

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Mengelola keuangan pribadi dengan baik merupakan hal yang sangat penting dan dibutuhkan bagi seorang individu. Kondisi sekarang yang semakin modern dengan kemajuan teknologi yang pesat, individu dimudahkan dengan hal yang berhubungan dengan internet contohnya yaitu seseorang semakin mudah dalam berbelanja. Bahkan saat berada di rumah, hanya dengan menggunakan laptop atau handphone dan didukung dengan berbagai *social media* lainnya yang dimiliki, pengguna sudah bisa untuk berbelanja. Hal ini dikarenakan semakin banyaknya toko online yang ada dengan berbagai inovasi yang ditampilkan untuk menarik calon pembeli, seperti memberikan diskon besar-besaran, memberikan berbagai macam voucher, mendapatkan cashback, bebas biaya ongkos kirim, dan lain sebagainya. Bahkan pengguna laptop atau handphone tidak hanya dapat berbelanja di dalam negeri, tetapi juga bisa berbelanja di luar negeri. Pengeluaran seorang individu rata-rata bisa melebihi penerimaannya hanya untuk memenuhi kebutuhan konsumtifnya saja. Adanya pengelolaan keuangan secara benar dan adanya perilaku yang baik dari dalam diri seorang individu untuk mengelola keuangannya akan berdampak positif didalam kehidupan masa sekarang dan masa yang akan datang.

Perilaku menabung merupakan hal yang membiasakan pribadi seseorang untuk menyisihkan uang dan tidak langsung habis digunakan dalam satu periode waktu tertentu (Yasid : 2009). Perilaku menabung yang ada dalam diri seseorang bertujuan untuk berhemat serta sebagai dana cadangan ketika berada pada kondisi yang bersifat penting dan mendesak. Dengan memiliki tabungan seseorang tidak perlu khawatir ketika berada pada kondisi yang bersifat darurat sehingga kondisi keuangan seseorang itu tetap aman dan terjaga dengan baik. Namun dengan seiring berjalannya waktu serta kemajuan teknologi yang pesat, perilaku menabung dalam diri seseorang semakin berkurang atau hilang bahkan menabung dianggap bukan hal yang penting bagi seseorang pada era modern sekarang. Sebenarnya jika diperhatikan menabung merupakan hal yang penting dan berdampak positif bagi seseorang dalam kondisi ekonomi atau keuangannya di masa sekarang maupun di masa yang akan datang. Hal ini berkaitan dengan perilaku seseorang yang hanya mementingkan keinginan dirinya semata bukan karena kebutuhan dan tidak memikirkan kondisi keuangan di masa depan.

Perilaku menabung sangatlah penting ditingkatkan terutama untuk kalangan individu. Individu pada masa sekarang dituntut untuk dapat mengelola keuangan baik dalam harian, mingguan ataupun bulanan. Banyak individu yang memiliki masalah, masalah tersebut dikarenakan tidak mampu mengontrol keuangan pribadinya (Wulandari dan Luqman Hakim (2015)).

Sikap seorang individu dalam mengalokasikan uang yang diperoleh dari pendapatan atau orang tua tergantung dari perilaku masing-masing individu itu sendiri, ada beberapa individu yang membelanjakan semua uang yang

diperolehnya. Namun, ada juga beberapa individu lain yang menyisihkan sebagian uangnya untuk simpanan (Suryanto : 2017). Dengan menabung seorang individu dapat mengontrol kondisi keuangannya serta dapat merasakan manfaat dari menabung seperti memiliki cadangan uang untuk digunakan ketika dalam kondisi yang darurat.

Pada masa sekarang sebagian besar penduduk berada pada generasi millennial. Berikut ini adalah tabel pengelompokan generasi mulai tahun kelahiran 1925 sampai 2010 keatas.

Tabel 1.1
Pengelompokan Generasi

Tahun Kelahiran	Nama Generasi
1925-1946	Veteran Generation
1946-1960	Baby Boom Generation
1960-1980	X Generation
1980-1995	Y Generation (Generasi Milenial)
1995-2010	Z Generation
2010 keatas	Alfa Generation

Sumber : Bencsik, Csikos, dan Juhez (2016)

Enam kelompok generasi tersebut memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Sikap Generasi Y atau biasa disebut Generasi Milenial dalam mengalokasikan uang berbeda pada masing-masing individu. Generasi ini memiliki karakter dan cara pandang yang berbeda dengan generasi sebelumnya, termasuk dalam cara menabung (Tari, 2010).

Generasi Y atau biasa juga disebut sebagai Generasi Milenial adalah gelombang pertama dari generasi digital yang lahir di dunia teknologi. Generasi Milenial sangat berkualitas dalam pengetahuan digital, oleh karena itu mudah bagi

Generasi Milenial untuk dengan cepat memperoleh penggunaan alat dan perangkat baru dalam teknologi informasi. Generasi Milenial dengan mudah menerima perubahan, dan tidak suka merencanakan untuk waktu yang lama, Generasi Milenial lebih suka menikmati dirinya sendiri di dalam eranya. Lingkaran teman-teman Generasi Milenial adalah virtual, Generasi Milenial dengan mudah menerima perbedaan budaya dan benar-benar suka menjalani kehidupan yang cepat (Krishnan et al, 2012). Aktivitas berbasis digital, hampir di setiap lini aktivitas milenial tidak lepas dari dukungan digital. Dari mulai kuliner hingga *travelling* semakin mudah dengan dukungan digital, seperti mencari referensi tempat makan favorit atau mencari tiket melalui situs *online*. Bahkan, milenial memenuhi berbagai kebutuhan dengan belanja *online*. (idnresearch, 2018). Keluarga bukanlah segalanya bagi Generasi Milenial, nilai-nilai tradisional memudar. Mayoritas generasi milenial sudah hadir di pasar tenaga kerja dan memiliki gelar sarjana. Generasi milenial memiliki ide-ide unik tentang posisi masa depan di tempat kerja. Penting bagi Generasi Milenial untuk bekerja di tempat yang diinginkan dan melakukan apa yang benar-benar disukainya. Jika merasa bahwa Generasi Milenial berada dalam penangkaran, maka dengan cepat melangkah lebih jauh. Generasi Milenial ditandai oleh "multitasking", perhatian multi-sisi dan berbagai (Schäffer, 2015).

Milenial Indonesia berbeda dengan generasi sebelumnya. Merembaknya jaringan digital, cukup banyak mempengaruhi karakter Milenial saat ini. Karakter lain generasi milenial yaitu *connected*, *confident* dan *creative*. Kreatifitas milenial juga terbawa pada lingkungan kerja, karena pada dasarnya kreatifitas merupakan

bagian dari *passion*. Temuan survei menunjukkan bahwa Milenial lebih suka bekerja dengan kebebasan untuk berkreaitivitas, bekerja dengan fleksibilitas waktu dan juga bekerja secara tim. (idnresearch, 2018). Bagi generasi milenial konsep sukses, karier dan uang adalah prioritas utama, karena generasi milenial telah belajar bahwa itu adalah satu-satunya hal yang dapat memajukan generasi milenial dalam masyarakat konsumen (Tari, 2010). Dalam kesehariannya menggunakan perangkat teknologi modern, komunikasinya terutama terjadi di ruang virtual. Generasi milenial termotivasi oleh dorongan, dan mencapai kesuksesan. Perasaan bebas waktu dan relaksasi tidak dapat dihindari generasi milenial, karena memiliki keinginan yang luas dan beragam, generasi milenial biasanya membuat keputusan atau bertindak sesuai untuk mencapai tujuan. Uang dan kesuksesan adalah alat motivasi dasar bagi generasi milenial dalam pekerjaan. Keinginan-keinginan, ambisi generasi-generasi yang lebih baru bersifat komprehensif, anak muda tumbuh dari kemampuan dan kemungkinannya, oleh karena itu, persyaratannya memuncak dalam berbagai bentuk. Pengalamannya menentukan keputusan dan tindakan (Bittner et al, 2013).

Pengelolaan keuangan yang baik juga dapat diperoleh dari partisipasi, observasi, dan instruksi dari agen sosialisasi seperti teman sebaya dan media (Leila dan Laily, 2011). Para sosiolog menekankan bagaimana proses pemilahan yang dimulai dari dalam keluarga diperkuat sewaktu anak-anak dihadapkan dengan aspek lain dalam masyarakat, salah satu aspek yang sangat kuat adalah kelompok teman sebaya (*peer group*) (Henslin. 2006:75). Teman sebaya adalah

kumpulan individu dengan tingkat kedewasaan yang kurang lebih sama (Wulandari dan Luqman, 2015).

Lusardi (2009) menyatakan bahwa teman sebaya merupakan salah satu kunci dalam pemberian informasi dan sebagai penasehat keuangan. Kedekatan dengan teman sebaya yang intensif dan teratur akan membentuk suatu kelompok yang dijalin erat dan tergantung antara satu sama lainnya, dengan demikian relasi yang baik antara teman sebaya penting bagi perkembangan sosial remaja yang normal. Lingkungan teman sebaya memberikan dorongan atau dukungan untuk belajar misalnya membuat kelompok belajar atau menjadikan temannya untuk bertanya tentang cara mengelola keuangan yang baik.

Pengaruh lain ditemukan dalam Penelitian Leila dan Laily (2011) yang menyatakan bahwa seorang individu yang terlalu bergantung dan menjadikan teman sebaya sebagai sumber informasi akan membuat individu tersebut mengalami masalah keuangan. Pernyataan tersebut diperkuat dalam penelitian Wulandari dan Luqman (2015) yang menyatakan bahwa kebiasaan mencari kesenangan seperti nonton, kuliner, jalan-jalan bersama teman-teman tanpa disadari hal tersebut menjadikan kebiasaan buruk yang membuat tidak terkontrolnya keuangan pribadi dan membuat pengeluaran yang berlebihan. Keadaan tersebut mendasari betapa buruknya manajemen keuangan pribadi bagi individu itu sendiri.

Menurut Ronald E. Goldsmith (2011) istilah materialisme lebih mengacu pada pentingnya barang materil dalam hidup seseorang dengan implikasi bahwa

orang yang materialistis memiliki kepedulian yang lebih terhadap benda-benda materil. Akhirnya ukuran kesuksesan seseorang diletakkan pada kualitas dan kuantitas barang yang dimiliki seorang individu tersebut. Sifat seseorang yang bisa dibilang tidak pernah puas dengan apa yang telah dimilikinya juga dapat menimbulkan sikap materialisme dan selalu membeli barang-barang yang diinginkan. Di era sekarang ini, generasi milenial yang memperoleh penerimaan uang bulanan, mingguan ataupun harian akan melakukan hal yang dapat menghabiskan uang dengan membeli barang-barang mewah.

Solomon & Rabolt (2009) menyatakan bahwa *Impulsive Buying* adalah suatu kondisi yang terjadi ketika individu mengalami perasaan terdesak secara tiba-tiba yang tidak dapat dilawan. Kecenderungan untuk membeli secara spontan ini umumnya dapat menghasilkan pembelian ketika konsumen percaya bahwa tindakan tersebut adalah hal yang wajar (Solomon 2009). Melakukan pembelian suatu barang bukan merupakan suatu hal yang baru bagi seseorang, tetapi telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari dan masing-masing seseorang memiliki perilaku yang berbeda-beda dalam hal pembelian. Setiap individu dapat memilih berbagai macam keputusan pembeliannya. Mayoritas setiap orang dihadapkan pada suatu pilihan untuk menentukan pengambilan keputusan pembelian. Keputusan pembelian biasanya dibuat melalui suatu proses dari pengenalan kebutuhan hingga evaluasi setelah pembelian. Sebelum melakukan pembelian suatu barang biasanya konsumen selalu merencanakan terlebih dahulu tentang barang apa yang akan dibelinya, jumlah, anggaran, toko pembelian, dan lain sebagainya. Namun, ada kalanya proses pembelian yang dilakukan oleh

konsumen timbul begitu saja saat melihat suatu barang karena ketertarikannya dan konsumen melakukan pembelian pada barang yang bersangkutan. Tipe pembelian tersebut dinamakan tipe pembelian yang tidak direncanakan terlebih dahulu atau pembelian impulsif (*impulsive buying*).

Berdasarkan beberapa uraian diatas, penulis ingin mengetahui lebih jauh Pengaruh Teman Sebaya dan Materialisme terhadap Perilaku Menabung Generasi Milenial dengan *Impulsive Buying* sebagai variabel mediasi.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah Teman Sebaya berpengaruh terhadap Perilaku Menabung pada generasi milenial?
2. Apakah Materialisme berpengaruh terhadap Perilaku Menabung pada generasi milenial?
3. Apakah *impulsive buying* memediasi pengaruh materialisme terhadap perilaku menabung generasi milenial?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui hal-hal sebagai berikut :

1. Untuk menguji apakah ada pengaruh Teman Sebaya terhadap Perilaku Menabung pada generasi milenial.

2. Untuk menguji apakah ada pengaruh Materialisme terhadap Perilaku Menabung pada generasi milenial.
3. Untuk menguji apakah *impulsive buying* memediasi pengaruh materialisme terhadap perilaku menabung generasi milenial.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan untuk dapat memberikan berbagai manfaat baik dari sisi teori maupun dari segi praktis. Dibawah ini manfaat yang diharapkan melalui penelitian ini:

1. Bagi Generasi Milenial

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan informasi lebih kepada Generasi milenial mengenai Perilaku Menabung yang baik sehingga bisa memiliki keuangan yang terencana dimasa depan.

2. Bagi Penulis

Sebagai sarana belajar untuk menambah pengetahuan tentang pengaruh teman sebaya dan materialisme dengan *impulsive buying* sebagai variabel mediasi terhadap Perilaku Menabung pada generasi millennial.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat memberikan ilmu dan informasi yang berguna bagi peneliti selanjutnya dan dapat digunakan sebagai acuan untuk melakukan penelitian selanjutnya.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Di dalam sistematika penulisan proposal skripsi ini secara garis besar dibagi dalam lima bab yang dimana masing-masing bab terdapat sub bab yang isinya berkaitan dari setiap bab secara keseluruhan. Di bawah ini sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan

Di dalam bab ini telah dijelaskan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : Tinjauan Pustaka

Di dalam bab ini dijelaskan tentang penelitian terdahulu yang berfungsi sebagai acuan untuk penulisan penelitian ini, landasan teori, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

BAB III : Metode Penelitian

Di dalam bab ini diuraikan tentang prosedur atau cara untuk mengetahui sesuatu dalam penelitian dengan menggunakan langkah-langkah yang sistematis. Pada bab ini meliputi rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, instrumen penelitian, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, data dan

metode pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian, teknik analisis data.

BAB IV : Gambaran Subjek Penelitian dan Analisis Data

Pada bab ini akan membahas mengenai karakteristik dari responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, jumlah tanggungan, proporsi menabung, usia pernikahan, total pendapatan perbulan, dan total pengeluaran perbulan serta akan membahas tentang bagaimana hasil dari analisis data.

BAB V : Penutup

Bab ini merupakan bab penutup yang akan membahas tentang kesimpulan dari penelitian yang dilakukan, keterbatasan penelitian, dan yang terakhir adalah saran.