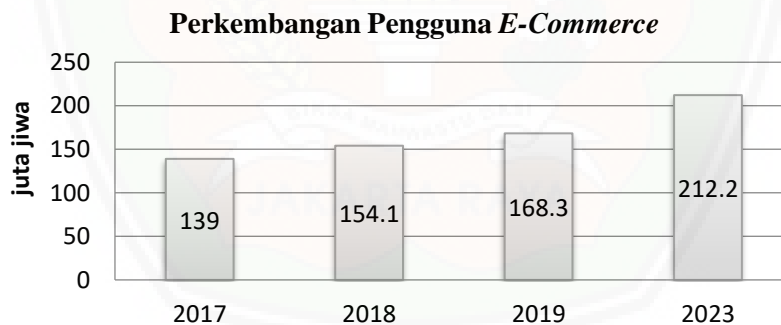


# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada saat ini masyarakat Indonesia terbilang sangat konsumtif, berdasarkan hasil riset *Nielsen Global Survey Of Consumer Confidence and Spending Intentions* bahwa Indonesia menjadi salah satu negara teroptimis ke empat dalam tingkat kepercayaan konsumsi dan intensitas keinginan berbelanja sebesar 50% (Nielsen, 2019). Berdasarkan (Kompas, 2015) tingkat kepercayaan konsumsi yang tinggi membuat masyarakat kehilangan fungsi konsumsi yang berawal untuk memenuhi kebutuhan beralih menjadi memenuhi keinginan sehingga menyebabkan masyarakat Indonesia mengutamakan belanja dibandingkan menabung. Perubahan fungsi konsumsi tersebut sering dilakukan oleh generasi milenial yang melibatkan segala aspek teknologi untuk pemenuhan kebutuhan dan dipengaruhi oleh perkembangan pembelanjaan online atau biasa disebut *e-commerce*, berikut ini merupakan grafik perkembangan pengguna *e-commerce* :



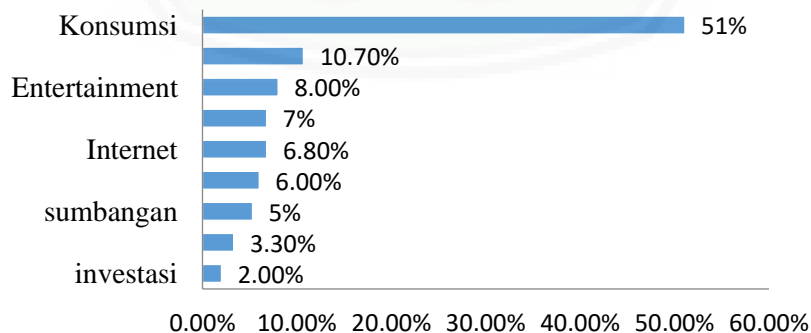
Sumber : Dkatadata.co.id

Gambar 1.1 Grafik Perkembangan Pengguna E-Commerce 2019

Berdasarkan grafik perkembangan pengguna *e-commerce*, pengguna pembelanjaan online setiap tahun makin meningkat ditahun 2017 yaitu sebanyak 139 juta pengguna pada tahun 2018 kemudian meningkat 10.8% menjadi 154,1 juta kemudian pada tahun 2019 yaitu sebesar 168,3 juta pengguna dan diprediksi 212,2 juta jiwa untuk pengguna ditahun 2023 (Jayani, 2019). Generasi milenial merupakan pembelanja online terbesar di Indonesia berdasarkan hasil riset (Marketeers, 2018) yang dilakukan oleh Snapcart sebesar 50 % sebagai pengguna

*e-commerce* merupakan generasi milenial. Generasi milenial merupakan generasi yang lahir pada tahun 1980 – 2004 (Leon, 2018). Generasi milenial sering menggunakan aplikasi *e –commerce* yaitu shopee 12,1 %, Tokopedia 10,0 %, Bukalapak 5,7% (Utomo, 2019). Salah satu penyebab generasi milenial menggunakan *e – commerce* yaitu karena terdapat mobilitas yang tinggi dan serba terkoneksi dengan internet yang berdampak pada gaya hidup dan kebiasaan generasi milenial yang tidak dapat dijauhkan dari kemudahan untuk berbelanja dan kemudahan dalam proses pembayaran. Generasi milenial menggunakan *e-commerce* sebagian besar digunakan untuk membeli pakaian 48%, aksesoris, tas dan sepatu 28%, peralatan kesehatan dan kecantikan 20% pembelian tersebut dilakukan generasi milenial karena suatu ketertarikan harga dan kemudahan pembayaran sehingga generasi milenial menghabiskan uang untuk berbelanja (Marketeers, 2018).

Menurut (Utomo, 2019) berdasarkan hasil survei milenial report 2019 generasi milenial menghabiskan pendapatan sekitar 51,1% untuk konsumsi yang digunakan untuk membeli suatu barang dan jasa yang diinginkan dan hanya 10,7% pendapatan yang ditabung. Rendahnya literasi keuangan generasi milenial yang menimbulkan terjadinya perilaku konsumtif adapun beberapa kategori usia generasi milenial yang paling konsumtif adalah yang berusia 20an tahun (Qurotaa'yun & Krisnawati, 2019). Dibawah ini merupakan persentase generasi milenial berdasarkan pengeluaran perbulan sebagai berikut :



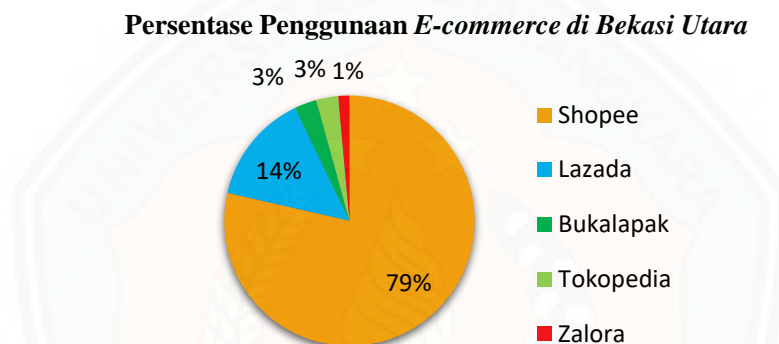
Sumber : IDN Media

Gambar 1.2 Grafik Pengeluaran Generasi Milenial 2019

Tingkat konsumsi yang tinggi disebabkan karena gaya hidup generasi milenial yang sudah terarah kehidupan *chashless society* yaitu sekelompok orang

yang sering kali menggunakan segala bentuk transaksi elektronik sebagai instrumen kegiatan ekonominya. Berdasarkan hasil riset (*Conversation, 2020*) dengan adanya kemudahan sistem pembayaran, *cash back* dan promo-promo lain tersebut sebanyak 58,4% responden cenderung menjadi lebih konsumtif dengan hal tersebut membuat generasi milenial tergoda mengeluarkan uang untuk sesuatu hal yang bukan menjadi kebutuhan.

Berdasarkan hasil prasurvei yang dilakukan oleh peneliti sebanyak 70 generasi milenial di Bekasi Utara termasuk pengguna *e-commerce*. Sebagian besar generasi milenial menggunakan shopee sebagai layanan pembelian online seperti yang digambarkan pada gambar 1.3 dibawah ini:



Sumber : Data diolah Prasurvei Peneliti

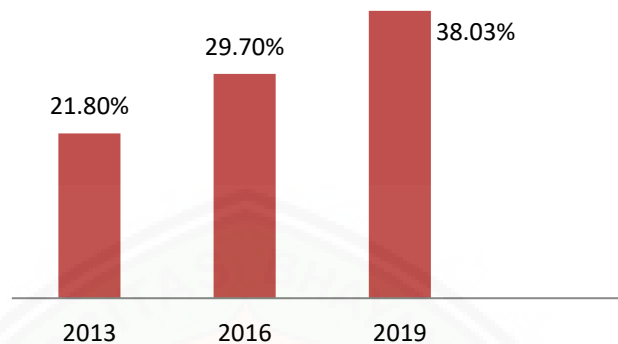
Gambar 1.3 Persentase Penggunaan *E-commerce* di Bekasi Utara

Berdasarkan gambar grafik 1.3 bahwa generasi milenial di Bekasi Utara merupakan pengguna *e-commerce* yaitu sebanyak 55 responden atau 79% menggunakan shopee, 10 responden atau 14% menggunakan lazada, 2 responden atau 3% menggunakan bukalapak dan tokopedia, dan 1 responden atau 1% menggunakan zalora. Berdasarkan prasurvei yang dilakukan dengan memberikan beberapa pertanyaan mengenai perilaku konsumtif bahwa generasi milenial di Bekasi Utara menjadi lebih konsumtif ketika menggunakan layanan *e-commerce* yaitu sebanyak 66 % setuju, perilaku konsumtif ini didukung karena dalam fitur *e-commerce* dan banyak hal yang menarik perhatian seperti diskon, adanya ketertarikan karena idola yang mengiklankannya, *cashback*, dan responden memiliki banyak barang yang sama dengan merk yang berbeda – beda sehingga hal ini dapat menjadi lebih konsumtif.

Perilaku konsumtif merupakan perilaku dalam bentuk membeli barang tanpa adanya pertimbangan dan lebih mengutamakan hasrat keinginan dibandingkan kebutuhan. Pemenuhan suatu kebutuhan yang bergeser menjadi sangat penting menyebabkan seseorang pada kehidupannya menjadi selaras dengan lingkungan dan gaya hidup. Perilaku ini terjadi ketika seseorang yang membeli suatu barang dilakukan secara berlebihan sehingga dapat menimbulkan pemborosan. Perilaku konsumtif sudah menjadi kebiasaan generasi milenial sehingga uang yang didapatkan oleh hasil bekerja atau dari orang tua yang seharusnya mampu mencukupi kebutuhan maka tidak cukup karena telah membeli barang lain yang diluar kepentingan. Masalah seperti ini akan menimbulkan sikap boros oleh karena itu generasi milenial harus dapat memperkirakan kebutuhan mereka selama satu bulan namun pada kenyataannya sering terjadi masalah pada keuangan untuk mengatasi masalah tersebut yang perlu diperhatikan yaitu tentang bagaimana cara mereka melakukan pengelolaan keuangan yang baik sehingga akan menghambat perilaku konsumtif yang berlebih untuk itu sangat diperlukan suatu pengelolaan keuangan yang terarah yaitu melalui *financial literacy* (Prihastuty & Rahayuningsih, 2018).

Perilaku konsumtif disebabkan oleh beberapa faktor salah satu dari faktor tersebut adalah *financial literacy* (Teniawaru, Wicaksono & Sanatuzzulfa, 2018). *Financial literacy* merupakan kemampuan untuk memahami, melakukan pengelolaan keuangan dan memikirkan perencanaan keuangan dimasa yang akan datang. *Financial literacy* merupakan salah satu faktor internal yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif, faktor internal tersebut seperti motivasi, proses belajar dan kontrol diri (Lina & Rosyid, 1997). *Financial Literacy* dikaitkan dengan proses belajar karena *financial literacy* sebagai pengetahuan dan kemampuan keuangan (*Knowledge and ability*). Generasi milenial sudah mendapatkan pengetahuan tentang keuangan sejak di bangku sekolah maupun di perkuliahan namun dalam kenyataannya generasi milenial saat ini jarang mengimplementasikan ilmu pengetahuan keuangan yang mereka peroleh, rendahnya *financial literacy* membuat generasi milenial sulit untuk membedakan skala prioritas dalam menentukan kebutuhan.

*Financial literacy* Indonesia setiap tahunnya mengalami peningkatan pada tahun 2019 meningkat sebesar 38,03 % tetapi tingkat literasi tersebut masih tergolong rendah. Dapat dilihat pada gambar 1.4 grafik indeks literasi keuangan 2013, 2016 dan 2019.



Sumber : Otoritas Jasa Keuangan (2019)

Gambar 1.4 Grafik Indeks Literasi Keuangan 2013, 2016 dan 2019

Menurut (Chen & Volpe, 1998) ukuran literasi keuangan dibawah 60% termasuk kedalam kategori *below* yaitu rendah sehingga dapat menimbulkan dampak negatif pada keputusan dan pengelolaan keuangan oleh karena itu *financial literacy* menjadi pedoman keuangan bagi setiap orang yang memiliki masalah keuangan (Ramadhan, 2017).

Sehingga *financial literacy* dapat menghambat suatu perilaku konsumtif karena melatih manusia mengontrol perilaku konsumtifnya (Imawati, 2013) dengan adanya pemahaman dan pengetahuan yang mendasar mengenai kebutuhan dan kepentingan dari pengelolaan keuangan sehingga pemahaman *financial literacy* sangat penting untuk generasi milenial yang dikenal konsumtif dan tidak memiliki keterampilan manajemen keuangan (Qurotaa'yun & Krisnawati 2019).

Faktor lain yang menyebabkan munculnya perilaku konsumtif yaitu *Money Attitude*. *Money Attitude* adalah cara pandang atau sikap seseorang terhadap uang yang menunjukkan bahwa uang memiliki banyak arti yang berkaitan dengan pemahaman dan kepribadian seseorang sehingga seseorang tersebut dapat menjadikan uang bagian terpenting dalam kehidupan, dapat dijadikan suatu sumber rasa hormat, tingkat kualitas hidup dan sumber kebebasan. Setiap individu yang

menjadikan uang bagian terpenting dalam kehidupan dapat memiliki sikap yang tidak sama dalam menyikapi uang tersebut. Memahami dan menyikapi uang sangatlah penting untuk generasi milenial karena sikap terhadap uang merupakan wujud perilaku seseorang yang timbul dari pemahaman terhadap manfaat kepemilikan, kegunaan dan makna simbolis dari uang yang dapat mempengaruhi kepada perilaku konsumtif (Imanda, 2017). Seseorang yang mengandalkan uang sebagai alat kekuasaan yang akan mendorong seseorang untuk membeli segala sesuatu yang dianggap akan lebih bernilai dibandingkan orang lain sehingga hal tersebut akan menimbulkan kecenderungan yang konsumtif. Menurut (Patricia & Handayani 2014) secara psikologi perilaku konsumtif dapat menyebabkan seseorang mengalami kecemasan dan timbul rasa tidak aman dikarenakan seseorang selalu merasa adanya dorongan untuk membeli barang yang diinginkan namun kegiatan pembelian tersebut tidak ditunjang oleh keuangan yang memadai sehingga timbul rasa cemas karena keinginan yang tidak terpenuhi hal ini akan berdampak pada masalah keuangan yang menyebabkan seseorang berperilaku konsumtif.

Salah satu faktor lain terjadinya perilaku konsumtif adalah faktor ekonomi yaitu pendapatan (Sutriati, Kortikowati, & Riadi 2018). Pendapatan merupakan total uang atau sejumlah uang yang di terima oleh seseorang, dalam jangka waktu tertentu dan dihasilkan dari perusahaan tempat individu tersebut bekerja atau dari berbagai sumber lain. Pendapatan yang diperoleh dapat digunakan untuk membeli suatu barang yang merupakan kebutuhan hidup maupun untuk suatu barang yang diinginkan tetapi generasi milenial menghabiskan pendapatan untuk memenuhi gaya hidup hal ini disebabkan rendahnya pemahaman mengenai pengalokasian pendapatan yang kurang tepat membuat generasi milenial mempunyai masalah pada keuangannya karena sikap boros yang tanpa disadari tingginya pendapatan juga memicu suatu perilaku konsumtif.

Penelitian ini sudah dilakukan oleh banyak peneliti terdahulu sehingga ditemukan adanya *research gap*. Penelitian yang di lakukan oleh (Fauzia & Nurdin, 2019) bahwa *financial literacy* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Seseorang yang memiliki tingkat *financial literacy* yang tinggi maka akan menurunkan perilaku konsumtif, *financial literacy* yaitu suatu kebutuhan dasar

seseorang agar terhindar dari masalah keuangan. Sejalan dengan pernyataan (Dewi & Sunarto, 2017) yang mengatakan bahwa semakin baik *financial literacy* seseorang maka akan mengurangi perilaku konsumtif yang dilakukan. Dikarenakan perilaku konsumtif erat kaitannya dengan perencanaan di masa yang akan datang tetapi hal tersebut tidak sejalan dengan (Herawati, 2015), (Widiyanti, 2019), dan (Kusumaningtyas & Sakti, 2017) bahwa *financial literacy* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif semakin tinggi *financial literacy* maka perilaku konsumtif pun meningkat, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor yaitu faktor lingkungan dan gengsi, seseorang yang memiliki pengetahuan keuangan yang tinggi memicu untuk melakukan hutang yang dilakukan secara sengaja atau tidak sengaja yang dimanfaatkan untuk menunjang faktor kepercayaan diri. Berbeda dengan Penelitian yang dilakukan oleh (Ramadhani, 2019) bahwa *financial literacy* berpengaruh negatif orang yang memiliki tingkat *financial literacy* yang meningkat maka tidak akan berpengaruh terhadap menurunnya perilaku konsumtif karena *financial literacy* merupakan pengetahuan dan kemampuan keuangan ketika diimplementasikan maka berdampak pada perilaku keuangan yang kurang baik karena orang beranggapan *financial literacy* hanya sebagai pengetahuan dan tidak menjamin pengetahuan tersebut akan meningkatkan *financial literacy*.

Penelitian yang dilakukan (Mahrunnisya, 2017) dan (Imanda, 2017) bahwa *money attitude* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif dimana seseorang yang menganggap uang adalah sumber kekuasaan akan memiliki perasaan cemas sehingga dapat menimbulkan perilaku konsumtif, berbeda dengan hasil penelitian (Paramita & Rita, 2017) bahwa *money attitude* tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, seseorang yang melakukan tindakan berdasarkan orang lain dan kesepakatan kepada diri sendiri dalam menggunakan uang yang dimiliki tidak akan mempengaruhi suatu perilaku konsumtif seseorang.

Penelitian yang dilakukan oleh (Sutriati et al., 2018) dan (Ratna & Nasrah, 2015) pendapatan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif dimana semakin tinggi pendapatan maka akan semakin tinggi perilaku konsumtif. Berbeda dengan penelitian (Prihastuty & Rahayuningsih, 2018) seseorang yang mempunyai pendapatan tinggi maupun yang kecil akan cenderung untuk menghabiskan uang yang diperoleh hal ini disebabkan karena dipengaruhi lingkungan dan gaya hidup.

Berdasarkan uraian latar belakang dan berdasarkan inkonsistensi hubungan hasil penelitian oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh *Financial Literacy*, *Money Attitude* dan Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna *E-commerce* pada Kalangan Generasi Milenial di Bekasi Utara.”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah *financial literacy* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pengguna *e-commerce* pada kalangan generasi milenial di Bekasi Utara?
2. Apakah *money attitude* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pengguna *e-commerce* pada kalangan generasi milenial di Bekasi Utara?
3. Apakah pendapatan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pengguna *e-commerce* pada kalangan generasi milenial di Bekasi Utara?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan mengenai masalah perilaku konsumtif . Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh *financial literacy* terhadap perilaku konsumtif pengguna *e-commerce* pada kalangan generasi milenial di Bekasi Utara.
2. Untuk mengetahui pengaruh *money attitude* terhadap perilaku konsumtif pengguna *e-commerce* pada kalangan generasi milenial di Bekasi Utara.
3. Untuk mengetahui pengaruh pendapatan terhadap perilaku konsumtif pengguna *e-commerce* pada kalangan generasi milenial di Bekasi Utara.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Penulis berharap dengan adanya penelitian ini dapat memberikan suatu manfaat yaitu sebagai berikut :

1. Bagi Pemerintah, dengan adanya penelitian ini dapat menambah informasi dan ilmu pengetahuan untuk memperluas wawasan dalam menganalisis masalah yang terjadi yang berhubungan dengan perilaku konsumtif.



2. Bagi Generasi Milenial, dengan adanya penelitian ini dapat mengembangkan pengetahuan dan wawasan mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif di kalangan generasi milenial yang ditinjau dari variabel: *financial literacy*, *money attitude*, pendapatan.
3. Bagi *E-Commerce*, dengan adanya penelitian ini dapat memberikan informasi bahwa perusahaan perlu menyediakan sebuah layanan yang dapat digunakan untuk pengelolaan keuangan.

### **1.5 Batasan Penelitian**

Agar dalam penelitian ini tidak terlalu meluas, sehingga penulis perlu membatasi masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Generasi milenial yang dijadikan responden dalam penelitian ini hanya di Bekasi Utara.
2. Permasalahan yang dibahas hanya pengaruh *financial literacy*, *money attitude*, dan pendapatan terhadap perilaku konsumtif pengguna *e-commerce* pada kalangan generasi milenial di Bekasi Utara.

### **1.6 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dalam penelitian ini dibagi menjadi 5 bab yang disusun secara berurutan yaitu sebagai berikut:

**BAB I : PENDAHULUAN**

Menguraikan tentang latar belakang dan rumusan masalah, tujuan, manfaat, batasan masalah dan mendeskripsikan mengenai sistematika penulisan yang diperlukan dalam penelitian.

**BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Menguraikan tentang landasan teori dan literatur pendukung seperti definisi yang diambil dari buku dan jurnal yang berkaitan dengan penyusunan penelitian ini dan terdapat kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

**BAB III : METODELOGI PENELITIAN**

Menguraikan tentang desain penelitian, tahapan penelitian, operasional dan pengukuran variabel, waktu dan tempat penelitian serta metode pengambilan sampel dan metode analisis data.

**BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Memaparkan tentang gambaran umum penelitian, pengujian dan hasil analisis data, pembahasan hasil analisis data dan jawaban atas pertanyaan – pertanyaan yang disebutkan dalam rumusan masalah

**BAB V : PENUTUP**

Meringkas dan menunjukkan hasil riset secara padat dari bab sebelumnya, dan menjelaskan tentang implikasi yang diberikan dari hasil penelitian

