

Financial Literasi pada Perilaku Konsumtif pada Generasi Z

Sahrullah Sahrullah¹, Mulyana Machmud²

¹Universitas Muhammadiyah Makassar, Indonesia

²Fakultas Bisnis Institut Ilmu Sosial dan Bisnis Andi Sapada Parepare, Indonesia

Email: sahrul@unismuh.ac.id¹, mulyanamachmud.parepare@gmail.com²

Article Info

Article history:

Received 30 Juni – 2023

Revised 8 Juli – 2023

Accepted 31 Juli – 2023

Abstract

The purpose of this research is to determine the level of financial literacy and the level of consumer behavior and to investigate whether there is a significant influence between these variables. The method used is a quantitative method. Data collection was carried out by distributing questionnaires to 400 students in Parepare City using probability random sampling. The data analysis techniques used were descriptive analysis and simple linear regression analysis. Students in Parepare City showed good financial literacy levels in basic aspects, but lacked knowledge in advanced financial areas. Their consumer behavior can be considered good, although there are some areas that require special attention. The regression analysis results indicate that the higher the financial literacy level, the lower the consumer behavior, supported by the t-test showing a significant influence. However, the contribution of financial literacy to consumer behavior is only about 15.9%, with other unexamined factors also playing a role. Therefore, efforts are needed to improve students' financial literacy, especially in understanding advanced financial aspects, to more effectively reduce unnecessary consumer behavior. The hypothesis test results conclude that H_0 is rejected.

Keyword:

Tax Awareness, Fiscal Services, Tax Compliance.

Copyright ©2023 AAFJ, All rights reserved

PENDAHULUAN

Generasi merupakan sekelompok individu yang memiliki signifikansi bagi suatu negara, dimana mereka berbagi kesamaan dalam rentang usia yang mengalami peristiwa berarti dalam periode waktu yang serupa. Generasi memiliki kemampuan dan keterampilan akan keuangan juga akan mendukung kemajuan dan kesejahteraan suatu bangsa.

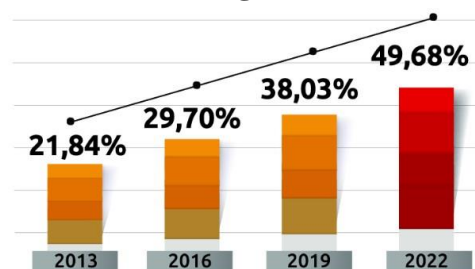
Perkembangan teknologi yang sangat pesat dalam beberapa dekade terakhir telah memberikan dampak besar pada cara kita berinteraksi dan berkomunikasi dengan orang lain. Hal ini juga mempengaruhi karakteristik dan nilai-nilai generasi yang lahir pada periode tertentu. Salah satu generasi yang terkena dampak teknologi ini adalah Generasi Z, yang merupakan generasi yang lahir pada rentang tahun 1997-2012 (Yulianto Andi, et al, 2023).

Literasi adalah istilah yang menggambarkan kemampuan berbahasa yang dimiliki oleh setiap individu manusia untuk berkomunikasi, termasuk dalam hal membaca, berbicara, mendengarkan, dan menulis dengan berbagai pola yang disesuaikan dengan tujuan yang ingin dicapai. Tambahan pula, literasi juga merujuk pada kemampuan atau kualitas yang terkait dengan penguasaan aksara (huruf) seseorang, yang melibatkan keterampilan dalam membaca, menulis, mengenali, serta kemampuan dalam memahami gagasan atau konsep secara visual.

Kata keuangan mempunyai arti yakni tentang mempelajari bagaimana seorang personal, kelompok, bisnis serta suatu organisasi atau perusahaan dalam upaya untuk meningkatkan, mengalokasi dan mempergunakan seluruh kemampuan komponen moneter yang dimiliki seiring putaran masa, serta dapat mengkalkulasikan risiko pada permasalahan dan kegiatan bisnis yang dikelola oleh pemiliknya (Choerudin Achmad, 2023). Berdasarkan pada ketentuan dalam OJK, finansial literasi merupakan suatu rangkaian kegiatan sebagai upaya peralihan dan peningkatan wawasan atau pemahaman (*knowledge*), keterampilan (*skill*), kepercayaan (*confidence*) pemakai yang mempengaruhi sikap (*attitude*) dan perilaku keuangan (*behaviour*) seseorang untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan.

Dari perspektif konsumsi, pendidikan, dan pemahaman terhadap keuangan, memiliki dampak yang memungkinkan konsumen untuk menjadi pembeli yang lebih berpengetahuan dan mampu memperoleh barang dan jasa dengan biaya lebih rendah. Pendidikan finansial juga penting dalam membantu konsumen memahami cara mencegah transaksi yang dapat merugikan keuangan, menghindari penipuan, dan memanfaatkan hak perlindungan konsumen (Treasury, 2016). Meningkatkan literasi keuangan diharapkan dapat memberdayakan konsumen, mendukung stabilitas sistem keuangan, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan mendorong pembangunan yang inklusif (OJK, 2017).

Gambar 1. Indeks Literasi Keuangan di Indonesia sampai tahun 2022



Sumber: ojk.go.id

Dari data OJK dimana dilakukan survei (pengambilan data) secara langsung/wawancara tatap muka dibantu dengan sistem *Computer Assisted Personal Interviewing* (CAPI) kepada 14.634 responden dari 34 Provinsi di Indonesia membuktikan bahwa literasi pada masyarakat meningkat yang dibarengi dari tahun ketahun (OJK, 2022).

Program literasi dan edukasi keuangan bukan hanya tanggung jawab OJK dan industri jasa keuangan, tetapi juga tanggung jawab bersama berbagai pihak dari lintas kementerian, lembaga, dan sektor swasta. Literasi keuangan melampaui pemahaman tentang lembaga, produk, dan layanan jasa keuangan, melibatkan sikap dan perilaku yang memengaruhi kemampuan individu dalam merencanakan, mengelola, dan mengambil keputusan keuangan yang berkualitas saat menggunakan produk dan layanan jasa keuangan (OJK, 2017).

Penelitian oleh Imawati & Ivada (2013) menunjukkan bahwa literasi keuangan berhubungan dengan perilaku konsumtif remaja, di mana peningkatan literasi keuangan dapat mengurangi perilaku konsumtif. Fattah (2018) juga menemukan hasil yang serupa, menunjukkan bahwa peningkatan literasi keuangan dapat menurunkan perilaku konsumtif remaja. Literasi keuangan dapat menghasilkan pengelolaan keuangan yang baik, mengubah perilaku konsumtif, dan mengarahkan individu pada keputusan konsumsi yang lebih bijak, dengan mempertimbangkan manfaat dan kerugian. Beberapa penelitian, seperti yang dilakukan oleh Oktafikasari & Mahmud (2017) menyimpulkan bahwa peningkatan literasi ekonomi dan keuangan berhubungan dengan penurunan perilaku konsumtif. Namun, Alhulaniyah (2018) dan Kusumaningtyas (2017) menemukan hubungan yang berlawanan, yaitu literasi keuangan berhubungan dengan peningkatan perilaku konsumtif.

Menurut Lina & Rosyid (1997), indikator perilaku konsumtif tersusun atas tiga aspek, yaitu:

1. *Impulsive buying* (pembelian impulsif),
2. *Non rational buying* (pembelian tidak rasional),
3. *Wasteful buying* (pemborosan).

Berikut alur dari kerangka pikir penelitian ini:

Gambar 2. Kerangka Pemikiran



Sumber: Data Primer, diolah (2019)

Hipotesis yang akan diuji dan dibuktikan kebenarannya adalah:

H₀: Tidak terdapat pengaruh signifikan antara literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kota Parepare.

H₁: Terdapat pengaruh signifikan antara literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kota Parepare

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian dilakukan pada generasi Z yang dipresentasikan oleh mahasiswa di Kota Parepare. Sampel menggunakan pemilihan *probability random sampling* yang menghasilkan jumlah

responden sebanyak 400 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada 400 responden mahasiswa. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan regresi linier sederhana.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

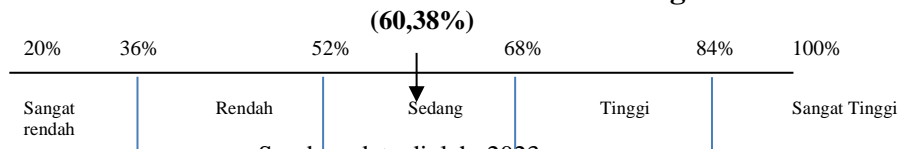
Berdasarkan hasil penelitian, karakteristik responden yang didapatkan yaitu 278 responden berjenis kelamin perempuan, dan 122 orang berjenis kelamin laki-laki. Kemudian responden mahasiswa yang berstatus semester 1 berjumlah 202 orang, responden mahasiswa semester 2 berjumlah 114 orang, dan responden mahasiswa semester 3 berjumlah 84 orang.

Analisis Deskriptif

Variabel Literasi Keuangan

Berdasarkan hasil pengolahan data, variabel literasi keuangan mendapatkan total skor 21732 dengan persentase skor 60,38%. Angka tersebut berada dalam kategori sedang menurut garis kontinum. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan responden mahasiswa tergolong sedang.

Gambar 3. Garis Kontinum Literasi Keuangan



Sumber: data diolah, 2023

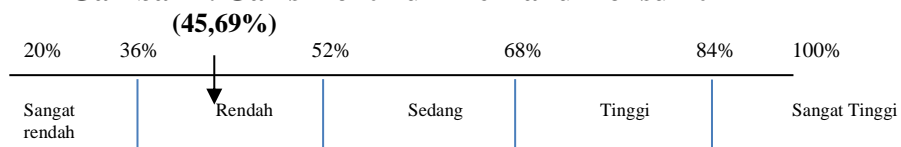
Apabila dijabarkan kembali dalam masing-masing dimensi, hasil yang didapat adalah sebagai berikut:

1. Dimensi Literasi Keuangan Dasar Dimensi literasi keuangan dasar mendapatkan total skor 14242 dengan persentase skor 71,22%. Angka tersebut berada dalam kategori baik menurut garis kontinum. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan dasar generasi Z di Kota Parepare tergolong tinggi atau baik.
2. Dimensi Literasi Keuangan Lanjutan Dimensi literasi keuangan lanjutan mendapatkan total skor 7490 dengan persentase skor 46,81%. Angka tersebut berada dalam kategori tidak tinggi menurut garis kontinum. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan lanjutan generasi Z di Kota Parepare tergolong tidak tinggi atau mencerminkan tidak baik.

Variabel Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil pengolahan data, variabel perilaku konsumtif mendapatkan total skor 13998 dengan persentase skor 45,69%. Angka tersebut berada dalam kategori sedang menurut garis kontinum. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan generasi Z di Kota Parepare tergolong tidak tinggi atau dalam kata lain, tidak konsumtif.

Gambar 4. Garis Kontinum Perilaku Konsumtif



Sumber: data diolah, 2023

Apabila dijabarkan kembali dalam masing-masing dimensi, hasil yang didapat adalah sebagai berikut:

1. Dimensi Pembelian Impulsif Dimensi perilaku konsumtif pembelian impulsif mendapatkan total skor 6103 dengan persentase skor 47,95%. Angka tersebut berada dalam kategori tidak tinggi menurut garis kontinum. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif dalam dimensi pembelian impulsif responden di Kota Parepare tergolong tidak tinggi atau mencerminkan hasil yang baik.
2. Dimensi Pembelian Tidak Rasional Dimensi perilaku konsumtif pembelian tidak rasional mendapatkan total skor 3636 dengan persentase skor 41,95%. Angka tersebut berada dalam kategori tidak tinggi menurut garis kontinum. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif dalam dimensi pembelian tidak rasional responden di Kota Parepare tergolong tidak tinggi atau mencerminkan hasil yang baik.
3. Dimensi Pembelian Boros Dimensi perilaku konsumtif pembelian boros mendapatkan total skor 4918 dengan persentase skor 45,98%. Angka tersebut berada dalam kategori tidak tinggi menurut garis kontinum. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif dalam dimensi pembelian boros responden di Kota Parepare tergolong tidak tinggi atau mencerminkan hasil yang baik.

a. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Berdasarkan hasil pengolahan data, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi (Asymp. Sig. 2-tailed) sebesar 0,448. Karena nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka nilai residual dapat dikatakan terdistribusi dengan normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil output olah data, dapat disimpulkan bahwa korelasi antara variabel Literasi Keuangan dan Unstandardized Residual memiliki nilai signifikansi (Sig 2 tailed) lebih dari 0,05 yaitu 0,843. Karena signifikansi lebih besar dari 0,05 dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

b. Analisis Regresi Linier Sederhana

Berikut ini adalah hasil *output* pengolahan data untuk regresi linier sederhana:

Tabel 1. Koefisien Regresi Linier Sederhana
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	59.408	2.197		27.037	.000
1 Literasi_Keuangan	-.383	.044	-.399	-8.681	.000

a. Dependent Variable: Perilaku_Konsumtif
Sumber: Data diolah, 2023.

Nilai-nilai pada output kemudian dimasukkan ke dalam persamaan regresi sebagai berikut: $Y' = 59.408 - 0,383X$ Arti dari angka-angka tersebut adalah:

1. Nilai konstanta (a) adalah 59.408. Dapat diartikan jika Literasi Keuangan (X) nilainya adalah 0, atau Perilaku Konsumtif (Y) tidak dipengaruhi oleh Literasi Keuangan, maka rata-rata Perilaku Konsumtif bernilai 59.408.

2. Nilai koefisien regresi (b) bernilai negatif yaitu 0,383. Artinya, jika variabel Literasi Keuangan (X) meningkat sebesar satu satuan, maka Perilaku Konsumtif (Y) akan menurun sebesar 0,383. Koefisien regresi tersebut bernilai negatif yang artinya semakin tinggi tingkat Literasi Keuangan, maka akan semakin menurunkan tingkat Perilaku Konsumtif.

Uji Hipotesis

Nilai t hitung berada di area pengaruh negatif, maka kriteria pengujian adalah $-t$ hitung $< -t$ tabel ($-8.681 < -1,966$) dan signifikansi $< 0,05$ ($0,00 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, artinya Literasi Keuangan berpengaruh secara signifikan terhadap Perilaku Konsumtif pada generasi Z di Kota Parepare.

Koefisien Determinasi (R^2)

Berikut ini adalah hasil output pengolahan data untuk koefisien determinasi:

Tabel 2. Koefisien Determinasi Model Summaryb

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.399 ^a	.159	.157	9.047775	1.536

a. Predictors: (Constant), Literasi_Keuangan

b. Dependent Variable: Perilaku_Konsumtif

Sumber: data diolah, 2023

Tabel 2 menunjukkan bahwa nilai R^2 sebesar 0,159 yang artinya persentase sumbangan pengaruh variabel literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif sebesar 15,9%, sedangkan 84,1% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Pembahasan

Mahasiswa di Kota Parepare memiliki tingkat literasi keuangan baik pada literasi dasar (71,22%), namun rendah pada pengetahuan lanjutan (46,81%). Ini menunjukkan perlunya meningkatkan pemahaman mereka terutama dalam konsep penjualan obligasi/surat berharga, portofolio investasi, trend saham, return saham/obligasi, inflasi, dan perhitungan bunga sederhana.

Perilaku konsumtif mahasiswa Parepare tergolong baik karena pembelian impulsif, pembelian tidak rasional, dan pemborosan rendah. Namun, perlu perhatian khusus pada pembelian impulsif akibat hasrat ketertarikan, pembelian barang baru untuk penampilan di acara, dan penganggaran dan pemborosan barang yang tidak dibutuhkan.

Analisis regresi menunjukkan bahwa semakin tinggi literasi keuangan, semakin rendah perilaku konsumtifnya. Hal ini didukung oleh uji-t yang menolak H_0 dan menerima H_1 , menunjukkan pengaruh signifikan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif. Kontribusi literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif sebesar 15,9%, sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

KESIMPULAN

Mahasiswa di Kota Parepare menunjukkan tingkat literasi keuangan yang baik pada aspek dasar, tetapi kurang dalam pengetahuan lanjutan terkait keuangan. Perilaku konsumtif mereka dapat dianggap baik, meskipun ada beberapa area yang perlu perhatian

khusus. Hasil analisis regresi mengindikasikan bahwa semakin tinggi literasi keuangan, semakin rendah perilaku konsumtifnya, yang didukung oleh uji-t yang menunjukkan pengaruh signifikan. Namun, kontribusi literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif hanya sekitar 15,9%, dengan faktor lain yang tidak diteliti juga berperan. Oleh karena itu, perlu upaya meningkatkan literasi keuangan mahasiswa, terutama dalam pemahaman aspek keuangan lanjutan, untuk lebih efektif mengurangi perilaku konsumtif yang tidak perlu. Dari uji hipotesis disimpulkan H_0 ditolak.

REFERENSI

- Alhulaniyah, R. (2018). Pengaruh literasi ekonomi dan kelompok teman sebaya terhadap pola konsumtif siswa kelas XI IPS SMA antartika Sidoarjo. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 6(1), 1-10.
- Choerudin, A., Widyaswati, R., Warpindyastuti, L. D., Khasanah, J. S. N., Harto, B., Oktaviani, N. F., ... & Paramita, V. S. (2023). *Literasi Keuangan*. Global Eksekutif Teknologi.
- Fattah, F. A. (2017). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Muhammadiyah 1 Karanganyar.
- Imawati, I., & Ivada, E. (2013). Pengaruh Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Pada Program IPS SMA Negeri 1 Surakarta Tahun Ajaran 2012/2013. *Jupe-Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 2(1).
- Kusumaningtyas, I. (2017). Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI IPS di SMA negeri 1 Taman Sidoarjo. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 5(3).
- Lina, L., & Rosyid, H. F. (1997). Perilaku konsumtif berdasarkan locus of control pada remaja putri. *Psikologika: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi*, 2(4), 5-14.
- OJK. (2017). Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (Revisit 2017). *Otoritas Jasa Keuangan*, 1-99.
- Oktafikasari, E., & Mahmud, A. (2017). Konformitas hedonis dan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif melalui gaya hidup konsumtif. *Economic Education Analysis Journal*, 6(3), 684-697.
- Yulianto, A., Wibowo, U. D. A., Kharismasyah, A. Y., Primadona, S. E., & Herniah Syamsudin, S. E. (2023). *GEN Z MARKETING Menggali Potensi dan Memahami Karakteristik Generasi Z dalam Menerapkan Strategi Pemasaran Digital*. Penerbit Lakeisha.
- Treasury, U. S. D. of. (2016). *National Strategy for Financial Literacy 2016 Update*. 1-43.
- <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/info-terkini/Documents/Pages/Infografis-Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-Tahun->

2022/SNLIK% 20Infografis% 20(295% 20mm% 20x% 20270mm)-01.jpg diakses tanggal
1 Juli 2023.