet yang tinggi menjadi salah satu faktor perkembangan ekonomi digital di Indonesia. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat penggunaan transaksi *digital* yang naik signifikan. Meningkatnya transaksi nontunai membuat milenial menjadi lebih mudah dalam membelanjakan uangnya karena mereka tidak perlu mengeluarkan uang secara fisik, ini sejalan dengan program BI untuk menciptakan *cashless society*. *Cashless society* adalah sebutan yang digunakan untuk masyarakat yang bertransaksi secara non tunai.

Penerapan transaksi nontunai ini memperbaiki transaksi tunai konvensional yang sudah kita kenal. Dengan adanya transaksi nontunai, pembayaran tersebut dapat melalui penggunaan aplikasi fintech, seperti e-wallet atau berupa kartu debit

Dea Sinta Novella Kartika, 2020

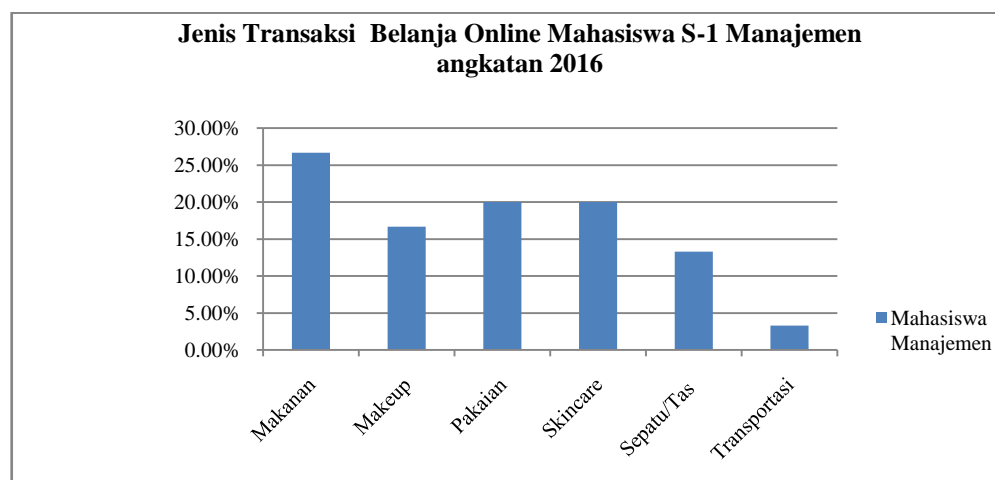
ANALISIS PERILAKU KEUANGAN GENERASI MILENIAL DI ERA DIGITAL

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi S1 Manajemen

[www.upnvj.ac.id - www.library.upnvj.ac.id- www.repository.upnvj.ac.id]

dan kredit yang cukup lazim dikenal selama ini (Banque France, 2018). Berdasarkan hasil penelitian Ramadani (2016) meningkatnya transaksi uang elektronik akan menyebabkan menurunnya perilaku keuangan individu, maka hasil penelitian ini uang elektronik mempengaruhi perilaku keuangan mahasiswa jurusan ekonomi.

Hasil penelitian tersebut didukung oleh data mengenai jenis transaksi belanja online dengan menggunakan transaksi nontunai pada mahasiswa Manajemen angkatan 2016 berikut dibawah ini adalah datanya :



Sumber : Data diolah

Gambar 2. Jenis Transaksi Belanja Online Mahasiswa S-1 Manajemen Angkatan 2016 (dalam %)

Dari gambar 1 diatas yaitu hasil pra survei transaksi milenial saat belanja *online* pada mahasiswa jurusan S-1 Manajemen Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta angkatan 2016 menunjukkan kebanyakan dari mereka membelanjakan uangnya untuk makanan yaitu sebesar 26,67 % . Sedangkan untuk skincare dan pakaian yakni sebesar 20%, untuk makeup sebesar 16,67%, sepatu/ tas sebesar 13,33% , dan untuk transportasi sebesar hanya 3%. Dapat disimpulkan dari data tersebut, kebanyakan milenial yang membelanjakan uangnya untuk memesan makanan secara *online* seperti go-food dan grabfood dengan metode pembayaran *go-pay*. Hal ini dapat disebabkan karena sering adanya promo atau diskon yang ditawarkan.

Mengutip data Bank Indonesia (BI), penggunaan uang elektronik atau transaksi nontunai secara nasional per Januari 2019 tumbuh 66,6 persen dibandingkan Januari 2018. Volume transaksi nontunai selama Januari 2019 mencapai 274 juta kali transaksi dengan nilai Rp 5,81 triliun. Meningkatnya transaksi nontunai ini disebabkan oleh maraknya e-commerce ditambah banyaknya diskon dan promo *cashback* yang ditawarkan sehingga menarik minat masyarakat. Hal ini mendorong terjadinya transaksi nontunai pada milenial karena kemudahan dalam menggunakannya, selain itu milenial menyukai semua hal serba praktis, cepat, dan mudah karena tidak perlu repot membawa uang tunai dan pergi ke mall atau tokonya langsung hanya tinggal akses lewat hp menggunakan aplikasi seperti ovo, dana, gopay, dan lain-lain.

Kedua, perilaku keuangan milenial dipengaruhi oleh literasi keuangan. Perilaku keuangan yang konsumtif dan transaksi nontunai ini tidak dibarengi oleh pengetahuan mahasiswa dalam mengelola keuangannya. Hal ini dipengaruhi oleh masih rendahnya tingkat literasi keuangan milenial atau mahasiswa dalam mengelola keuangan sehari-harinya. Pemahaman dan ketrampilan yang baik mengenai finansial diperlukan setiap individu untuk mengambil keputusan keuangan yang tepat (Margaretha & Pambudhi, 2015).

Ningtyas (2019) mengatakan bahwa semakin individu memiliki konsep atau ketrampilan mengelola keuangan yang bijak akan semakin baik perilaku keuangannya, demikian hasil penelitian ini menunjukkan literasi keuangan memiliki pengaruh yang positif terhadap perilaku keuangan generasi milenial. Dalam hasil penelitiannya, Dikria (2016) menyatakan bahwa dengan literasi keuangan yang memadai, mahasiswa akan menyeleksi kebutuhan konsumsi mereka dengan lebih mendahulukan berbelanja kebutuhan dibandingkan dengan keinginan.

Beberapa penelitian sebelumnya telah menguji tingkat literasi keuangan pada anak muda (Das, 2017; Mottola, 2014). Diantara generasi lainnya, milenial menunjukkan tingkat literasi keuangan yang paling rendah hanya 24% saja, sedangkan generasi X 38%, baby boomer 48% dan silent generation 55% (Mottola, 2014). Indonesia sendiri memiliki tingkat literasi keuangan masih

berada lebih rendah jika dibanding Negara ASEAN lainnya yakni sebesar 38,03 % sedangkan literasi keuangan Negara ASEAN diatas 80% pada tahun 2019.

Rendahnya tingkat literasi keuangan pada Mahasiswa Manajemen Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta ini disebabkan karena pengelolaan keuangannya yang kurang baik, terlihat dari tingkat menabung yang masih rendah oleh sebagian besar mahasiswa yang jarang menabung. Bukti empiris rendahnya tingkat literasi dikalangan mahasiswa juga terjadi pada Mahasiswa Manajemen Universitas Terbuka dalam hasil penelitian oleh Hamdani (2019) yang menyatakan bahwa masih rendah tingkat literasi yang dimiliki mahasiswa manajemen dikarenakan pengetahuan yang dimiliki mengenai konsep keuangan selama perkuliahan belumlah cukup, sehingga harus dari sedini mungkin agar dalam penerapan pengelolaan keuangan dikehidupan sehari-hari dapat lebih baik. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian oleh Margaretha & Pambudhi (2015) yang menyatakan rendahnya tingkat literasi mahasiswa Ekonomi Universitas Trisakti masih sangat rendah dengan presentase sebesar 48,9%, serta penelitian oleh Aliah dan Astrie (2019) yang mengemukakan tingkat literasi mahasiswa ekonomi Universitas Telkom tergolong rendah, yaitu dengan presentase hanya sebesar 47,6%. Hal ini dikarenakan masih kurangnya pemahaman mahasiswa mengenai pengetahuan dasar keuangan dan investasi. Adapun, hasil penelitian oleh Fatimah & Susanti (2018) yang mengemukakan bahwa tingkat literasi keuangan mahasiswa jurusan Akuntansi Universitas Muhamddiyah Gresik masih rendah dikarenakan pengelolaan keuangan yang kurang baik, terbukti dengan sebagian besar uangnya dihabiskan untuk konsumsi pribadi.

Selanjutnya, faktor yang mempengaruhi perilaku keuangan milenial adalah yaitu aspek psikologis, lokus pengendalian atau lokus kendali. Lokus pengendalian ialah keyakinan yang dimiliki individu dalam melakukan kendali diri terhadap kejadian dalam hidupnya (Rotter, 1966). Lokus pengendalian dibedakan menjadi dua, yakni lokus pengendalian internal dan lokus pengendalian eksternal (Robbins, 2008 hlm. 178). Lokus pengendalian internal ialah individu yang memiliki keyakinan bahwa dirinya sendiri dapat mengendalikan peristiwa yang terjadi dihidupnya (Rotter, 1996). Sedangkan, jika individu memiliki

keyakinan bahwa lingkungan luarnya memiliki kendali atau kejadian dalam hidupnya, dikatakan individu tersebut memiliki lokus pengendalian eksternal. Lokus pengendalian juga berhubungan dengan persepsi atau pandangan individu dengan melihat kejadian di masa depan dengan keputusan yang akan diambilnya.

Hasil penelitian Kusnandar & Rinandiyana (2018) menyatakan bahwa seseorang yang memiliki lokus pengendalian yang tinggi maka akan meningkat perilaku keuangannya. Jika dikaitkan dengan objek penelitian ini, yakni generasi milenial atau mahasiswa maka generasi milenial yang mampu mengendalikan dirinya dengan mengelola keuangan secara baik, maka mereka akan membuat perilaku keuangannya dengan baik pula.

Penelitian ini menganalisis bagaimana pola perilaku keuangan milenial yaitu mahasiswa. Pada penelitian ini Mahasiswa S-1 Manajemen Angkatan 2016 UPN Veteran Jakarta sebagai objek penelitian. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk melihat apakah ada pengaruh Uang Elektronik, Literasi Keuangan dan Lokus Pengendalian terhadap Perilaku Keuangan pada milenial. Dengan dilatarbelakangi masalah di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian studi kasus dengan judul **“Analisis Perilaku Keuangan Generasi Milenial Di Era Digital “**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada penjabaran latar belakang masalah tersebut, dapat diambil perumusan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Apakah uang elektronik berpengaruh terhadap perilaku keuangan generasi milenial di era digital?
- b. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku keuangan generasi milenial di era digital?
- c. Apakah lokus pengendalian berpengaruh terhadap perilaku keuangan generasi milenial di era digital?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Uang Elektronik Terhadap Perilaku Keuangan Generasi Milenial Di Era Digital.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Generasi Milenial Di Era Digital.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Lokus Pengendalian Terhadap Perilaku Keuangan Generasi Milenial Di Era Digital.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan penjelasan diatas, manfaat dalam penelitian ini antara lain yaitu:

1. Manfaat teoritis
 - a. Bagi Peneliti
Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dalam hal Uang Elektronik, Literasi Keuangan, dan Lokus Pengendalian terhadap Perilaku Keuangan generasi milenial saat ini.
 - b. Bagi Peneliti Selanjutnya
Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi dan masukan untuk perbandingan dalam melakukan penelitian selanjutnya yang sejenis.
2. Manfaat praktis
 - a. Bagi Pemerintah
Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi Pemerintah untuk memberikan pemahaman informasi yang tepat kepada para milenial mengenai penggunaan uang elektronik dan memberikan gambaran kepada Pemerintah mengenai bagaimana Uang Elektronik, Literasi Keuangan, dan Lokus Pengendalian dapat mempengaruhi Generasi Milenial di Era Digital dalam perilaku keuangannya.
 - b. Bagi Perusahaan *Online*
Penelitian ini diharapkan juga dapat berguna bagi Perusahaan Online sebagai masukan dan bahan pertimbangan dalam upaya perbaikan untuk mengembangkan produk nontunai dalam sistem pembayaran pada bisnis *e-commerce* dan upaya perbaikan pada strategi bisnis yang dijalankan dalam bertransaksi *online*.

c. Bagi Generasi Milenial

Penelitian ini dapat berguna bagi para generasi milenial yaitu mahasiswa untuk menambah informasi dan pengetahuan mengenai perilaku keuangan agar melakukan perencanaan dan pengelolaan keuangan yang lebih baik dan membuat keputusan keuangan yang tepat dimasa mendatang.