

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi masa kini sangat pesat berkembang, yang akan semakin membawa kearah era *digital* dan *mobile*. Teknologi memiliki peranan yang cukup penting bagi kehidupan manusia sehingga bisa berdampak pada perilaku manusia itu sendiri. Kemudahan teknologi membuat kehidupan manusia sangat dipermudah dalam menjalankan aktivitas sehari-hari dan dapat membantu pekerjaan manusia. Teknologi memberikan dampak bagi kehidupan manusia, maka dari itu setiap individu memiliki kewajiban untuk dapat menanggapi teknologi dengan bijak. Sekarang ini sebagian besar seluruh aktivitas manusia telah dipermudah dengan adanya teknologi mulai dari hal kecil seperti mendapatkan informasi yang dahulu hanya bisa kita dapatkan pada koran, televisi, majalah, radio, namun sekarang kita bisa dengan mudah mendapatkannya dengan melalui media internet, atau contoh lainnya sekarang ini sedang marak layanan keuangan berbasis digital seperti Go-pay, OVO, DANA dan semacamnya yang dapat membantu kita membayar transaksi dengan praktis.

Pada abad 21 sekarang, tak bisa dipungkiri teknologi sudah menjadi ketergantungan bagi kehidupan sehari-hari manusia bahkan tanpa teknologi, manusia akan kesulitan untuk melakukan aktivitasnya. Perkembangan teknologi yang pesat juga membawa dampak bagi kehidupan masyarakat Indonesia. Menurut Harususilo, IDN Research Institute melakukan kerjasama untuk melakukan survei dengan Alvara Research Center dengan dilakukan penelitian

selama 3 minggu dimulai dari 20 Agustus dan berakhir pada 6 September 2018, dengan melibatkan 1.400 kaum generasi millennial di 12 kota besar Indonesia menemukan bahwa 94,4% milenial Indonesia sudah terkoneksi dengan internet (Kompas.com 2019). Teknologi digital di Indonesia yang semakin pesat membuat masyarakat Indonesia kecanduan dalam menggunakan teknologi digital dan mobile, masyarakat Indonesia dapat dikatakan pada tahap merasa resah jika tidak ada *smartphone* di dekatnya dan menjadi barang wajib untuk selalu dibawa kemanapun dan kapanpun. Teknologi digital seperti pedang bermata dua yang mempunyai dampak dari sisi positif dan sisi negatif. Sisi positif teknologi dapat membantu masyarakat Indonesia untuk dapat cepat mengakses informasi dan pengetahuan, mempermudah aktivitas sehari-hari, mempermudah komunikasi dengan individu lainnya, sebagai lokasi untuk memulai bisnis, dan menjadi sarana pendidikan, dan teknologi dari sisi negatif dapat menimbulkan perilaku tidak sehat bagi masyarakat, penggunaan internet yang berlebihan dapat memicu otak menjadi malas berfikir, dengan adanya kemudahan mendapatkan informasi dan pengetahuan membuat masyarakat menjadi malas dalam berfikir karena mereka merasa segala hal akan sangat mudah didapatkan. *E-commerce* merupakan salah satu contoh perkembangan teknologi di Indonesia yang sangat cepat berkembang dikarenakan rasa belanja masyarakat Indonesia yang tinggi. Masyarakat sekarang sudah sangat dimanjakan dengan adanya *e-commerce*. Mereka sudah tidak perlu lagi pergi ke *department store* untuk berbelanja. Dengan adanya *e-commerce* dapat mempermudah seseorang saat ingin belanja dimanapun dan kapanpun. Cukup bermodalkan *mobile phone* dan *internet* sudah dapat membuat seseorang dapat berbelanja sesuai keinginan mereka. Oleh karena itu, masyarakat Indonesia

akan lebih konsumtif yang dibuktikan dengan Anjugroso mengatakan bahwa adanya survei yang dilakukan oleh Allianz Life pada tahun 2018 menyatakan sebanyak 57% milenial dilaporkan belanja tanpa perencanaan dikarenakan apa yang mereka lihat pada media sosial. Maka disimpulkan bahwa media sosial mempengaruhi sifat konsumtif masyarakat Indonesia (tribunnews.com, 2019). Sifat masyarakat Indonesia yang konsumtif dapat membuat masyarakat tersebut akan menghadapi permasalahan keuangan. Salah satu hal yang umum sering terjadi adalah pendapatan yang diterima oleh setiap pribadi tidak mencukupi kebutuhan sehari-harinya.

Sikap setiap individu terhadap keuangan akan memberikan pengaruh besar untuk menentukan sikap terhadap perilaku keuangannya dalam kehidupan sehari-hari. Menurut teori yang dikemukakan oleh Furnham pada tahun 1984 dalam Herdjiono dan Damanik (2016), ada enam konsep sikap keuangan (*financial attitudes*) yakni, *obsession, power, effort, inadequacy, retention, security*. *Security* yang dimaksud adalah cara pandang setiap individu yang kuno tentang keuangan seperti seorang individu menganggap uang yang dimilikinya lebih baik untuk disimpan oleh dirinya sendiri dari pada ditabung ataupun di investasikan. Sikap keuangan (*financial attitude*) juga didefinisikan sebagai keadaan pikiran, pendapat, dan penilaian yang berhubungan dengan keuangan pribadi setiap individu yang diterapkan ke dalam sikapnya dengan mengaplikasikan prinsip-prinsip aspek keuangan untuk membuat dan mempertahankan nilai dengan melalui pengambilan keputusan dan pengelolaan sumber yang tepat. (Humaira dan Sagoro, 2018).

Banyak faktor yang akan menyebabkan masyarakat Indonesia menjadi konsumtif, salah satunya kemungkinan dipengaruhi oleh aspek psikologis yaitu berkaitan dengan *locus of control* yang pertama kali dikemukakan oleh Rotter tahun 1966 dalam Ida dan Dwinata (2010), dia adalah ahli pembelajar teori sosial. Menurutnya *locus of control* merupakan cara pandang setiap individu terhadap suatu kejadian yang terjadi apakah dia dapat atau tidak dapatnya mengendalikan peristiwa itu jika terjadi padanya. Rotter juga membedakan *locus of control* menjadi dua, yaitu *locus of control internal* dan *locus of control external*. Individu yang merasa pendapatan yang mereka dapatkan cukup atau tidak cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya akan dipengaruhi oleh aspek psikologis dari diri setiap individu, apakah individu tersebut akan menyalahkan pihak luar atau sebaliknya.

Faktor dari segi Pengetahuan keuangan (*financial knowledge*) juga merupakan salah satu dari beberapa faktor mengapa masyarakat Indonesia konsumtif. Perkembangan keuangan saat ini yang pesat membuat banyaknya pilihan dalam melakukan investasi mulai dari deposito, saham, obligasi, reksadana, investasi properti, emas, tabungan, dan lain-lainnya. Namun, hanya segelintir orang yang memang benar-benar mengetahui tentang produk keuangan tersebut. Maka dari itu, masyarakat Indonesia rentan akan penipuan investasi abal-abal. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) melakukan Survei Nasional Literasi Keuangan yang biasanya diadakan pada 3 tahun sekali. Menemukan bahwa Pada tahun 2013 hanya 21,8% yang termasuk kategori *well literate* dan pada tahun 2016 menjadi 29,7%, *well literate* sendiri diartikan sebagai seseorang yang mempunyai pengetahuan, keyakinan pada lembaga jasa keuangan beserta produk

jasa keuangan dan terampil dalam menggunakan produk-produk jasa keuangan. Produk jasa keuangan yang ditawarkan oleh Lembaga jasa keuangan bukan hanya investasi saja tetapi saat ini produk keuangan yang paling diketahui oleh masyarakat Indonesia adalah produk tabungan, hal ini terjadi karena menurut masyarakat Indonesia tabungan merupakan alat transaksi keuangan sehari-hari yang paling mudah digunakan. Hasil survei nasional literasi keuangan pada tahun 2016 yang selalu dilakukan setiap 3 tahun sekali, ada 5 peringkat teratas produk keuangan yang diketahui oleh masyarakat Indonesia yaitu tabungan, transfer, asuransi, pinjaman dengan gadai, dan deposito. Pada kondisi Indonesia yang seperti ini menunjukkan bahwa tidak sepenuhnya masyarakat memiliki pengetahuan yang baik mengenai cara mereka bisa mengoptimalkan keuangan mereka dengan kegiatan yang produktif. Redmund (2010) menyatakan bahwa literasi keuangan dijadikan ukuran terhadap pemikiran individu yang berhubungan dengan pengetahuan konsep keuangan, kemampuan, keyakinan terhadap perencanaan keuangan dengan cara pengambilan keputusan jangka pendek maupun jangka Panjang secara tepat, dan dapat memperhatikan kejadian dan kondisi ekonomi yang sedang terjadi (ojk.go.id). Pengetahuan keuangan (*financial knowledge*) yang dimiliki setiap individu akan berkembang menjadi keterampilan keuangan, yang diartikan sebagai kemampuan individu dalam menerapkan pengetahuan keuangan dalam kehidupan sehari-hari. Pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang dimiliki individu dapat berpengaruh pada sikap dan perilaku keuangannya.

Berdasarkan hal-hal tersebut diatas maka akan mempengaruhi perilaku keuangan seseorang. Perilaku keuangan (*financial behavior*) dapat diartikan

sebagai perilaku setiap individu dalam mengatur keuangannya dari sudut pandang psikologis dan kebiasaanya (Humaira dan Sagoro, 2018). Perilaku keuangan (*financial behavior*) disaat ini merupakan suatu masalah yang sering di bahas di Indonesia. Hal ini dikarena sebagian besar masyarakat Indonesia yang kebanyakan memiliki sifat belanja impulsif. Menurut Primadhyta, hasil riset yang dilakukan oleh Mastercard dengan melakukan teknik wawancara selama Mei dan Juni 2015, yang melibatkan hingga 2.272 kaum millenial dari 14 negara di Asia Pasifik, menemukan bahwa berdasarkan penelitian ini sebanyak 50% responden yang berasal dari Indonesia merupakan pelanggan paling impulsif di Asia Pasifik kedua setelah Thailand (CNN Indonesia, 2015). Hal ini diperkuat dengan Fauzia yang menyatakan bahwa survei yang dilakukan oleh MarkPlus dengan 1.200 responden dari 17 provinsi di Indonesia pada Februari 2019, menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia memiliki kecenderungan belanja impulsif dengan didorongnya oleh kemajuan *e-commerce* di Indonesia memperparah masyarakat Indonesia dapat berbelanja impulsif kapanpun dan dimanapun (Kompas.com, 2019). Oleh sebab itu, meskipun setiap individu memiliki pendapatan yang cukup namun, individu tersebut tetap bisa mengalami kesulitan *financial* dikarenakan mereka merasa bahwa pendapatan yang mereka terima tidak sebanding dengan pengeluaran yang mereka keluarkan dan dapat menimbulkan perilaku keuangan yang kurang bertanggung jawab.

Menurut Ida dan Dwinata (2010) Pada setiap individu yang memiliki pendapatan besar, memiliki kemungkinan untuk menunjukkan perilaku keuangan (*financial behavior*) yang lebih bertanggung jawab daripada individu yang memiliki pendapatan lebih rendah. Menurut Hilgert *et al* (2003) dalam Ida dan

Dwinata (2010) mengemukakan bahwa seorang individu yang memiliki pendapatan (*income*) rendah kemungkinan lebih kecil untuk membayar tagihannya tepat waktu dibandingkan oleh individu dengan pendapatan yang lebih tinggi, hal ini juga didukung dengan Aizen *et al* (2003) dalam Ida dan Dwinata (2010) yang menyatakan bahwa keluarga dengan rasa pendapatan rendah akan membuat keluarga tersebut memiliki kemungkinan kecil untuk menabung. Maka, individu dengan *financial behavior* yang baik, lebih mungkin untuk melakukan penganggaran, perencanaan, pemeriksaan, pengendalian, penyimpanan, dan dapat mengontrol pengeluarannya.

Saung Angklung Udjo (SAU) merupakan suatu tempat wisata sekaligus edukasi yang bertujuan untuk melestarikan dan mengembangkan kebudayaan sunda, yang sudah mulai pudar pada era millennial khususnya Angklung dengan cara Pendidikan dan pelatihan. Saung Angklung Udjo memiliki beberapa fasilitas yang dapat dinikmati pengunjung mulai dari arena pertunjukan, pusat kerajinan bambu, dan *workshop* alat musik bamboo ([angklungudjo.com](http://angklungudjo.com)). Saung Angklung Udjo memiliki karyawan yang berpenghasilan sehingga perlu mengetahui bagaimana cara pengelolaan pendapatan yang mereka terima.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk meneliti dengan judul penelitian **Pengaruh *locus of control, financial knowledge, financial attitude terhadap financial behavior*** yang akan dilakukan pada karyawan staf Saung Angklung Udjo.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan pada bagian pendahuluan maka kita akan dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *locus of control* dapat berpengaruh terhadap *financial behavior* staf karyawan Saung Angklung Udjo (SAU)?
2. Apakah *financial knowledge* dapat berpengaruh terhadap *financial behavior* staf karyawan Saung Angklung Udjo (SAU)?
3. Apakah *financial attitude* dapat berpengaruh terhadap *financial behavior* staf karyawan Saung Angklung Udjo (SAU)?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijabarkan diatas maka tujuan dari dibuatnya penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui *locus of control* pada masing-masing individu bisa mempengaruhi *financial behavior* para staf karyawan Saung Angklung Udjo (SAU).
2. Untuk mengetahui *financial knowledge* memiliki pengaruh terhadap *financial behavior* para staf karyawan Saung Angklung Udjo (SAU).
3. Untuk mengetahui *financial attitude* memiliki pengaruh terhadap *financial behavior* pada para staf karyawan Karyawan Saung Angklung Udjo (SAU).

## 1.4 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian tentang pengaruh *locus of control*, *financial knowledge*, *financial attitude* terhadap *financial behavior*. Maka pengguna

penelitian akan mendapatkan manfaat - manfaat yang menguntungkan dari penelitian ini, yaitu:

1. Bagi Mahasiswa/i

Penelitian ini diharapkan dapat membantu mahasiswa/i yang akan melakukan penelitian dengan topik yang sama, dapat menjadikan penelitian ini sebagai referensi untuk melakukan penelitian yang selanjutnya.

2. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan kajian dan pertimbangan untuk dapat meningkatkan kesadaran dan pengetahuan akan *locus of control*, *financial knowledge*, *financial attitude* pada mahasiswa/i.

3. Bagi Masyarakat.

Penelitian ini diharapkan memberikan informasi tentang pentingnya pengetahuan keuangan *financial knowledge* bagi perilaku keuangan (*financial behavior*) masyarakat.

4. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat membantu Saung Angklung Udjo (SAU) dalam memahami perilaku keuangan (*financial behavior*) para karyawannya dan dapat membantu karyawan dalam mengatur keuangan mereka.

5. Bagi Pemerintah

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan akan pentingnya *financial behavior* bagi masyarakat Indonesia, sehingga pemerintah dapat mengedukasi Lembaga-lembaga Pendidikan dan melakukan penyuluhan pada masyarakat Indonesia.