

## Peran Financial Management Dalam Upaya Membentuk Financial Sustainability pada Generasi Z dan Milenial

Rasistia Wisandianing Primadineska<sup>1</sup> & Tri Utomo Prasetyo<sup>2\*</sup>

---

### Afiliasi

<sup>1,2</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen  
YKPN

### Koresponden

[\\*primadineska@gmail.com](mailto:*primadineska@gmail.com)

### Artikel Tersedia Pada

<http://jurnalwahana.poltekykpn.ac.id/wahana>

### DOI:

<https://doi.org/10.35591/wahana.v27i2.893>

### Sitasi:

Primadineska, Rasistia  
Wisandianing & Prasetyo, Tri  
Utomo. (2024). Peran Financial  
Management Dalam Upaya  
Membentuk Financial  
Sustainability Pada Generasi Z Dan  
Milenial. *Wahana: Jurnal  
Ekonomi, Manajemen dan  
Akuntansi*, 27 (2), 186-197.

### Artikel Masuk

16 Mei 2024

### Artikel Diterima

30 Agustus 2024

**Abstract.** *Currently, Indonesia has challenge the demographic bonus. Based on data, non-current loans are currently dominated by the*

*individual category with an age range of 19-34 years. This is suspected to be due to the rapid development of financial technology which is not accompanied by an adequate understanding of financial management. This research attempts to find a more complex picture related to this phenomenon by using a sample of the generations that currently dominate demographics in Indonesia, namely the Millennial and Z generations. It is hoped that the results of this research can be used as a reference for policy makers and parties implementing financial literacy so that can provide a comprehensive understanding to the public in order to prevent financial problems in the future. This research using online questionnaire distributed by google form and the data were test using SMART-PLS. Purposive sampling is used to be sample collection method. The samples in this study were people who had used credit or paylater. Result shows that financial management didn't moderating between materialism and time affluence to compulsive buying, compulsive buying positively related to loan dependence and also loan dependence positively related to financial trouble in Millenial and Z generations.*

**Keywords:** *Financial management; loan dependency; financial sustainability; compulsive buying behavior.*

**Abstrak.** Saat ini Indonesia tengah menghadapi tantangan bonus demografi. Berdasarkan data, kredit macet saat ini didominasi oleh kategori individu dengan rentang usia 19-34 tahun. Hal ini diduga karena pesatnya perkembangan teknologi finansial yang tidak dibarengi dengan pemahaman yang memadai tentang pengelolaan keuangan. Penelitian ini berupaya mencari gambaran yang lebih kompleks terkait fenomena tersebut dengan menggunakan sampel generasi yang saat ini mendominasi demografi di Indonesia, yaitu generasi Milenial dan Z. Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan bagi para pembuat kebijakan dan pihak-pihak yang melaksanakan literasi keuangan sehingga dapat memberikan pemahaman yang komprehensif kepada masyarakat guna mencegah terjadinya masalah keuangan di kemudian hari. Penelitian ini menggunakan kuesioner online yang disebarakan melalui google form dan data diuji

menggunakan SMART-PLS. Metode pengumpulan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat yang pernah menggunakan kredit atau paylater. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen keuangan tidak

memoderasi antara materialisme dan kemakmuran waktu terhadap pembelian kompulsif, pembelian kompulsif berhubungan positif dengan ketergantungan pinjaman dan juga ketergantungan pinjaman berhubungan positif dengan kesulitan keuangan pada generasi Milenial dan Z.  
**Kata kunci:** *Financial management; loan dependency; financial sustainability; compulsive buying behavior.*

---

## Pendahuluan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui lebih jauh perilaku konsumtif dan potret pemahaman generasi Z dan Milenial di Indonesia mengenai penggunaan uang juga risiko yang mungkin timbul akibat dari perilaku konsumtif. Menurut Badan Pusat Statistik 2021, Indonesia sedang menghadapi bonus demografi yang mana usia produktif (15-64 tahun) lebih banyak daripada usia non produktif (>65 tahun) dengan proporsi 69,16% dari total penduduk. Momentum ini tentu menjadi tantangan sekaligus peluang bagi Indonesia sehingga diperlukan adanya persiapan yang matang salah satunya dengan meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) dalam hal pengelolaan keuangan. Di era serba digital, industri keuangan berkembang pesat dalam menghasilkan berbagai macam teknologi keuangan salah satunya maraknya pinjaman online yang dapat diakses dengan mudah dan mempengaruhi perilaku konsumsi individu. Tantangan pengelolaan keuangan tidak lagi sekedar menyimpan dan mengelola, tetapi juga memahami kebermanfaatan dan risiko yang timbul atas perkembangan teknologi yakni digitalisasi keuangan.

Penelitian terdahulu yang membahas secara komprehensif terkait perilaku berbelanja dan pengelolaan keuangan belum ada di Indonesia. Mayoritas penelitian sejenis sudah dilakukan di beberapa negara seperti Amerika, Malaysia dan Afrika. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku berbelanja kompulsif memengaruhi kecenderungan individu untuk melakukan kredit yang mana perilaku tersebut dapat mengantarkan pada kegagalan keuangan di masa yang akan datang. Selain perilaku berbelanja, materialisme juga berpengaruh pada penggunaan kredit yang mana hal ini menjadi efek domino pada perilaku berbelanja impulsif yakni membeli barang tanpa perencanaan untuk memenuhi keinginan semata (Brougham *et al.*, 2011; Pradhan *et al.*, 2018; Xiao *et al.*, 2014).

Penelitian ini penting untuk dilakukan di Indonesia mengingat perilaku masyarakat di suatu negara pasti berbeda dengan masyarakat di negara lain. Di Indonesia, pengguna pinjaman online saat ini didominasi oleh gen Z dan Milenial, bahkan pinjaman bermasalah juga didominasi oleh generasi tersebut. Penggunaan pinjaman online tanpa disertai adanya pemahaman pengelolaan keuangan yang memadai akan membahayakan

penggunanya dikarenakan adanya risiko yang mungkin terjadi di masa yang akan datang apalagi jika pengguna tidak dapat melunasi pinjamannya.

Kegagalan keuangan dikarenakan kurangnya literasi dan pemahaman tentang pengelolaan keuangan sangat mungkin terjadi mengingat saat ini di Indonesia gen Z dan milenial adalah populasi yang terbesar. Tentu hal ini memerlukan integrasi dari berbagai pihak seperti pemerintah selaku regulator, penyelenggara pendidikan dan individu itu sendiri untuk membangun kesadaran pengelolaan keuangan yang lebih baik. Hasil penelitian ini akan melengkapi penelitian yang ada bahwa pada gen Z, literasi keuangan dapat mendorong individu untuk menabung, sedangkan materialisme berpengaruh negatif pada keputusan menabung (Pangestu & Karnadi, 2020). Penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa usia, tingkat pendidikan, program studi dan usia berpengaruh positif terhadap literasi keuangan. Oleh karena itu, penelitian ini melengkapi dengan memasukkan generasi milenial dan dengan cakupan yang lebih luas.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku generasi milenial dan Z dalam mengelola keuangannya guna mencegah terjadinya permasalahan keuangan di masa yang akan datang dengan menguji pengaruh beberapa variabel. Oleh karena itu, pertanyaan yang diujikan dalam penelitian ini adalah apakah materialisme dan ketersediaan waktu luang berpengaruh terhadap perilaku berbelanja kompulsif? Apakah perilaku berbelanja kompulsif berpengaruh terhadap ketergantungan kredit? Apakah ketergantungan kredit berpengaruh terhadap permasalahan keuangan? Dan apakah pengelolaan keuangan mampu memoderasi materialisme dan waktu luang terhadap perilaku berbelanja kompulsif?

## **Tinjauan Pustaka Dan Pengembangan Hipotesis**

### ***Theory of Planned Behavior***

Penelitian terdahulu menyebutkan bahwa perilaku seseorang ditentukan dari pengetahuan yang dimilikinya, termasuk dalam keuangan. *Theory of Planned Behavior* menjelaskan bagaimana sikap, norma subjektif, dan kendali perilaku yang dirasakan memengaruhi niat seseorang untuk melakukan suatu tindakan (Ajzen, 1991). Dalam penelitian ini, tindakan yang ingin diuji adalah perilaku berbelanja dan mengelola keuangan, sehingga teori ini memberikan kerangka kerja yang berguna untuk memahami perilaku belanja kompulsif pada generasi Z dan milenial.

Pengetahuan disebut memiliki pengaruh pada perilaku individu. Individu yang memiliki literasi keuangan cukup, dianggap lebih mampu mengelola keuangannya baik dalam membuat anggaran, mengontrol pengeluaran, menabung hingga berinvestasi (Ningtyas & Vania, 2022; Xiao *et al.*, 2014). Penelitian yang dilakukan pada mahasiswa menunjukkan hasil bahwa pribadi yang memiliki literasi keuangan lebih bertanggungjawab terhadap perilakunya dalam menggunakan kartu kredit.

### **Pengaruh Materialisme terhadap Perilaku Berbelanja Kompulsif**

Materialisme adalah kepercayaan bahwa sukses, kebahagiaan dan sentralitas dicerminkan oleh hal-hal yang sifatnya kebendaan atau materi. Gaya hidup materialistik biasanya terjadi di masyarakat negara berkembang dan yang memiliki gaya hidup modern (Pradhan *et al.*, 2018). Namun penelitian terdahulu juga menyebutkan bahwa materialisme dipengaruhi oleh berbagai faktor yang berbeda di setiap budaya. Perilaku berbelanja kompulsif adalah perilaku yang menunjukkan berbelanja secara berlebihan di luar kebutuhannya. Faktor yang mendorong terjadinya perilaku ini adalah adanya rasa senang setelah berbelanja guna memenuhi keinginan dirinya. Perilaku ini secara psikologis dinilai memberi dampak buruk bagi individu terlebih pada keuangannya (Aw *et al.*, 2018).

Individu dengan perilaku materialistik cenderung ingin memiliki sesuatu yang dirasa akan meningkatkan nilai dirinya di masyarakat. Kepemilikan atas sesuatu akan meningkatkan status sosial, rasa bangga pada dirinya dan tanpa disadari akan mendorong pada tujuan hedonisme. Hal ini bertendensi mendorong perilaku berbelanja kompulsif pada individu (Owusu *et al.*, 2021). Dengan kata lain, materialisme dapat mendorong individu untuk berbelanja kompulsif guna meningkatkan kepercayaan dirinya dan memenuhi rasa senang atas kebendaan yang dimiliki. Berdasarkan uraian di atas, maka diperoleh hipotesis 1 sebagai berikut:

H1: Materialisme berpengaruh positif terhadap perilaku berbelanja kompulsif

### **Pengaruh Waktu terhadap Perilaku Berbelanja Kompulsif**

Waktu merupakan salah satu sumber daya yang dimiliki individu. Ketersediaan waktu yang cukup mendorong individu dapat lebih leluasa mengelola kegiatannya baik kegiatan jasmani maupun rohani. Individu yang memiliki waktu luang yang banyak akan cenderung minim stres karena dapat mengelola kegiatannya, namun individu dengan waktu luang yang minim cenderung sibuk dan berpacu dengan waktu, membuat dirinya tidak bisa mengelola antara keinginan dan kewajibannya. Tidak jarang orang yang memiliki waktu luang sedikit akan mengerjakan beberapa hal dalam satu waktu secara bersamaan. Hal tersebut dapat memicu terjadinya stres.

Beberapa individu melakukan belanja untuk mengurangi stres, baik yang diakibatkan karena pekerjaan maupun hal lain (Owusu *et al.*, 2021). Individu yang berbelanja dalam keadaan stres cenderung mengabaikan hal yang ia beli, karena berbelanja merupakan sarana mengurangi stres yang dimiliki dan menimbulkan kebahagiaan. Hal ini mendorong terjadinya perilaku berbelanja kompulsif, yakni berbelanja melebihi kebutuhannya. Berdasarkan uraian di atas, diperoleh hipotesis 2 sebagai berikut:

H2: Keterbatasan waktu berpengaruh positif terhadap perilaku berbelanja kompulsif.

### **Pengaruh Perilaku Berbelanja Kompulsif terhadap Ketergantungan Kredit**

Berbelanja secara kompulsif yakni lebih dari kemampuan dan kebutuhannya tentu menimbulkan konsekuensi keuangan bagi individu. Individu yang tidak mampu secara

finansial namun melakukan belanja secara kompulsif akan cenderung berusaha untuk memenuhi keinginannya dengan cara melakukan kredit. Dalam hal ini jenis kredit bermacam-macam, bisa berupa penggunaan kartu kredit dan/ atau *paylater* melalui aplikasi maupun *e-commerce*. Di Indonesia sendiri, data menunjukkan bahwa penggunaan *paylater* didominasi oleh gen Z dan Milenial. Begitu pula dengan pinjaman online yang bermasalah. Individu yang terikat pada perilaku berbelanja kompulsif akan kesulitan untuk mengelola pengeluarannya dan berakhir pada tingginya jumlah tagihan kredit yang dimiliki (Pradhan *et al.*, 2018; Roberts & Jones, 2001; Thomas *et al.*, 2011). Berdasarkan uraian di atas, diperoleh hipotesis 3 sebagai berikut:

H3: Perilaku berbelanja kompulsif berpengaruh positif terhadap ketergantungan kredit

### **Pengaruh Ketergantungan Kredit terhadap Permasalahan Keuangan**

Seseorang yang memiliki kredit yang tujuannya adalah untuk hal-hal konsumtif, cenderung tidak bisa mengendalikan perilaku belanjanya. Individu dengan perilaku berbelanja kompulsif dapat mengarahkan pada pembelian berlebihan melebihi kemampuan finansialnya, dan akibatkan cenderung membebankan pada kredit. Kelebihan kredit di atas kemampuan membayar akan mengarahkan kepada ketidakmampuan membayar kredit yang mengakibatkan permasalahan keuangan (Owusu *et al.*, 2021). Ketergantungan kredit dalam hal ini dicerminkan dari jumlah kredit yang lebih dari satu atau cenderung berbelanja menggunakan kredit. Kredit limit yang tinggi semakin mendorong individu untuk berbelanja lebih dari yang dibutuhkan (Aw *et al.*, 2018). Berdasarkan uraian di atas, diperoleh hipotesis 4 sebagai berikut:

H4: Ketergantungan kredit berpengaruh positif terhadap permasalahan keuangan

### **Peran Moderasi Pengelolaan Keuangan**

Pengelolaan keuangan merupakan pemahaman individu terkait pengelolaan keuangan yang mana individu mampu mengenali antara kebutuhan dan keinginan, mempertimbangkan harga suatu barang ketika akan membeli dan mampu mengelola sumber daya keuangan tanpa menimbulkan permasalahan keuangan lain. Pengelolaan keuangan juga meliputi kemampuan untuk mengantisipasi permasalahan keuangan di masa yang akan datang dalam hal ini kemampuan untuk mengelola cicilan kredit dengan sumber daya keuangan yang dimiliki. Individu dengan pengelolaan keuangan yang baik akan cenderung terhindar dari perilaku pembelian kompulsif. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pengelolaan keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku pembelian kompulsif (Owusu *et al.*, 2021; Roberts & Jones, 2001). Berdasarkan uraian di atas, diperoleh hipotesis 5 sebagai berikut:

H5a: Pengelolaan keuangan memperlemah pengaruh waktu luang terhadap perilaku berbelanja kompulsif

H5b: Pengelolaan keuangan memperlemah pengaruh materialisme terhadap perilaku berbelanja kompulsif.

## **Metode Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, yakni hasil penelitian diperoleh dari sumber primer yang diukur menggunakan angka kemudian diterjemahkan. Sampel dalam penelitian adalah individu yang memiliki kredit dan termasuk dalam gen Z (tahun lahir 1997-2012) atau Milenial (tahun lahir 1981-1996). Dengan adanya kriteria sampel, maka metode pemilihan sampelnya adalah *purposive sampling*, yakni sampel dengan kriteria spesifik yang harus dipenuhi untuk mencerminkan hasil penelitian (Sekaran & Bougie, 2016). Metode pengumpulan sampel dilakukan menggunakan metode survei dengan membagikan kuesioner secara online. Metode survei dipilih agar sampel dapat diperoleh sebanyak-banyaknya sehingga hasil penelitian representatif. Item pernyataan diukur menggunakan skala likert 1-5 (sangat tidak setuju- sangat setuju).

Definisi konsep dan operasional diadopsi dari penelitian terdahulu. Variabel materialisme (*materialism*) diukur menggunakan skala materialisme yang dicerminkan dalam tiga konstruk yakni kesuksesan, sentralis dan kebahagiaan yang secara total terdiri dari 10 item pernyataan. Variabel ini diadopsi dari Rindfleisch *et al.*, (1997). Variabel keterbatasan waktu diukur menggunakan *Time Affluence Scale* yang terdiri dari 7 item pernyataan yang dikembangkan oleh Kasser dan Sheldon (2009). Variabel perilaku berbelanja kompulsif diukur menggunakan 4 item pernyataan yang diadopsi dari Faber dan Christenson (1996). Variabel ketergantungan kredit diukur menggunakan 10 item pernyataan diadopsi dari Black (2007). Begitu pula dengan variabel permasalahan keuangan diukur menggunakan 3 item pernyataan. Variabel pengelolaan keuangan diukur menggunakan 4 item pernyataan yang diadopsi dari Parrotta dan Johnson (1998).

Definisi operasional untuk seluruh variabel diambil dari sumber adopsi definisi operasionalnya. Variabel *materialism* didefinisikan sebagai perilaku atau gaya hidup yang melekatkan kesuksesan dan kebahagiaan pada sesuatu yang bersifat material atau kebendaan. Variabel keterbatasan waktu diartikan sebagai tersedianya waktu luang yang terbatas pada individu untuk melakukan kegiatan pribadinya karena kesibukan kerja. Variabel perilaku berbelanja kompulsif diartikan sebagai perilaku berbelanja berlebihan oleh individu, melebihi kebutuhannya untuk menciptakan kebahagiaan pada dirinya. Variabel ketergantungan kredit adalah ketergantungan individu dalam menggunakan instrumen kredit, dalam penelitian ini baik kredit menggunakan kartu maupun melalui pinjaman online/ *paylater*. Variabel permasalahan keuangan didefinisikan sebagai ketidakmampuan individu untuk memenuhi kewajiban kreditnya atau pembayaran cicilan pinjamannya. Variabel pengelolaan keuangan didefinisikan sebagai pemahaman individu terkait pengelolaan keuangan yang mana individu mampu mengenali antara kebutuhan dan keinginan, mempertimbangkan harga suatu barang ketika akan membeli dan mampu mengelola sumber daya keuangan tanpa menimbulkan permasalahan keuangan lain.

Data diperoleh melalui kuesioner sebanyak 115, namun yang menyatakan pernah menggunakan kredit dan/ atau pinjaman online/ *paylater* hanya sebanyak 61 responden, sisanya menyatakan tidak pernah menggunakan kredit dan/ atau pinjaman online/

*paylater*. Berdasarkan hal tersebut, maka data yang memenuhi syarat untuk dilakukan pengujian adalah sebanyak 61 sampel. Sampel diolah menggunakan SEM-PLS untuk mengetahui hasil hipotesis penelitian ini yang melibatkan adanya pengujian peran moderasi dari variabel pengelolaan keuangan. Mayoritas responden merupakan perempuan generasi Z. Pekerjaan responden adalah mahasiswa disusul oleh karyawan swasta dengan jumlah masing-masing 21 dan 20 orang. Pendapatan per bulan tiap responden mayoritas adalah Rp1.000.000- 3.000.000 dengan pendidikan terakhir adalah SMA/ SMK/ MA. Adapun hasil deskripsi responden adalah sebagai berikut:

**Tabel 1. Demografi Responden**

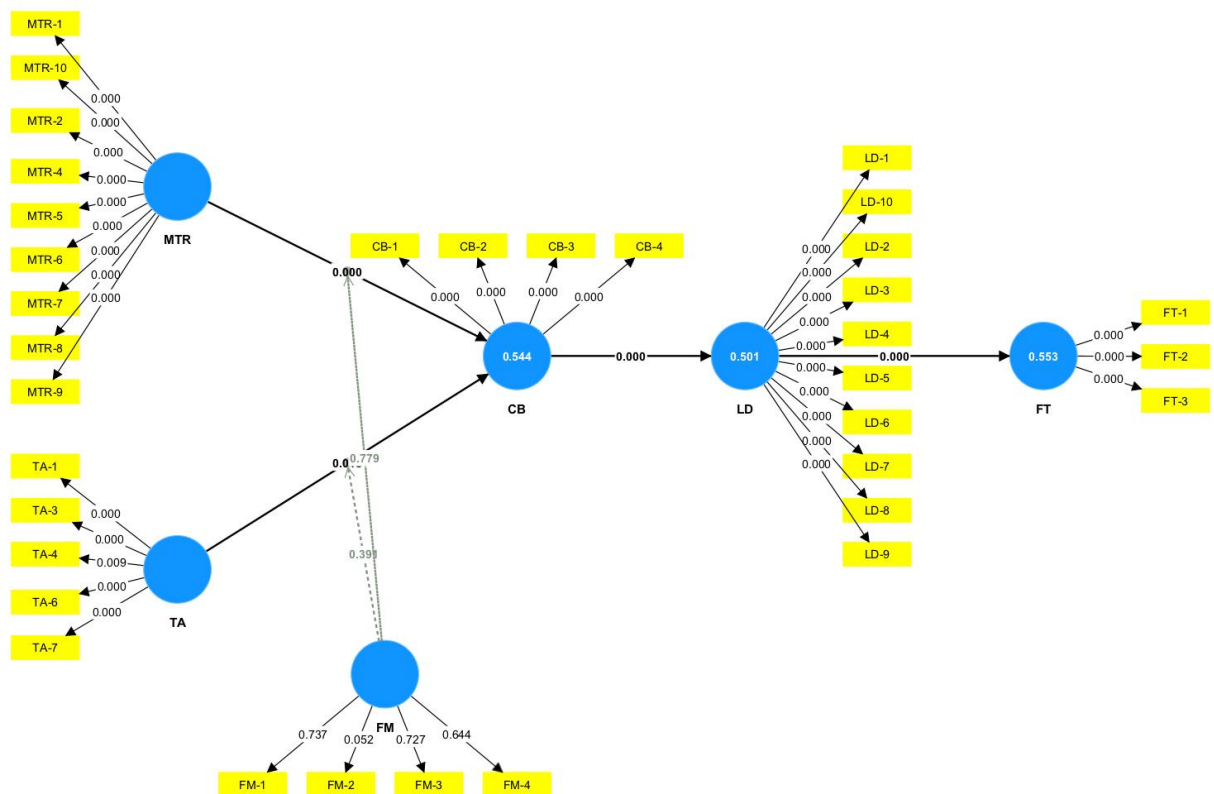
|                       |                        |    |
|-----------------------|------------------------|----|
| Jenis Kelamin         | Laki-laki              | 26 |
|                       | Perempuan              | 35 |
| Generasi              | Milenial               | 20 |
|                       | Z                      | 41 |
| Usia                  | 17-20 tahun            | 10 |
|                       | 20-23 tahun            | 23 |
|                       | 23-26 tahun            | 13 |
|                       | 27-30 tahun            | 12 |
|                       | 31-35 tahun            | 1  |
|                       | 36-42 tahun            | 2  |
|                       |                        |    |
| Pekerjaan             | Pelajar                | 1  |
|                       | Mahasiswa              | 21 |
|                       | Karyawan Swasta        | 20 |
|                       | ASN                    | 1  |
|                       | Wiraswasta             | 2  |
|                       | Dosen                  | 3  |
|                       | Dokter                 | 0  |
|                       | Pengacara              | 0  |
|                       | Ibu Rumah Tangga       | 3  |
|                       | Tidak sedang bekerja   | 3  |
| Penghasilan per bulan | Lainnya                | 7  |
|                       | <Rp500.000             | 9  |
|                       | Rp500.001-1.000.000    | 8  |
|                       | Rp1.000.001-3.000.000  | 22 |
|                       | Rp3.000.001-5.000.000  | 6  |
|                       | Rp5.000.001-7.000.000  | 6  |
|                       | Rp7.000.001-10.000.000 | 5  |
| Pendidikan Terakhir   | >Rp10.000.000          | 5  |
|                       | SMA/MA/K               | 28 |
|                       | Diploma                | 2  |
|                       | Sarjana                | 23 |

|          |   |
|----------|---|
| Magister | 8 |
| Doktor   | 0 |

Sumber: Data diolah, 2023

## Hasil Dan Pembahasan

Data diolah menggunakan SMARTPLS 4.0, adapun uji hipotesis dilakukan menggunakan SEM, karena penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan melibatkan adanya pengujian moderasi. Pengujian menggunakan SEM dinilai lebih sesuai apabila variabel yang diuji lebih banyak. Hasil uji SEM-PLS ditunjukkan sebagai berikut:



**Gambar 1. Hasil uji SEM-PLS**

Dalam gambar tampak bahwa ada beberapa item indikator yang dihapus dikarenakan tidak memenuhi syarat uji validitas dan reliabilitas yakni item MTR 3, TA-2 dan TA-5. Syarat indikator dinyatakan valid adalah angka yang ditunjukkan pada tiap item variabel  $<0.05$ . Indikator pada variabel FM (pengelolaan keuangan) menunjukkan  $>0.05$  namun demikian item ini tidak dapat dihapus dikarenakan suatu variabel tidak

dapat terbentuk tanpa adanya indikator. Hal ini menunjukkan bahwa item-item pernyataan pada variabel pengelolaan keuangan sepertinya kurang tepat untuk menggambarkan pengelolaan keuangan sehingga seluruh item dinyatakan tidak valid dan reliabel. Oleh karena itu dengan terpaksa, variabel ini tetap diujikan dalam model.

Namun, dikarenakan indikator FM tidak seluruhnya memenuhi syarat, maka hasil pengujian moderasi pada hipotesis 5 yang menyatakan bahwa pengelolaan keuangan memperlemah pengaruh waktu luang dan materialisme terhadap perilaku berbelanja kompulsif tidak terdukung secara statistik dengan  $p\text{-value} > 0.05$ , hal ini menunjukkan bahwa **H5a dan H5b, ditolak**. Hipotesis 1 yang menyatakan bahwa materialisme berpengaruh positif terhadap perilaku berbelanja kompulsif (CB) menunjukkan nilai  $p\text{-value} < 0.05$  yang berarti bahwa **H1 diterima**. Hipotesis 2 yang menyatakan bahwa keleluasaan waktu (TA) berpengaruh positif terhadap perilaku berbelanja kompulsif (CB) menunjukkan nilai  $p\text{-value} < 0.05$  yang berarti bahwa **H2 diterima**. Hipotesis 3 yang menyatakan bahwa perilaku berbelanja kompulsif (CB) berpengaruh positif terhadap ketergantungan kredit (LD) menunjukkan nilai  $p\text{-value} < 0.05$ , sehingga **H3 diterima**. Hipotesis 4 yang menyatakan bahwa ketergantungan kredit (LD) berpengaruh positif terhadap permasalahan keuangan (FT) menunjukkan nilai  $p\text{-value} < 0.05$ , sehingga **H4 diterima**. Berdasarkan hasil statistik, dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini H1-H4 dinyatakan diterima, sedangkan H5 ditolak. Hasil pengujian SEM-PLS apabila disajikan dalam tabel adalah sebagai berikut:

**Tabel 2. Hasil Uji SEM-PLS**

|               | <i>Original<br/>sample<br/>(O)</i> | <i>Sample<br/>mean<br/>(M)</i> | <i>Standard<br/>deviation<br/>(STDEV)</i> | <i>T<br/>statistics</i> | <i>P values</i> |
|---------------|------------------------------------|--------------------------------|-------------------------------------------|-------------------------|-----------------|
| CB → LD       | 0.707                              | 0.715                          | 0.070                                     | 10.129                  | 0.000           |
| FM → CB       | -0.213                             | -0.015                         | 0.177                                     | 1.203                   | 0.229           |
| LD → FT       | 0.744                              | 0.751                          | 0.068                                     | 10.867                  | 0.000           |
| MTR → CB      | 0.497                              | 0.494                          | 0.111                                     | 4.493                   | 0.000           |
| TA → CB       | 0.311                              | 0.262                          | 0.131                                     | 2.367                   | 0.018           |
| FM x TA → CB  | -0.172                             | 0.143                          | 0.200                                     | 0.858                   | 0.391           |
| FM x MTR → CB | -0.036                             | -0.057                         | 0.129                                     | 0.280                   | 0.779           |

Sumber: Data diolah, 2023

Perilaku berbelanja kompulsif mendorong individu untuk berusaha memenuhi keinginan berbelanjanya dengan cara mengajukan kredit, terlebih saat ini di Indonesia pengajuan kredit terutama kredit online cenderung lebih mudah. Pengajuan kredit yang mudah dan dapat dijangkau oleh seluruh kalangan berpotensi menyebabkan kegagalan keuangan apabila individu tidak memiliki pengendalian yang baik dan pemahaman tentang pengelolaan keuangan (Thomas *et al.*, 2011). Namun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengelolaan keuangan tidak dapat memperlemah dorongan perilaku

berbelanja kompulsif pada individu yang memiliki materialisme tinggi dan waktu luang yang terbatas. Padahal dalam penelitian terdahulu, pengelolaan keuangan mampu memperlemah pengaruh materialisme terhadap perilaku belanja kompulsif (Hamilton *et al.*, 2019; Kholilah & Iramani, 2013; Owusu *et al.*, 2021; Xiao *et al.*, 2014). Hal tersebut diperkirakan karena adanya perbedaan perilaku individu di setiap negara khususnya di Indonesia dibandingkan dengan negara lain.

Perilaku keuangan individu secara positif dipengaruhi oleh literasi keuangan. Generasi Z diketahui memiliki kemampuan pengelolaan keuangan di level sedang dan pengelolaan keuangan dipengaruhi oleh literasi keuangan yang terdiri dari literasi pengeluaran, kredit, tabungan dan investasi (Negara *et al.*, 2022). Sedangkan menurut penelitian terdahulu, generasi milenial memiliki karakteristik yang cukup unik yakni mereka sangat memperhatikan kehidupan sosial dan cenderung lebih konsumtif daripada generasi sebelumnya (Ningtyas *et al.*, 2019). Karakteristik di atas mendukung hasil penelitian ini bahwa sesuai teori generasi Z yang merupakan usia sekolah masih memiliki tingkat literasi yang rendah sehingga variabel pengelolaan keuangan tidak mampu memperlemah perilaku belanja kompulsif, sedangkan bagi generasi milenial, kehidupan sosial lebih mempengaruhi perilaku keuangannya dibandingkan pengelolaan keuangan yang dapat dijadikan sebagai pengendali dalam belanja.

## **Kesimpulan**

Penelitian ini menguji perilaku individu khususnya generasi milenial dan Z yang ada di Indonesia dalam mengelola keuangan dan belanja. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran secara komprehensif dengan mengaitkan perilaku belanja kompulsif dengan kemungkinan timbulnya permasalahan keuangan pada generasi milenial dan Z yang saat ini mendominasi di Indonesia khususnya dalam hal kegagalan pembayaran pinjaman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang memengaruhi perilaku belanja kompulsif adalah materialisme dan tidak adanya kesenggangan waktu sehingga individu merasa belanja sebagai hal rekreatif. Hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu baik yang dilakukan di Indonesia maupun luar negeri (Brougham *et al.*, 2011; Pangestu & Karnadi, 2020; Pradhan *et al.*, 2018; Roberts & Jones, 2001). Penelitian ini juga bertujuan untuk melengkapi penelitian terdahulu yang mayoritas menggunakan sampel mahasiswa.

Perilaku belanja kompulsif mendorong individu untuk berusaha memenuhi keinginan belanjanya dengan cara mengajukan kredit, terlebih saat ini di Indonesia pengajuan kredit terutama kredit online cenderung lebih mudah. Pengajuan kredit yang mudah dan dapat dijangkau oleh seluruh kalangan berpotensi menyebabkan kegagalan keuangan apabila individu tidak memiliki pengendalian yang baik dan pemahaman tentang pengelolaan keuangan (Thomas *et al.*, 2011). Namun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengelolaan keuangan tidak dapat memperlemah dorongan perilaku

berbelanja kompulsif pada individu yang memiliki materialisme tinggi dan waktu luang yang terbatas. Padahal dalam penelitian terdahulu, pengelolaan keuangan mampu memperlemah pengaruh materialisme terhadap perilaku berbelanja kompulsif (Hamilton *et al.*, 2019; Kholilah & Iramani, 2013; Owusu *et al.*, 2021; Xiao *et al.*, 2014). Hal tersebut diperkirakan karena adanya perbedaan perilaku individu di setiap negara khususnya di Indonesia dibandingkan dengan negara lain.

Penelitian ini tentu tidak luput dari adanya keterbatasan, antara lain sulitnya mengumpulkan responden yang memenuhi kriteria untuk mengisi kuesioner meskipun sudah diberikannya kompensasi, keterbatasan pemaknaan dalam indikator kuesioner memungkinkan adanya hasil yang berbeda oleh karena itu perlu adanya penyesuaian konteks dengan kondisi budaya, sosial dan ekonomi di suatu negara. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan indikator pengelolaan keuangan yang lebih sesuai dengan konteks yang ada di Indonesia atau menambahkan variabel dan membuat model penelitian baru yang belum dibahas dalam penelitian ini.

Melalui penelitian ini, secara teoritis dapat disimpulkan bahwa pengelolaan keuangan tidak mampu memoderasi pengaruh antara materialisme dan kesenggangan waktu terhadap perilaku berbelanja kompulsif pada generasi Z dan milenial di Indonesia. Hasil ini berbeda dengan penelitian di negara lain yang menunjukkan hasil bahwa pengelolaan keuangan yang baik dapat memperlemah perilaku berbelanja kompulsif (Aw *et al.*, 2018; Brougham *et al.*, 2011; Pradhan *et al.*, 2018; Xiao *et al.*, 2014). Penelitian tentang perilaku keuangan masih memerlukan eksplorasi lebih lanjut dikarenakan perkembangan teknologi keuangan yang pesat dan perilaku masyarakat yang berubah-ubah. 5 tahun ke depan harapannya hasil penelitian terkait pengelolaan keuangan masyarakat akan semakin baik, tidak hanya pada generasi Z dan milenial tetapi juga seluruh generasi, meskipun gen Z dan milenial saat ini mendominasi populasi di Indonesia. Penelitian terkait pengelolaan keuangan individu sangat memberikan gambaran tentang fenomena pengelolaan keuangan di masyarakat, sehingga dapat dijadikan sebagai acuan bagi para pemegang kepentingan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia ke depannya.

## **Daftar Referensi**

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179–211. <https://doi.org/10.1080/10410236.2018.1493416>
- Aw, E. C.-X., Cheah, J.-H., Ng, S. I., & Sambasivan, M. (2018). Breaking compulsive buying-financial trouble chain of young Malaysian consumers. *Young Consumers*, 19(3), 328–344. <https://doi.org/10.1108/YC-11-2017-00755>

- Brougham, R. R., Jacobs-Lawson, J. M., Hershey, D. A., & Trujillo, K. M. (2011). Who pays your debt? An important question for understanding compulsive buying among American college students. *International Journal of Consumer Studies*, 35(1), 79–85. <https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.2010.00923.x>
- Hamilton, R. W., Mittal, C., Shah, A., Thompson, D. V., & Griskevicius, V. (2019). How Financial Constraints Influence Consumer Behavior: An Integrative Framework. In *Journal of Consumer Psychology* (Vol. 29, Issue 2). <https://doi.org/10.1002/jcpy.1074>
- Kholilah, N. Al, & Iramani, R. (2013). Studi Financial Management Behavior Pada Masyarakat Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 3(1), 69–80.
- Negara, A. K., Febrianto, H. G., & Fitriana, A. I. (2022). Mengelola Keuangan dalam Pandangan Gen z. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 19(22), 296–304. <https://doi.org/10.29264/jakt.v19i2.11176>
- Ningtyas, M. N., & Vania, A. (2022). Materialism, Financial Literacy, and Online Impulsive Buying: A Study on the Post Millennial Generation in a Pandemic Period. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan | Journal of Theory and Applied Management*, 15(1), 1–12. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v15i1.33774>
- Ningtyas, M. N., & Wafiroh, N. L. (2019). Bagaimana Literasi dan Perilaku Keuangan pada Generasi Milenial? *Novi Lailiyul Wafiroh) TB*, 20(1), 1–10. <http://journal.stimykpn.ac.id/index.php/tb>
- Owusu, G. M. Y., Amoah Bekoe, R., Arthur, M., & Koomson, T. A. A. (2021). Antecedents and consequences of compulsive buying behaviour: the moderating effect of financial management. *Journal of Business and Socio-Economic Development*. <https://doi.org/10.1108/jbsed-04-2021-0049>
- Pangestu, S., & Karnadi, E. B. (2020). The effects of financial literacy and materialism on the savings decision of generation Z Indonesians. *Cogent Business and Management*, 7(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1743618>
- Pradhan, D., Israel, D., & Jena, A. K. (2018). Materialism and compulsive buying behaviour: The role of consumer credit card use and impulse buying. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 30(5), 1239–1258. <https://doi.org/10.1108/APJML-08-2017-0164>
- Roberts, J. A., & Jones, E. (2001). Money attitudes, credit card use, and compulsive buying among American college students. *Journal of Consumer Affairs*, 35(2), 213–240. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2001.tb00111.x>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). Research Methods for Business Students. In *the Global Management Series* (Issue September). <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.1419.3126>
- Thomas, M., Desai, K. K., & Seenivasan, S. (2011). How Credit Card Payments Increase Unhealthy Food Purchases: Visceral Regulation of Vices. *Journal of Consumer Research*, 38(1), 126–139. <https://doi.org/10.1086/657331>

Xiao, J. J., Ahn, S. Y., Serido, J., & Shim, S. (2014). Earlier financial literacy and later financial behaviour of college students. *International Journal of Consumer Studies*, 38(6), 593–601. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12122>