

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Saat zaman semakin maju, berbagai aspek kehidupan telah mengalami perubahan besar. Permasalahan ekonomi yang kompleks mendorong manusia untuk terus mencari cara demi memenuhi kebutuhan mereka. Hal ini disebabkan oleh peningkatan konsumsi yang disebabkan oleh kebutuhan manusia yang lebih kompleks. Masyarakat akan berperilaku konsumtif karena kebutuhan dan keinginan yang tidak terbatas dan sifat manusia yang tidak pernah puas. Jika masyarakat tidak memiliki perilaku keuangan yang baik, hal ini akan berdampak negatif dan menimbulkan masalah keuangan pribadi. Indonesia memiliki populasi manusia yang cukup besar dalam menggunakan media sosial dan situs belanja online, dan ini diperkirakan akan terus meningkat dalam beberapa tahun ke depan (Sinuhaji, 2023).

Perilaku konsumtif membuat masyarakat kesulitan dalam mengontrol pengeluarannya. Termasuk perilaku konsumtif Generasi Z. Generasi ini lahir dari tahun 1997 hingga 2012 (Utami, *et al.*, 2023). Generasi Z juga tumbuh di era digital, dimana semua orang dapat dengan mudah memanfaatkan teknologi dan mengakses berbagai macam informasi. Hal ini membuat mereka cenderung menjalani gaya hidup konsumtif dan sangat terhubung dengan tren global sehingga mereka sangat mudah terpengaruh dengan tren-tren terbaru yang sedang terjadi. Generasi Z sangat bergantung pada platform *e-commerce* dan media sosial, yang sering dipengaruhi oleh iklan dan saran dari *influencer*.

Selain itu, banyaknya promosi menarik dari berbagai merek dan mudahnya akses untuk berbelanja online membuat mereka lebih sering melakukan pembelian *impulsive* karena didasarkan keinginan dan emosi bukan logika. Meskipun perilaku konsumtif ini dapat mendorong pertumbuhan ekonomi, namun dampak buruknya juga ada yaitu membawa beberapa masalah seperti tidak memiliki kemampuan untuk menabung atau berinvestasi dengan baik guna mempersiapkan dana masa depan yang penuh dengan ketidakpastian ini. Selain itu, pembelian *impulsive* juga membuat generasi Z menghalalkan segala cara demi mendapat uang untuk memenuhi segala keinginannya.

Rendahnya literasi masyarakat Indonesia menjadi salah satu alasan masyarakat termasuk generasi Z tidak memiliki pemikiran yang terbuka terhadap tren-tren yang sedang terjadi sehingga hanya mengikuti arus tanpa mempunyai prinsip yang tegas terhadap diri sendiri. Tidak adanya prinsip yang tegas terhadap diri sendiri akan berdampak pada berbagai aspek termasuk berdampak pada perilaku keuangannya. Dalam hal pengelolaan keuangan, istilah "perilaku keuangan" ini mengacu pada tindakan yang diambil oleh seseorang dalam situasi nyata. Seseorang yang literasi keuangannya baik cenderung memiliki perilaku keuangan yang baik pula. Begitupun sebaliknya, seseorang yang perilaku keuangannya buruk biasanya tingkat literasi keuangannya rendah. Dengan adanya literasi keuangan, individu dapat menggunakan keuangannya dengan bijak untuk mencapai tujuan keuangan mereka. Meskipun sumber keuangan yang dimiliki individu terbatas, tetapi jika

literasi keuangannya baik maka akan lebih mudah dalam mencapai tujuan hidup dan dapat mengontrol serta mengendalikan keuangannya (Afriani, *et al.*, 2019).

Dalam beberapa tahun terakhir, pengetahuan orang Indonesia tentang keuangan telah meningkat. Indeks literasi keuangan penduduk Indonesia mencapai 65,43% menurut hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2024 yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Badan Pusat Statistik (BPS). Ini menunjukkan bahwa lebih dari 50% orang Indonesia memahami lembaga keuangan dan produk serta jasa mereka. Meskipun demikian, Generasi Z masih dianggap memiliki literasi keuangan yang rendah. Berdasarkan informasi dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK), tingkat literasi keuangan generasi Z hanya 44,04 persen atau lebih rendah 3,94% dari generasi milenial. Ini menunjukkan bahwa mayoritas dari generasi Z tidak memahami konsep keuangan dasar seperti investasi, tabungan, dan pengelolaan anggaran.

Hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Wiranti., *et al* (2023) dan Purwadianti., *et al* (2022) mengatakan bahwa *Financial Literacy* berpengaruh terhadap *Financial Behavior*. Namun demikian, hasil yang berbeda ditemukan oleh penelitian milik Widyakto., *et al* (2022) dan Sari dan Listiadi., (2021) yang mengatakan bahwa *Financial Literacy* tidak berpengaruh terhadap *Financial Behavior*.

Rendahnya literasi keuangan pada generasi Z dan ketidakmampuan untuk menabung atau berinvestasi menjadikan beberapa masalah lain muncul. Gaya hidup konsumtif yang tidak diimbangi dengan literasi keuangan yang baik membuat semakin maraknya fenomena judi online di Indonesia. Mudah akses untuk melakukan judi online membuat orang dengan mudah terjerumus untuk melakukan transaksi judi online tanpa memikirkan dampak kedepannya sehingga membuat transaksi judi online meningkat dari tahun ke tahun. Jumlah pemain judi online mencapai 4 juta orang pada tahun 2024, dan transaksi mencapai Rp600 triliun.

Jumlah transaksi judi online pada tahun 2024 telah mengalami peningkatan yang signifikan, dari yang hanya Rp2 triliun pada tahun 2017 menjadi Rp600 triliun pada tahun 2024, dari data demografi pemain judi online berdasarkan usia diketahui bahwa ada sekitar 24% pemain judi online yang masuk dalam generasi Z menurut Pusat Pelaporan dan Analisis Transaksi Keuangan (PPATK). Adanya judi online yang semakin marak berimbas pada dampak yang tidak hanya dirasakan oleh pelaku transaksi judi online saja melainkan juga dapat mengancam keluarga, hubungan persahabatan, dan ekonomi formal. Pemerintah tentu tidak diam saja, untuk mengurangi praktik judi online tersebut telah dilakukan berbagai upaya salah satunya adalah dengan memutuskan akses lebih dari 4,7 juta konten judi online.

Tindakan yang dilakukan pemerintah dengan memutuskan akses lebih dari 4,7 juta konten judi online bertujuan untuk memutuskan akses dan

menyadarkan para pemain judi online bahwa bermain judi online bukanlah perilaku yang bijak dalam memanfaatkan uang sehingga diharapkan kedepannya setiap orang memiliki kemampuan yang lebih baik ketika mengelola uang yang dimiliki. Perilaku keuangan meliputi semua keputusan keuangan seperti investasi, menabung, pengelolaan hutang, pembuatan anggaran, hingga keputusan pembelian. Sejauh mana seseorang mengendalikan keuangan mereka dalam kehidupan nyata dapat dilihat dari perilaku keuangan mereka. Perilaku keuangan yang baik adalah perilaku yang mendukung kesejahteraan keuangan jangka panjang. Ini termasuk praktik investasi yang tepat, pengelolaan utang yang bijak, menabung yang konsisten, dan perencanaan keuangan yang baik. Perilaku keuangan yang buruk dapat mengakibatkan masalah seperti utang berlebihan, kurangnya tabungan, dan ketidakstabilan keuangan (Jamali, *et al.*, 2023).

Kemampuan mengelola keuangan di era globalisasi menjadi hal yang sangat penting bagi semua kalangan termasuk generasi Z. Mengelola uang merupakan fakta yang harus dihadapi setiap manusia dalam kehidupan sehari-hari, seseorang harus dapat mengelola uang secara efisien untuk menyeimbangkan pendapatan dan pengeluaran mereka. Ini sangat penting agar uang yang diperoleh tidak terbuang sia-sia. Tujuan dari mengelola dana dengan baik adalah untuk kesejahteraan di masa depan agar terhindar dari masalah keuangan (Wahyuni, *et al.*, 2024). Individu yang memiliki perilaku keuangan yang baik cenderung lebih bisa mengelola keuangan dengan baik pula, seperti

membuat anggaran, menabung, mengontrol pengeluaran, berinvestasi, dan membayar kewajiban tepat waktu (Ubaidillah, *et al.*, 2019).

Perkembangan zaman yang semakin maju menuntut manusia untuk bisa beradaptasi pada kebiasaan-kebiasaan baru. Kebiasaan baru tersebut salah satunya adalah kemajuan teknologi yang membuat gaya hidup generasi Z semakin tinggi. Adanya fenomena FOMO (*Fear of Missing Out*) semakin membuat generasi Z terus mengikuti tren terbaru yang tidak ada habisnya bahkan tren tersebut bukan kebutuhan dasar yang harus dipenuhi. Belum lagi jika generasi Z menganut prinsip YOLO (*You Only Live Once*) yang membuat generasi Z harus mengejar kesenangan dengan segera tanpa memikirkan dana untuk masa depan. Hal ini dapat mengakibatkan ketidakseimbangan keuangan pada generasi Z. Generasi Z yang menganut *hedonic lifestyle* cenderung ingin selalu cepat dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan pribadinya.

Banyak generasi Z menghadapi masalah antara gaya hidup yang mereka jalani dengan kondisi keuangan keluarga mereka. Generasi Z yang menganut *hedonic lifestyle* sering merasa bahwa mereka harus memenuhi standar layaknya standar teman-teman mereka yang mungkin lebih mapan secara ekonomi. Seringkali, keinginan untuk tetap *up-to-date* dengan gaya hidup modern mendorong mereka untuk tetap mengikuti tren. Akibatnya, mengatur keuangan menjadi sangat sulit terutama bagi generasi Z. Oleh karena itu, menjalankan kebiasaan keuangan yang sehat dan bertanggung jawab adalah bagian penting dari kehidupan mereka (Wahyuni, *et al.*, 2024). Hasil penelitian

terdahulu yang telah dilakukan oleh Wahyuni., *et al* (2024) dan Alfira., *et al* (2024) mengatakan bahwa *hedonic lifestyle* berpengaruh positif terhadap *financial behavior*. Namun penelitian dari Utami (2023) mengatakan bahwa *hedonic lifestyle* berpengaruh negatif terhadap *financial behavior*.

Faktor lain yang diduga berpengaruh pada *financial behavior* adalah kecintaan terhadap uang atau yang disebut dengan *love of money*. Makna *love of money* ini mengacu pada tingkat kecintaan seseorang terhadap uang dan persepsi mereka tentang pentingnya uang dalam kehidupan mereka (Madini., *et al.*, 2023). Salah satu cara untuk mengatasi perilaku keuangan yang buruk yaitu dengan menerapkan kecintaan terhadap uang yang berkaitan dengan perilaku yang lebih bijak dalam mengelola keuangan. Menurut penelitian dari Meisani, *et al.*, (2024) menyatakan bahwa tingkat kecintaan seseorang terhadap uang dapat menyebabkan mereka lebih hati-hati dalam menganggarkan dan mengelola uang mereka, yang secara tidak langsung berdampak pada bagaimana mereka mengelola keuangan mereka.

Individu yang sangat mencintai uang cenderung akan terus berusaha untuk mencari cara menghasilkan jumlah uang yang besar dengan melakukan segala tindakan. Individu yang rasa cintanya terhadap uang tinggi akan semakin berwaspada dalam menggunakan serta mengelola uang tersebut, oleh sebab itu *love of money* dipandang penting (Fransiska, *et al.*, 2024). Hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Wahyuni., *et al* (2023) mengatakan bahwa *love of money* berpengaruh positif terhadap *personal financial management*

dan Ichi., *et al* (2024) mengatakan bahwa *love of money* berpengaruh positif terhadap *financial management behavior*. Namun penelitian dari Yerianto *et al.*, (2024) mengatakan bahwa *love of money* tidak berpengaruh terhadap *financial behavior*.

Melihat hasil dari penelitian sebelumnya mengenai *financial literacy* terhadap *financial behavior*, *hedonic lifestyle* terhadap *financial behavior*, *love of money* terhadap *financial behavior* memberikan celah untuk penelitian selanjutnya. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu dimana masih ditemukan hasil penelitian yang belum konsisten. Pembaharuan dalam penelitian yang akan dilakukan saat ini adalah populasi dan sampel yang akan digunakan. Penelitian ini akan dilakukan terhadap generasi Z.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis “**Pengaruh *Financial Literacy*, *Hedonic Lifestyle*, Dan *Love of Money* Terhadap *Financial Behavior* Pada Generasi Z**”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Financial Literacy* berpengaruh terhadap *Financial Behavior* pada generasi Z?
2. Apakah *Hedonic Lifestyle* berpengaruh terhadap *Financial Behavior* pada generasi Z?

3. Apakah *Love of Money* berpengaruh terhadap *Financial Behavior* pada generasi Z?

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan masalah yang telah di uraikan, maka penulis memberikan batasan masalah supaya penelitian ini lebih terarah dengan tujuan yang telah ditetapkan dan tidak melebar pada pembahasan yang akan dilakukan. Penulis membatasi masalah-masalah sebagai berikut:

1. Penulis membatasi masalah dalam penelitian ini pada objek penelitian yaitu Generasi Z yang berusia 17 sampai 27 tahun, dengan pertimbangan sudah memiliki penghasilan per bulan.
2. Variabel dalam penelitian ini dibatasi pada empat variabel, antara lain:
 - a. *Financial Literacy*
 - b. *Hedonic Lifestyle*
 - c. *Love of Money*
 - d. *Financial Behavior*

1.4. Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui apakah *financial literacy* berpengaruh terhadap *financial behavior* pada generasi Z.
2. Untuk mengetahui apakah *hedonic lifestyle* berpengaruh terhadap *financial behavior* pada generasi Z.

3. Untuk mengetahui apakah *love of money* berpengaruh terhadap *financial behavior* pada generasi Z.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat dari disusunnya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis, antara lain:

- a. Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu manajemen keuangan yang berkaitan dengan *financial behavior*.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan bisa berkontribusi sebagai referensi bacaan di masa yang akan datang untuk menambah pengetahuan, khususnya terkait *financial behavior* pada generasi Z dan faktor-faktor yang mempengaruhi seperti *financial literacy*, *hedonic lifestyle*, dan *love of money*.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis, antara lain:

a. Manfaat untuk generasi Z

Bagi generasi Z diharapkan penelitian ini dapat menjadi acuan pemahaman yang baik terhadap *financial literacy*, *love of money*, dan *hedonic lifestyle*.

b. Manfaat untuk OJK

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan informasi bagi OJK dalam merumuskan kebijakan yang lebih efektif untuk mengelola

risiko keuangan dan melindungi perilaku keuangan di kalangan generasi muda.

c. Manfaat untuk peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai informasi tambahan bagi peneliti selanjutnya mengenai *financial literacy*, *love of money*, dan *hedonic lifestyle* terhadap *financial behavior* pada generasi Z.

