

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang Masalah

Saat ini, banyak dari Generasi Z lebih fokus pada pemenuhan segala keinginan dan kesenangan yang dianggap sangat penting dan harus dipenuhi agar merasa nyaman dan diakui eksistensinya. Generasi Z adalah generasi yang lahir antara tahun 1995 sampai dengan tahun 2012 (Hastini *et al.*, 2020). Salah satu hal yang selalu terhubung erat dengan kehidupan manusia adalah uang. Semua aspek dalam kehidupan manusia selalu melibatkan penggunaan uang, baik untuk memenuhi kebutuhan maupun keinginan.

Salah satu hal yang berdampak pada manajemen keuangan yang baik adalah *financial behavior*, yaitu kemampuan seseorang dalam mengatur (perencanaan, penganggaran, pemeriksaan, pengelolaan, pengendalian, pencarian, dan penyimpanan) dana keuangan sehari-hari (Felantika, 2022). Perilaku keuangan yang diimplementasikan manusia tidak hanya dalam hal positif, namun juga ada yang mengimplementasikan perilaku keuangan ke dalam hal yang negatif. Saat ini, tidak sedikit bagian dari generasi Z yang melakukan hal negatif dalam perilaku keuangan.

Pada masa ini banyak dari generasi Z yang menganut pada YOLO (*You Only Live Once*) dan FOMO (*Fear of Missing Out*). YOLO adalah pemikiran untuk mengejar kepuasan dan keinginan dengan segera, sedangkan FOMO adalah pemikiran yang mendorong individu untuk membeli barang atau mengikuti *trend* tertentu hanya karena takut akan tertinggal jika tidak

melakukannya. Hal ini dapat mengakibatkan adanya ketidakstabilan keuangan pada generasi Z. Dari data tirto.id menunjukkan bahwa generasi Z lebih banyak yang terjadi gagal bayar pada *paylater* dari pada milenial. Selain itu, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) juga mengemukakan bahwa generasi Z memiliki utang yang lebih banyak dibandingkan dengan generasi lain.

Hal ini dapat terjadi karena kurangnya tanggung jawab individu dalam mengatur dan mengelolan keuangan pribadinya, bahkan individu dengan pendapatan yang cukup tidak menutup kemungkinan akan mengalami masalah keuangan (Akbar & Armansyah, 2023). Dengan adanya hal ini, dapat dipahami bahwa perilaku keuangan pada generasi Z cenderung masih memiliki kekurangan atau kelemahan. Oleh karena itu, maka diperlukannya perilaku keuangan yang baik agar dapat mengelola (*manage*) keuangan sehingga dapat digunakan dengan baik dan benar sesuai dengan kebutuhan yang ada, tidak hanya untuk memenuhi keinginan semata.

Generasi Z cenderung sangat mudah untuk melakukan pembelian impulsif karena adanya pengaruh dari media sosial dan iklan online. Dengan adanya *paylater*, generasi Z dapat dengan mudah membeli barang-barang yang tidak ada pada *wishlist* atau yang telah direncanakan sebelumnya. Oleh karena itu, maka diperlukannya sikap keuangan atau *financial attitude* yang baik agar mereka dapat menggunakan uangnya dengan bijak. *Financial attitude* adalah penerapan dari prinsip keuangan guna menciptakan dan mempertahankan suatu nilai uang dengan adanya pengambilan keputusan yang tepat serta dengan pengelolaan sumber daya (Haqiqi dan Pertiwi, 2022).

Individu yang telah menerapkan *financial attitude* dengan tepat dapat mengimplementasikan *financial behavior* dengan baik dan benar (Ameliawati & Setiyani, 2018). *Financial attitude* dapat membantu individu mengelola keuangan lebih baik, serta memahami kebermaknaan uang sebagai sumber kekuatan, kebebasan, prestasi, bahkan kejahatan (Ahmad, 2021). Dengan *financial attitude* yang baik, individu akan menggunakan uangnya untuk memenuhi kebutuhan bukan hanya untuk memenuhi keinginannya saja. Hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Haqiqi dan Pertiwi (2022) dan Rohmanto dan Susanti (2021) mengatakan bahwa *financial attitude* berpengaruh positif terhadap *financial behavior*. Namun penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Utami dan Isbanah (2023) dan Wahyuni *et al* (2023) mengatakan bahwa *financial attitude* berpengaruh negatif terhadap *financial behavior*.

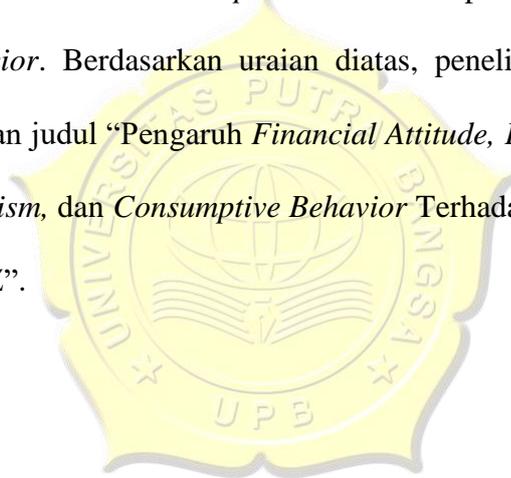
Generasi Z adalah generasi yang sudah berinteraksi dengan kemajuan teknologi sejak mereka lahir. Menurut Bank Indonesia (2020) *Financial Technology* atau yang biasa disebut dengan *FinTech* adalah penggunaan teknologi pada sistem keuangan yang mengubah model bisnis konvensional menjadi moderat, sehingga dapat melakukan pembayaran dari mana saja dan dengan waktu yang singkat. Mudahnya akses pembayaran saat ini, mengakibatkan generasi Z semakin sering melakukan pembelian untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Penggunaan *financial technology* tidak hanya digunakan sebagai alat bertransaksi dalam kegiatan sehari-hari, tetapi juga dapat menunjang aktivitas keuangan individu seperti menabung dan

berinvestasi untuk kebutuhan dimasa mendatang (Putri *et al.*, 2023). Hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Putri *et al.*, (2023) dan Ferdiansyah dan Triwahyuningtyas (2021) mengatakan bahwa *financial technology* berpengaruh positif terhadap *financial behavior*. Namun penelitian dari Haqiqi dan Pertiwi (2022) dan Utami dan Isbanah (2023) mengatakan bahwa *financial technology* berpengaruh negatif terhadap *financial behavior*.

Saat ini, banyak dari generasi Z yang mengharuskan dirinya untuk mengikuti semua tren yang sedang *booming*, terlebih lagi pada tren *fashion* agar tidak merasa tertinggal walau pun harga dari barang tersebut cukup mahal. Gaya hidup tersebut termasuk pada golongan *lifestyle hedonism*. *Lifestyle hedonism* adalah cara hidup individu dengan mencari kesenangan dan menganggap kesenangan sebagai tujuan hidup (Parmitasari *et al.*, 2018). Individu yang menganut *lifestyle hedonism* cenderung menjalani kehidupannya hanya diisi dengan mencari kesenangan, seperti dengan liburan mewah dan membeli barang *luxury brand*. Hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Ariska., *et al* (2023) dan Rohmanto dan Susanti (2021) mengatakan bahwa *lifestyle hedonism* berpengaruh positif terhadap *financial behavior*. Namun penelitian dari Utami dan Isbanah (2023) dan Wahyuni *et al* (2023) mengatakan bahwa *lifestyle hedonism* berpengaruh negatif terhadap *financial behavior*.

Saat ini generasi Z cenderung memiliki tujuan hidup untuk mencari kesenangan. Dengan memilikinya tujuan hidup mencari kesenangan, generasi Z dapat menjadi individu yang berperilaku konsumtif. *Consumptive behavior*

adalah perilaku individu yang muncul karena adanya aktivitas berkonsumsi secara berlebih yaitu dengan membeli suatu barang yang didasarkan oleh keinginan tanpa memperhatikan kegunaan atau manfaat dari barang tersebut (Taqwa & Mukhlis, 2022), yang mana individu tidak melakukan pertimbangan lebih dulu dan lebih fokus untuk memenuhi rasa keinginan dari pada kebutuhan. Hasil dari penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Kurnia *et al* (2023) mengatakan bahwa *consumptive behavior* berpengaruh positif terhadap *financial behavior* sedangkan penelitian dari Syahrial dan Azib (2022) mengatakan bahwa *consumptive behavior* berpengaruh negatif terhadap *financial behavior*. Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Financial Attitude, Financial Technology, Lifestyle Hedonism*, dan *Consumptive Behavior* Terhadap *Financial Behavior* pada Generasi Z”.



## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka identifikasi masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Financial Attitude* berpengaruh positif terhadap *Financial Behavior*?
2. Apakah *Financial Technology* berpengaruh positif terhadap *Financial Behavior*?
3. Apakah *Lifesyle Hedonism* berpengaruh negatif terhadap *Financial Behavior*?
4. Apakah *Consumptive Behavior* berpengaruh negatif terhadap *Financial Behavior*?

## 1.3. Batasan Masalah

Penulis membatasi masalah dalam penelitian ini pada objek penelitian yaitu Generasi Z yang memiliki pengeluaran per bulan dengan rentang usia 17-25 tahun.

## 1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian dalam rumusan masalah, maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Financial Attitude* terhadap *Financial Behavior*.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Financial Technology* terhadap *Financial Behavior*.

3. Untuk mengetahui pengaruh *Lifestyle Hedonism* terhadap *Financial Behavior*.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Consumptive Behavior* terhadap *Financial Behavior*.

### 1.5. Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat ganda, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis:

1. Manfaat teoritis
  - a. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan referensi dan pengembangan ilmu manajemen keuangan yang berkaitan dengan *financial behavior*.
  - b. Bagi peneliti dan akademis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan informasi serta dapat digunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat praktis sebagai berikut:

- a. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat tentang pentingnya *financial behavior* bagi Generasi Z.
- b. Diharapkan penelitian ini bermanfaat untuk mengetahui apakah yang paling berpengaruh terhadap *financial behavior* pada Generasi Z.