

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

Kegiatan konsumsi di Indonesia merupakan salah satu aktivitas yang sering dilakukan dalam memenuhi kebutuhan. Adanya perbedaan kebutuhan dan prioritas menjadikan adanya perbedaan dalam perilaku keuangan. Perilaku keuangan (*financial behavior*) terjadi dikarenakan besarnya keinginan seseorang dalam upaya memenuhi kebutuhan dan menyesuaikan dengan penghasilan yang diterima. Pada saat mengatasi masalah keuangan, seseorang diharapkan mampu berfikir rasional dan relevan untuk menentukan suatu keputusan. Salah satu provinsi dengan literasi keuangan terbesar kedua di Indonesia pada tahun 2016 adalah Jawa Barat sebesar 38,70 %. Dengan sebagai Ibu Kota provinsi, Kota Bandung menjadi dominasi masyarakat urban ([www.economy.okezone.com](http://www.economy.okezone.com) diakses 11 September 2019).

Kota Bandung dikenal sebagai kota kreatif dan strategis, sehingga terhadap daerah-daerah di sekitarnya memiliki nilai yang strategis (Statistik Daerah Kota Bandung 2018, 2018:1). Di Jawa Barat, Kota Bandung menjadi salah satu Urban Milenial terbesar. Kota Bandung menjadi salah satu jumlah penduduk terbesar kedua di wilayah Bandung Raya setelah Kabupaten Bandung. Jika dibandingkan dengan seluruh kota/kabupaten di Jawa Barat, Kota Bandung adalah kota/kabupaten dengan penduduk terbesar keenam. (Statistik daerah Kota Bandung 2018, 2018:9).

Menurut data proyeksi Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2017 penduduk Kota Bandung berjumlah 2.497.938 jiwa dengan persentase 49,55 persen adalah penduduk perempuan sedangkan 50,45 persen penduduk laki-laki. (Statistik Daerah Kota Bandung 2018,2018: 8). Jika berdasarkan kelompok umur, usia 20-24 tahun memiliki persentase terbesar sebesar 48,23%. Hal ini dapat terjadi dengan adanya faktor bahwa tidak sedikit pelajar dan mahasiswa untuk menuntut ilmu di Kota Bandung. Pendidikan di Kota Bandung didukung oleh sarana sekolah yang cukup lengkap.

Dari kemendikbud.id tercatat bahwa di Kota Bandung terdapat 472 Sekolah Dasar, 248 Sekolah Menengah Pertama, 140 Sekolah Menengah Atas, dan 128 Sekolah Menengah Kejuruan serta 45 Sekolah Luar Biasa. Sedangkan dari

<https://jabar.kemenag.go.id> tercatat terdapat 69 Madrasah Ibtidaiyah, 43 Madrasah Tsanawiyah dan 26 Madrasah Aliyah di Kota Bandung pada tahun 2017. Dan untuk tingkat pendidikan tinggi terdapat 38 lembaga pendidikan tinggi. (Statistik daerah Kota Bandung 2018, 2018:13).

Berdasarkan hasil survei Sosial Ekonomi Nasional (SUSESNAS) 2017, persentase penduduk Kota Bandung yang memiliki ijazah 2017;

**Tabel 1.1**  
**Persentase Penduduk Kota Bandung Yang Memiliki Ijazah 2017**

Jenjang pendidikan	Persentase
Tidak mempunyai ijazah	7.32%
SD/MI	20.66 %
SMP/MT	21.56%
SMA	35.59 %
D1-S3	14.88 %

*Sumber : BPS Kota Bandung ( Survei Sosial Ekonomi Nasional 2017)*

Data Tabel 1.1 ini menunjukkan bahwa penduduk yang memiliki ijazah SMA lebih banyak dari jenjang pendidikan lainnya. Partisipasi sekolah merupakan salah satu hal penting dalam pembangunan (Statistik Daerah Kota Bandung 2018,2018: 13) Menurut Anita (2015) tingkat literasi seseorang dipengaruhi oleh tingkat pendidikan. Apabila semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang maka akan semakin baik juga literasi keuangan yang mereka miliki. Seseorang yang memiliki tingkat pendidikan tinggi tentunya juga memiliki kemampuan finansial yang baik dikarenakan mereka dapat melanjutkan pendidikan mereka hingga jenjang pendidikan tinggi. Lebih lanjut menurut Nutmatul (2016) dalam hasil penelitiannya semakin tinggi pengetahuan serta kemampuan mahasiswa dalam mengelola keuangan akan semakin bijak dalam pengambilan keputusan keuangan.

Berdasarkan kategori usia, maka para pelajar, mahasiswa dan para pekerja baru dapat dikelompokkan sebagai generasi Z. Menurut media fourhooks.com, generasi Z yaitu generasi yang paling muda dan cukup baru dalam memasuki angkatan kerja. Dan

biasanya disebut I-generation atau generasi internet. Dalam hal ini, gaya hidup modern kebutuhan terhadap komunikasi dan informasi melalui peralatan komunikasi seperti komputer dan telepon seluler pintar (*smartphone*). Harga telepon pintar (*smartphone*) yang semakin terjangkau serta semakin luas jangkauan frekuensi, maka data internet yang diperoleh semakin mempermudah masyarakat dalam mengakses berbagai informasi. ( Badan Pusat Statistik Bandung, 2018: 65). Gaya hidup tersebut berpengaruh dengan perilaku keuangan penduduk, lebih lanjut dengan adanya pengguna internet terbesar dari Jawa Barat yang mencapai 16,6 %, Jawa Tengah 14,3 %, Jawa Timur 13,5%, DKI Jakarta 4,7% dan DI Yogyakarta sebesar 1,5%. ([www.cnbcindonesia.com](http://www.cnbcindonesia.com) diakses 15 September 2019). Sebagi ibu kota Provinsi Jawa Barat, Kota Bandung yang memiliki urban milenial dengan jumlah Angka Partisipasi Sekolah (APS) terbesar di Jawa Barat pada usia 19-24 diantara kabupaten atau kota lain yaitu sebesar 43,23 persen, berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2015.

Berdasarkan data di atas, peneliti menjadikan generasi Z di Kota Bandung sebagai objek penelitian. Menurut Arina (2018) kebanyakan generasi Z belum baik dalam membuat keputusan mengeluarkan uang. Mereka sering melakukan “*Fomo Spending*” atau membuang-buang uang terlalu banyak hanya untuk *hangout* dan menyewa hunian. Selain itu, Kota Bandung memiliki Angka Partisipasi Sekolah (APS) yang tinggi, namun tingkat perilaku keuangan terhadap internet cukup tinggi menjadikan Generasi Z Kota Bandung sebagai objek penelitian.

## **1.2 Latar Belakang Masalah**

Saat ini, Indonesia menjadi salah satu negara dengan pertumbuhan ekonomi berbasis internet tercepat di Asia tenggara. Berbagai data dapat menjadi indikator perubahan dengan adanya internet, termasuk perilaku konsumen yang dilakukan oleh masyarakat Indonesia dalam memenuhi kebutuhannya yang sebagian besar sudah menggunakan internet. Sebanyak 62% para pengguna menggunakan internet pada proses pembelian, dan hal tersebut memiliki dampak langsung terhadap pengeluaran keuangan. Hal tersebut menyebabkan adanya pengurangan kontrol pada saat melakukan pembelian, sehingga dapat menimbulkan perilaku konsumtif. ([www.teknologi.bisnis.com](http://www.teknologi.bisnis.com) diakses pada tanggal 12 September 2019).

Lebih lanjut, perilaku konsumtif menjadi salah satu faktor fundamental apabila transaksi yang berjalan mengalami defisit. Hal tersebut terjadi akibat besarnya konsumsi impor dan menjadikan tingkat defisit meningkat hingga 3% terhadap PDB kuartal II tahun 2018. Ditambah dengan gaya hidup masyarakat terutama generasi milenial yang senang mengikuti tren barang-barang terbaru juga menjadi salah satu beban neraca perdagangan. ([www.ekonomi.kompas.com](http://www.ekonomi.kompas.com) diakses pada tanggal 12 September 2019).

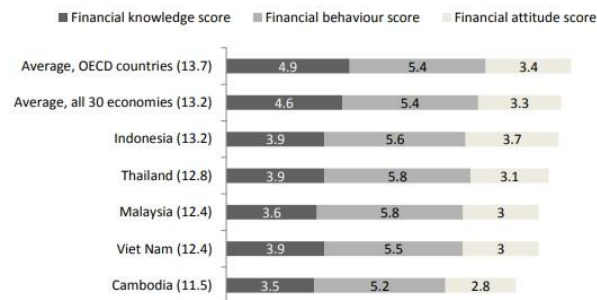
Sehingga, dalam memenuhi kebutuhan di era konsumtif ini, konsumsi sudah menjadi kegiatan wajib yang harus dilakukan dalam menjalani kehidupan. Berdasarkan data yang diperoleh dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK), generasi milenial di Indonesia sebanyak 36 persen masih belum menyadari pentingnya pengetahuan keuangan, sehingga memiliki kecenderungan untuk berperilaku konsumtif. Generasi millennial menjadi salah satu lapisan konsumen yang berperilaku konsumtif. ([www.tribunnews.com](http://www.tribunnews.com) diakses pada tanggal 10 September 2019). Dan apabila berkonsumsi dilakukan dengan irasional, maka akan cenderung berperilaku konsumtif. Menurut suminar (2015) perilaku konsumtif adalah perilaku mengkonsumsi dengan intensitas berulang bahkan terus meningkat, hal tersebut dilakukan untuk menunjukkan status sosial, prestige, mendapatkan kepuasan akan kepemilikan, kekayaan dan keistimewaan.

Dengan ini, kemampuan individu untuk mengelola keuangan mereka menjadi sangat penting. Hal tersebut berkaitan dengan pengetahuan pada keuangan (*financial knowledge*) individu dalam mengambil keputusan keuangan. Hal tersebut berdasar pada tingkat pengetahuan literasi keuangan yang akan meningkatkan keuntungan individu serta taraf kehidupannya. Terdapat beberapa alasan pentingnya memiliki pengetahuan literasi keuangan (Bhushan dan Medury, 2013). Salah satunya adalah apabila masyarakat semakin cerdas dalam mengelola keuangannya maka hal ini dapat bernilai positif pada pembangunan suatu negara dan pertumbuhan ekonomi. Maka dari itu, *Financial Literacy* sekarang menjadi topik untuk penelitian nasional dan internasional, dan diakui sebagai elemen penting untuk membantu mencegah kesulitan keuangan (Opletalová 2015).

*Financial Literacy* sudah menjadi suatu kompetensi kritis di abad kedua puluh satu (Messy dan Monticone 2016). Berdasarkan Global Financial Literacy Survey 2015.

Negara-negara dengan tingkat melek finansial tertinggi adalah Australia, Kanada, Denmark, Finlandia, Jerman, Israel, Belanda, Norwegia, Swedia, dan Inggris, di mana sekitar 65 persen lebih orang dewasa yang melek finansial, negara-negara Asia Selatan menjadi Negara yang memiliki skor literasi keuangan terendah. Sedangkan Indonesia, berdasarkan hasil survey tingkat *financial literacy* nya sebesar 32 %. Hal tersebut cukup rendah dibandingkan *financial literacy* secara global. (<https://gflec.org> diakses pada tanggal 12 September 2019).

Lebih lanjut berdasarkan hasil survey OECD/INFE *financial literacy* survei pada tahun 2016, hasil survei melibatkan bagaimana *financial knowledge*, *financial score* dan *financial attitude* sebagai komponen pencarian data. OECD atau Organisasi Kerja Sama Ekonomi dan Pembangunan (*The Organisation for Economic Co-operation and Development*, OECD) merupakan organisasi untuk kerja sama dan pembangunan ekonomi yang beranggotakan 36 negara Eropa dan Amerika Utara ditambah Jepang dan Korea Selatan. Indonesia, bersama dengan Brazil, India, dan China, atau BRIC menjadi key partners dari OECD yang didirikan pada tahun 1961 dan berpusat di Paris.



**Gambar 1.1**

### **Tingkat Financial Literacy ASEAN 2016**

**Sumber: OECD/INFE financial literacy survey (Morgan and Trinh, 2017)**

Berdasarkan data Gambar 1.1 tersebut, Indonesia memiliki tingkat *Financial knowledge* dibawah rata-rata negara lainnya yaitu sebesar 3,9 dan memiliki rata-rata negara lain sebanyak 4,9. Hal tersebut dapat diartikan kemampuan *financial knowledge* nya masih cukup rendah. Sedangkan untuk Financial Behaviour melebihi dari rata-rata negara lainnya yaitu 5,6 yang rata-rata negara lainnya sebesar 5,4.. Menurut OECD (2015) menyatakan bahwa literasi keuangan difokuskan pada tiga dimensi: *financial*

*knowledge, financial attitudes, dan financial behavior. Financial knowledge* merupakan penguasaan seseorang atas berbagai hal tentang dunia keuangan (Kholilah dan Iramani, 2013) *Financial knowledge* yang berhubungan dengan keuangan individu diperlukan pengetahuan karena berkaitan dengan *Financial Literacy*. Terdapat pengaruh yang signifikan dari *Finacial Attitude* pada *Personal Financial Management Behavior*.

Lebih lanjut dari hasil survey NFCC (*National Foundation for Credit Counseling*) 2015, “survei memberikan pandangan pada tingkat pengetahuan keuangan (*financial knowledge*) konsumen Amerika karena berkaitan dengan literasi keuangan, serta tren yang terkait dengan perilaku keuangan pribadi. Dalam survei tersebut, 92% orang Amerika mengatakan mereka sangat atau agak percaya diri dalam keputusan keuangan (*financial attitude*) besar terbaru mereka”. Hal ini selaras dengan Otoritas Jasa Keuangan dalam strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia tahun 2013, istilah literasi keuangan sebagai serangkaian proses dalam upaya meningkatkan pengetahuan (*knowledge*), keyakinan (*confidence*) dan keterampilan (*skill*) pada konsumen juga masyarakat luas sehingga mampu mengelola keuangan dengan lebih baik (OJK, 2013). Dengan *financial knowledge* sebagai komponen pertama dikarenakan terdapat hubungan antara tingkat pemahaman setiap individu akan lembaga keuangan formal baik produk dan layanan keuangan termasuk karakteristik produk dan layanan keuangan, yaitu risiko, manfaat, serta hak dan kewajibannya sebagai konsumen.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pra-penelitian dengan menyebarkan pertanyaan-pertanyaan dasar mengenai *financial knowledge, financial attitude, financial behaviour* dan perilaku konsumtif terhadap internet. Pertanyaan dan pernyataan berdasarkan hasil penelitian Kelmara Mendes Vieira, Ani Caroline Grigion Potrich, and Wesley Mendes-Da-Silva yang berjudul “*A Financial Literacy Model for University Students*” dan kemudian beberapa pertanyaan serta pernyataannya disebarkan kepada 30 orang masyarakat Gen Z secara acak mengenai keuangan mereka, dengan hasil sebagai berikut

**Tabel 1. 2**

**Hasil Pra Penelitian Konsep Keuangan Masyarakat Generasi Z**

Variabel	No.	Pertanyaan dan pernyataan	Hasil			
			Ya		Tidak	
			%	Σ	%	Σ
<i>Financial knowledge</i>	1.	Apakah Anda mengetahui <i>financial literacy</i> ? ( <i>Financial Knowledge</i> )	53,3	16	46,7	14
	2.	Saya rasa penting untuk mengontrol pengeluaran bulanan	100%	30	-	-
	3.	Saya rasa penting untuk melakukan pengeluaran sesuai budget	96,7	29	3,3	1
<i>Financial attitude</i>	4.	Saya rasa penting dalam menetapkan target keuangan untuk masa depan	100	30	-	-
	5.	Saya menganalisis situasi keuangan saya sebelum melakukan pembelian yang cukup besar	93,3	28	6,7	2
	6.	Saya menabung setiap bulan	50	15	50	15
<i>Financial Behavior</i>	7.	Saya mencatat dan mengendalikan pengeluaran pribadi	63,3%	19	36,7	11
	8.	Saya membandingkan harga saat membeli sesuatu	83,3	25	16,7	5
	9.	Saya membeli sesuatu berdasarkan emosi (keinginan)	56,7	17	43,3	13
Perilaku konsumtif internet	10.	Saya merasa khawatir apabila hidup tanpa internet akan membosankan dan hampa.	76,7	23	23,3	7
	11.	Saya sering mencoba mengurangi jumlah waktu menggunakan internet, tetapi saya gagal	80	24	20	6

(Sumber : Hasil Olahan Peneliti 2019)

Berdasarkan tabel 1.2 yang merupakan hasil pra penelitian, persentase yang mengetahui *financial knowledge* sebanyak 53,3% dengan pernyataan nomor dua dan nomor tiga diatas 90 % yang menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan keuangannya tinggi. Kemudian pada pernyataan mengenai *financial attitude* pada nomor 4,5,6 terdapat perbedaan sikap keuangan yaitu pada nomor enam “saya menabung setiap bulan” sebesar 50% dari jumlah responden, hal ini didukung oleh adanya pernyataan nomor sembilan pada bagian *financial behavior* yaitu “Saya membeli sesuatu berdasarkan emosi (keinginan)” sebesar 56,7% yang dapat diartikan bahwa pembelian tersebut dilakukan berdasarkan keinginan bukan kebutuhan. Maka dari itu, meskipun tingkat pengetahuan tinggi, namun pengendalian keuangannya masih kurang seimbang.

Hal lain ditambah dengan berkembangnya teknologi yaitu pernyataan nomor sepuluh dan sebelas dapat diartikan perilaku konsumtif terhadap internet masih tinggi yang berpengaruh terhadap *financial behavior*. Maka, dapat disimpulkan bahwa hal tersebut menjadi permasalahan yang menunjukkan tingkat financial literacy dan *financial behavior* masyarakat Generasi Z di Kota Bandung.

Lebih lanjut, berdasarkan hasil penelitian yang sejalan oleh Mien dan Thao (2015) adanya hubungan yang signifikan antara sikap keuangan (*financial attitude*) seseorang yang cenderung memiliki perilaku keuangan yang lebih bijak. Apabila seseorang memiliki *financial attitude* yang baik, maka akan menunjukkan pola pikir dan persepsi yang baik akan masa yang akan datang (*obsesion*), tidak menggunakan uang untuk tujuan mengendalikan orang lain (*power*), mampu mengendalikan uang yang dimilikinya (*effort*), dapat menyesuaikan penggunaan uang dalam memenuhi kebutuhan hidupnya (*inadequancy*), bersikap tidak ingin menghabiskan uang (*retention*), dan memiliki pandangan yang luas mengenai keuangan (*securities*) sehingga mampu mengendalikan konsumsinya, menyeimbangkan pemasukan dan pengeluaran yang dimiliki (*cash flow*), menyimpan uang untuk investasi dan tabungan, serta mengelola hutang yang dimilikinya.

Dalam mengelola keuangan, pandangan dalam beberapa generasi memiliki kebiasaan yang berbeda. Menurut William Strauss dan Neil Howe, terdapat lima kategori generasi. Terdapat dua hal penting yang mendasari pengelompokan generasi, yaitu faktor demografi khususnya kesamaan tahun kelahiran dan yang kedua adalah faktor sosiologis khususnya adalah kejadian – kejadian yang historis, menurut Parry & Urwin (2011) faktor historis lebih banyak digunakan sebagai dasar dalam studi maupun penelitian pada perbedaan generasi. Para ahli berpendapat bahwa generasi terbentuk lebih disebabkan karena kejadian atau event yang bersejarah dibanding dengan tahun kelahiran.

**Tabel 1. 3**

**Pengelompokan Generasi**

<b>Generasi</b>	<b>Keterangan</b>
Generasi baby boomers	Generasi ini lahir setelah perang dunia ke-2, yaitu 1946 hingga 1965. <i>Baby boom</i> secara literal berarti ledakan bayi, ini karena pasca perang angka kesuburan manusia dan kelahiran bayi sangat tinggi. Hingga akhirnya pada



	1964 pil pengontrol kehamilan diperkenalkan dan populer di dunia hingga mempengaruhi ledakan bayi secara signifikan dan mengakhiri fenomena tersebut.
Generasi X	Di masa ini, tingkat kelahiran bayi jauh lebih rendah daripada ketika di periode baby boomers. Oleh karena itu, pada awalnya disebut <i>baby busters</i> yang bermakna berlawanan dengan baby boomers. Namun, label generasi X diambil dari novel yang sangat populer berjudul “Generation X: Tales for An Accelerated Culture” ditulis oleh Douglas Coupland asal Kanada. Filmnya menunjukkan bagaimana masyarakat yang lahir setelah tahun 60an memandang sesuatu. Seperti eksekutif muda yang bekerja di kota sangat populer di generasi X dan memiliki orientasi yang kuat dalam menaiki tangga karier mereka di usia muda.
Generasi Y (millennials)	Label daari generasi ini diambil dari buku yang ditulis oleh penemu teori generasi Strauss-Howe, yaitu William Strauss dan Neil Howe berjudul “Millennials Rising”. Selain mengalami transisi dari segala hal yang bersifat analog ke digital, generasi Y juga ini tumbuh seiring dengan semakin matangnya nilai-nilai persamaan dan hak asasi manusia, sehingga mempengaruhi pembawaan mereka yang bisa dinilai lebih demokratis.
Generasi Z	Generasi Z atau iGen memiliki karakteristik yang cukup berbeda. Hal tersebut karena banyaknya dari mereka tumbuh besar dengan iPhone atau perangkat pintar semacamnya, dan hal ini tidak terjadi pada para millennials. Istilah iGen sendiri diambil dari buku yang ditulis oleh Jean M. Twenge berjudul “i-Gen: Why Today’s Super-Connected Kids Are Growing Up Less Rebellious, More Tolerant, Less Happy — and Completely Unprepared for Adulthood”. Menunjukkan bahwa kebiasaan iGen yang menghabiskan waktu lebih banyak di depan layar gadget ketimbang berinteraksi langsung dengan manusia lain membuat mereka berpotensi sulit untuk bahagia dan menjadi lebih pesimistis dibanding generasi pendahulunya.

Sumber : Ijey, 2018

Lebih lanjut dalam keuangannya, setiap generasi memiliki kebiasaan yang berbeda. *Pertama* adalah generasi *baby boomers* lahir 1943-1960 penghasilannya dihabiskan untuk membeli kendaraan, tanah, rumah, dan menabung untuk warisan bagi keturunannya. *Kedua*, generasi X yang lahir 1961-1981 selain dalam investasi dalam bentuk property seperti generasi sebelumnya, generasi ini mulai sadar akan masa pensiunnya. *Ketiga*, generasi Y yang lahir antara tahun 1982-1994 dan sudah mengenal internet, generasi ini mulai mendirikan bisnis sendiri unntuk mendapatkan keuntungan yang besar dan mulai untuk mencicil rumah untuk masa depan serta berkeinginan untuk selalu *trendy*. Dan *keempat*, generasi Z yang lahir antara 1995-2010 dan sudah bergantung dengan teknologi dan mementingkan popularitas di media sosial. Hal tersebut dimanfaatkan untuk memulai bisni. *Kelima*, generasi A (alpha) yang lahir pada

2011 hingga sekarang bergantung pada teknologi dan *gadget*. Dan mendapat pembelajaran dari banyak sumber. ([www.biz.kompas.com](http://www.biz.kompas.com) diakses 2019)

Lebih lanjut, dalam melakukan perencanaan keuangan tidak terlepas dari adanya perilaku konsumtif. Salah satunya internet sebagai penunjang dalam menjalani aktifitas. Hasil penelitian yang dilakukan Kusuma Astidewi, 2018 dalam perilaku konsumtif terhadap penggunaan paket kuota internet, yang dilakukan pada Siswa SMAN 5 Samarinda ini membuktikan bahwa (kontrol diri) pengendalian diri memiliki peranan penting pada proses pembelian suatu barang, karena hal tersebut dapat mengatur dan mengarahkan individu untuk melakukan pembelanjaan yang bersifat positif. Dengan arah hubungan penelitian ini adalah negatif, yang berarti apabila kontrol diri tinggi maka perilaku konsumtif sebaliknya, yaitu rendah (berkurang) terhadap kuota internet dan berlaku sebaliknya. Internet dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) merupakan jaringan komunikasi elektronik yang menghubungkan jaringan komputer dan fasilitas komputer yang terorganisasi di seluruh dunia melalui telepon atau satelit.

Saat ini internet berperan besar dalam kehidupan manusia, selain untuk memudahkan komunikasi juga sekaligus dapat membantu dalam kebutuhan ekonomi masyarakat. ([www.nurulfikri.ac.id](http://www.nurulfikri.ac.id) diakses 14 September 2019). Peran dalam memudahkan komunikasi adanya social media sebagai penghubung, sekaligus media informasi. Sedangkan dalam perekonomian yang sering terjadi adanya toko online. Semua kegiatan pencarian tersebut tidak terlepas dari Internet sebagai alat penghubung melalui telepon atau satelit. Maka, berdasarkan hasil survey [www.eMarketer.com](http://www.eMarketer.com), bahwa Indonesia menjadi negara dengan pengguna internet nomor enam di dunia.

**Tabel 1.4**  
**Peringkat 10 Negara Pengguna Internet Terbanyak di Dunia**

No.	Country	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1.	China	620.7	643.6	669.8	700.1	736.2	777.0
2.	US	246.0	252.9	259.3	264.9	269.7	274.1
3.	India	167.2	215.6	252.3	283.8	313.8	346.3
4.	Brazil	99.2	107.7	113.7	119.8	123.3	125.9
5.	Japan	100.0	102.1	103.6	104.5	105.0	105.4
6.	Indonesia	72.8	83.7	93.4	102.8	112.6	123.0
7.	Russia	77.5	82.9	87.3	91.4	94.3	96.6

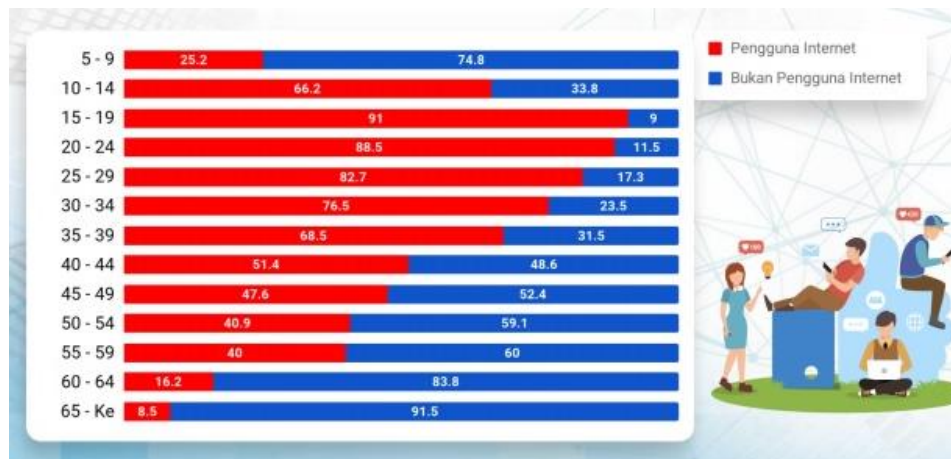
(Sumber :[www.eMarkeeters.com](http://www.eMarkeeters.com))

Berdasarkan data tabel 1.4, terdapat lima besar negara pengguna internet di dunia di atas Indonesia, yaitu China, US, India, Brazil, dan Jepang. Jika dibandingkan dengan Jepang sebagai peringkat 4, pertumbuhan pengguna internet Indonesia diperkirakan akan jauh lebih besar dibandingkan pertumbuhan Jepang. Hal ini dihitung jika pengguna diproyeksikan mencapai 3 miliar orang pada 2015. Kemudian tiga tahun kemudian di 2018, diperkirakan sebesar 3,6 miliar manusia setidaknya mengakses internet sekali tiap satu bulan. ([www.kominfo.go.id](http://www.kominfo.go.id) diakses pada 14 September 2019)

Lebih lanjut kontribusi penetrasi internet di Indonesia terbesar dari Pulau Jawa dengan Angka penetrasi ini mencapai 55 persen dari total keseluruhan. Pengguna terbesar dari Jawa Barat yang mencapai 16,6 %, Jawa Tengah 14,3 %, Jawa Timur 13,5%, DKI Jakarta 4,7% dan DI Yogyakarta sebesar 1,5%. ([www.cnbcindonesia.com](http://www.cnbcindonesia.com) diakses 15 September 2019). Survey yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS), Jawa Barat menjadi pengguna terbesar hal ini bisa selaras dengan adanya proyeksi penduduk pada Jawa Barat sebesar 49.935,7 ribu ditahun 2020 Jumlah tersebut merupakan terbesar di pulau Jawa.

Berdasarkan ([inews.id](http://inews.id)) komposisi pengguna internet pada generasi sebelumnya, yaitu generasi millennial lebih banyak dilakukan oleh urban milenial. Terdapat perbedaan sebesar 0,7 dari rural millennial dan urban millennial dalam mengkonsumsi internet. Urban milenial dapat disebut generasi millennial yang hidup di perkotaan, dengan proporsi pengeluarannya meningkat pada komunikasi, internet, dan hiburan lebih tinggi dibanding generasi yang tinggal di pedesaan. Sebagian generasi ini banyak menghabiskan waktu lebih dari tujuh jam sehari untuk menggunakan internet. Hal ini didorong dengan adanya data berdasarkan *Head of Network Solutions Ericsson* Indonesia, adanya peningkatan masyarakat Indonesia dalam menghabiskan kuota internet hingga mencapai lebih dari 10 GB per bulan. Pada bulan Oktober 2017 persentase pengguna internet lebih dari 10 GB sebesar 12 %, dan hasil selanjutnya pada bulan Oktober 2018 dengan jumlah kuota yang sama meningkat menjadi 26,8%. Hal tersebut selaras dengan berkembangnya teknologi terkhusus tren konten video yang resolusinya terus meningkat. Konsumsi data meningkat pada *Youtube* naik 111%, *Instagram* naik 41%, *Facebook* 30%, *WhatsApp* naik 153%, dan *Google* sekitar 68%.

([www.inet.detik.com](http://www.inet.detik.com) diakses tanggal 14 September 2019). Untuk itu, internet sudah menjadi suatu kebutuhan sehingga konsumsinya terus meningkat sesuai dengan berkembangnya teknologi. Beragam usia yang menggunakan internet, namun kalangan dengan pengguna terbanyak yaitu masyarakat yang berusia 15-19 tahun, juga 20-24 tahun. Dengan masing-masing 91% dan 88,5 % berdasarkan hasil survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia 2018.



**Gambar 1.2**

**Penetrasi pengguna internet 2018 berdasarkan umur**

Berdasarkan data Gambar 1.2. Pengguna internet terbanyak berada di usia 15-24 tahun. Usia tersebut terdiri dari pelajar, mahasiswa atau para pekerja baru. Mahasiswa mulai menghadapi kemandirian *financial* dan mulai melakukan pengambilan keputusan yang bertanggung jawab (Elliehausen et al., 2007). Selain itu, adanya profesi-profesi kategori baru di dunia maya, seperti adanya selebriti *Instagram* (*Selebrgam*) dan pembuat konten *YouTube* (*YouTuber*). Juga berdirinya suatu bisnis yang berbentuk rintisan digital atau *start up* sebagai pendiri atau konsumen. ([www.tekno.kompas.com](http://www.tekno.kompas.com) diakses tanggal 15 September 2019). Jika berdasarkan usia, maka kategori usia tersebut dapat disebut Generasi Z.

Generasi Z menurut Kupperschmidt (2000) merupakan generasi lahir di tahun 1995-2010, I-generation atau generasi internet jika dihitung per 2019 maka adalah orang yang berusia 19-24 tahun sehingga generasi tersebut dapat dikatakan yang paling muda yang baru memasuki angkatan kerja. Generasi Z lebih sering terhubung dengan dunia

maya. Dikarenakan sejaak kecil t sudah sangat akrab dengan teknologi dan *smartphone* sehingga menjadi generasi yang kreatif. Dengan karakteristik tersebut, generasi ini banyak bergerak di berbagai *start up*, *multi tasking*, mampu mengoperasikan teknologi, mudah terpengaruh terhadap lingkungan mengenai produk ataupun merek, peduli terhadap lingkungan, pintar dan mudah untuk menangkap informasi secara cepat. ([www.fourhooks.com](http://www.fourhooks.com) diakses tanggal 15 September 2019)

Lebih lanjut, di pulau jawa berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS) 2015, Kota Bandung memiliki Angka Partisipasi Sekolah (APS) terbesar di Jawa Barat kategori usia 19-24 tahun diantara kabupaten atau kota lain yaitu sebesar 43,23. Kota Bandung sebagai kawasan perkotaan (Urban) dengan APS yang tinggi maka dapat dikatakan jika masyarakatnya lebih banyak mendapat pendidikan daripada kabupaten/kota lain di ketegori usia 19-24 tahun. Hal tersebut juga dapat mempengaruhi bagaimana financial literacy di kota tersebut.

Financial Literacy pada Generasi Z merupakan sebuah fenomena yang menjadi suatu kebutuhan saat ini, dimana perilaku mandiri pada Generasi Z tersebut mendorong untuk mengontrol perilaku keuangan. Seperti pada kutipan ([www.kompas.com](http://www.kompas.com) diakses 25 Oktober 2019) “ Bagi generasi milenial dan Gen Z yang baru saja memasuki dunia kerja, mengelola keuangan bisa menjadi hal yang tidak mudah. Apalagi mereka harus menghadapi kondisi biaya hidup yang kian tinggi.” Hal ini selaras dengan Widayati (2014) menyatakan bahwa kecerdasan finansial adalah kecerdasan dalam mengelola aset keuangan pribadi. Jika memiliki cara pengelolaan keuangan yang benar, maka seseorang diharapkan mampu memaksimalkan uang yang dimilikinya. Menurut David Stillman dan Jonah Stillman (2017:47) Generasi Z memiliki keterkaitan erat dengan internet dengan adanya istilah *internet famous* atau terkenal di internet. Pusat pengendalian dan pencegahan penyakit menemukan bahwa 41% Gen Z menghabiskan lebih dari tiga jam per hari di depan komputer untuk hal-hal yang tidak berhubungan dengan sekolah (dibandingkan dengan 22% satu dekade sebelumnya). Platform-platform digital seperti netflix, amazon, hulu, apple TV, dan Youtube telah memberikan control yang berbeda pada manusia.

Kurang baiknya pengetahuan mengenai masalah-masalah keuangan dapat menyebabkan kondisi keuangan individu atau keluarga menjadi tidak teratur. Maka dari

itu perlu mengembangkan keahlian keuangan seperti pencatatan uang masuk dan uang keluar. Sebuah teknik untuk membuat keputusan manajemen keuangan disebut keahlian keuangan (Yulianti dan Silvy, 2013). Hung et al, 2009, dalam Herdjiono dan Damanik (2016), mengatakan jika seseorang dengan *financial knowledge* baik maka akan selaras dengan kemampuan perilaku keuangannya. Dalam Everfi (2020) mengenai *financial knowledge*, Gen Z semakin menyadari keuangan mereka dan kebutuhan mereka akan melek finansial. Selaras dengan sebuah penelitian oleh Raddon menemukan bahwa 2/3 dari 2.500 remaja telah membuka rekening bank dan sebanyak 3 kali lebih mungkin mengikuti kelas pendidikan keuangan daripada generasi milenium. Tetapi, sementara mereka mungkin lebih memahami keuangan daripada banyak milenium, banyak juga menghadapi tekanan terkait dengan tabungan kuliah, mendapatkan pekerjaan, menyewa apartemen, membeli rumah, dan melunasi hutang setelah lulus kuliah. Kemudian untuk *financial attitude* Gen Z mulai memikirkan bagaimana keuangan untuk masa yang akan datang terkait dengan tabungan, pensiun, hipotek, dan pinjaman, dan seringkali tidak sepenuhnya memahami opsi itu sendiri. Sedangkan untuk *financial behavior* Gen Z mulai berusaha untuk menciptakan kehidupan sendiri, mulai untuk bertanggungjawab pada keuangannya. Seperti menghindari pembelian impulsif (tidak terencana) meskipun belum sepenuhnya dapat dilakukan.

Menurut Herdjiono dan Damanik (2016), menyatakan sikap keuangan menentukan perilaku keuangannya, ketidakbijakan dalam menanggapi masalah keuangan cenderung memiliki perilaku keuangan yang buruk. Dan apabila memiliki sikap keuangan yang baik maka akan selaras dengan proses pengambilan keputusan keuangannya. Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan Mien dan Thao (2015) terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *financial attitude* seseorang akan cenderung memiliki *financial behavior* yang lebih bijak. Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan Ersha, Dadan dan Aldila (2016) Salah satu faktor yang dapat meningkatkan *financial knowledge* adalah pendidikan (*education*). Semakin banyak seseorang menerima pendidikan maka *financial knowledge* orang tersebut juga akan bertambah. Hal ini diakibatkan oleh orang-orang berpendidikan akan memilih berbagai *tools* keuangan (*credit card, debit, pay check, obligasi, saham, dll*) yang memudahkan mereka untuk melakukan transaksi atau investasi. Orang-orang yang memiliki

pendidikan yang lebih tinggi juga akan lebih waspada mengenai masa depan mereka. Sehingga mereka akan lebih banyak mencari tahu mengenai cara-cara untuk menyimpan aset mereka.

Berdasarkan data di atas penulis menyatakan perlu adanya penelitian mengenai pengaruh *financial knowledge* terhadap *financial behavior* melalui *financial attitude* pada generasi Z di Indonesia khususnya di Kota Bandung sebagai salah satu urban di Jawa Barat sebagai objek penelitian. Hal ini mengingat banyaknya generasi Z yang mendapatkan *financial knowledge* tinggi namun tidak seimbang dengan *financial attitude* dan *financial behavior*. Untuk itu, peneliti dalam hal ini akan melakukan penelitian berjudul “ **Pengaruh *Financial Knowledge* terhadap *Financial Behavior* dengan *Financial Attitude* Sebagai Variabel Intervening pada Generasi Z di Kota Bandung**”

### **1.3 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan tersebut di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana *financial knowledge* pada Generasi Z di Kota Bandung ?
2. Bagaimana *financial attitude* pada Generasi Z di Kota Bandung ?
3. Bagaimana *financial behaviour* pada Generasi Z di Kota Bandung?
4. Seberapa besar pengaruh *financial knowledge* terhadap *financial attitude* pada Generasi Z di Kota Bandung ?
5. Seberapa besar pengaruh *financial attitude* terhadap *financial behavior* pada Generasi Z di Kota Bandung ?
6. Seberapa besar pengaruh *financial knowledge* terhadap *financial behaviour* pada Generasi Z di Kota Bandung ?
7. Seberapa besar pengaruh *financial knowledge* terhadap *financial behavior* yang di mediasi oleh *financial attitude* pada Generasi Z di Kota Bandung.

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Pada proses penelitian ilmiah ini memiliki tujuan tertentu. Hal ini agar mendapat kejelasan dan arah penelitian. Berikut tujuan dari penelitian ini:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis gambaran *financial knowledge* pada Generasi Z di Kota Bandung
2. Untuk mengetahui dan menganalisis gambaran *financial attitude* pada Generasi Z di Kota Bandung
3. Untuk mengetahui dan menganalisis gambaran *financial behavior* pada Generasi Z di Kota Bandung
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *financial knowledge* terhadap *financial attitude* pada Generasi Z di Kota Bandung
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *financial attitude* terhadap *financial behavior* pada Generasi Z di Kota Bandung
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *financial knowledge* terhadap *financial behavior* pada Generasi Z
7. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh besar pengaruh *financial knowledge* terhadap *financial behavior* yang di mediasi oleh *financial attitude* pada Generasi Z di Kota Bandung

## **1.5 Kegunaan Penelitian**

### **1.5.1 Kegunaan Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat melengkapi dan memperluas khazanah keilmuan di bidang keuangan khususnya yang berkaitan dengan pengaruh *financial knowledge* terhadap *financial behavior* dengan *financial attitude* sebagai variabel intervening pada Generasi Z di Kota Bandung. Selain beberapa temuan yang terungkap dalam penelitian ini, bagi peneliti berikutnya diharapkan dijadikan rujukan dengan kajian yang sama.

### **1.5.2 Kegunaan Praktis**

Penelitian ini dapat digunakan sebagai beban informasi dan masukan bagi pemerintah khususnya daerah Kota Bandung dalam mensosialisasikan literasi keuangan yang terdiri dari *financial knowledge*, *financial attitude* dan *financial behavior* terutama yang berkaitan dengan jasa atau produk keuangan, juga pendidikan sehingga dapat memperbaiki serta meningkatkan tingkat pengelolaan keuangan.

## **1.6 Ruang Lingkup Penelitian**



### **1.6.1 Variabel**

Variabel independen dalam penelitian ini adalah *financial knowledge* sedangkan *financial behavior* menjadi variabel dependen, dan *financial attitude* menjadi variabel intervening.

### **1.6.2 Lokasi dan Objek Penelitian**

Lokasi penelitian berada di wilayah Kota Bandung dengan objek penelitian masyarakat Generasi Z.

### **1.6.3 Periode Penelitian**

Waktu penelitian ini ditargetkan kurang lebih selama 6 bulan pada tahun 2019.

### **1.7 Sistematika Penulisan**

Penelitian ini berjudul “**Pengaruh *Financial Knowledge* terhadap *Financial Behavior* dengan *Financial Attitude* Sebagai Variabel Intervening pada Generasi Z di Kota Bandung**”. Adapun sistematika penulisannya sebagai berikut.

## **BAB I. PENDAHULUAN**

Bab ini menguraikan tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, ruang lingkup penelitian serta sistematika penulisan.

## **BAB II. TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENUGASAN**

Bab ini menguraikan tentang landasan teori yang digunakan sebagai dasar dari analisa penelitian, penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai gambaran bagi peneliti, dan kerangka penelitian teoritis.

## **BAB III. METODE PENELITIAN**

Bab ini menguraikan tentang jenis penelitian dan sumber data, metode pengumpulan data, serta metode analisa yang digunakan.

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menguraikan tentang karakteristik responden, hasil penelitian, dan pembahasan penelitian.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini menguraikan tentang kesimpulan hasil analisis temuan dan saran mengenai penelitian.