

Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Ibu Rumah Tangga Dalam Membentuk Perilaku Keuangan Di Tasikmalaya

Deasy Lestary Kusnandar¹, Dian Kurniawan²
Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi^{1,2}

Abstract

This study aims to determine the effect of financial literacy on financial behavior with lifestyle as a mediation variable. The location of this research is in Tasikmalaya. This research is a kind of quantitative research using survey method given to Housewife in Tasikmalaya city. The object of research in this study is the financial literacy, lifestyle, and financial behavior. Determination of the number of samples in this study are as many as 100 respondents with the sampling method used is to use judgment sampling. The analysis used is Structural Equation Modeling (SEM) analysis. This analysis is assisted by using the AMOS 21. The results of this study indicate that financial literacy does not affect in financial behaviour. While life style can mediate influence financial literacy on financial behaviours housewife in Tasikmalaya.

Keywords: *financial literacy; financial behavior; life style.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku keuangan dengan gaya hidup sebagai variabel mediasi. Lokasi penelitian ini adalah di kota Tasikmalaya. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survei yang diberikan kepada Ibu Rumah Tangga di kota Tasikmalaya. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah literasi keuangan, gaya hidup, dan perilaku keuangan. Penentuan jumlah sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 100 responden dengan metode pengambilan sampel yang digunakan adalah menggunakan judgment sampling. Analisis yang digunakan adalah analisis Structural Equation Modelling (SEM). Analisis ini dibantu dengan menggunakan program komputer AMOS 21. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku keuangan Ibu rumah tangga di kota Tasikmalaya. Sedangkan literasi keuangan berpengaruh terhadap gaya hidup Ibu rumah tangga di kota Tasikmalaya dan gaya hidup mampu memediasi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku keuangan Ibu rumah tangga di kota Tasikmalaya,

Kata kunci: *gaya hidup; literasi keuangan; perilaku keuangan*

Corresponding Author : deasylestary@unsil.ac.id

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi sekarang ini sangat dibutuhkan dan diperlukan pengetahuan tentang pengelolaan keuangan dengan baik dan cermat. Di Indonesia, tingkat pengetahuan keuangan atau *financial literacy* dari masyarakat Indonesia dapat dikatakan masih jauh tertinggal dari Malaysia, Singapura, Filipina, dan Thailand (Jannah, 2014) dalam Nur'Aini¹, Lili Syafitri, Trisnadi Wijaya, (2014). Maka dari itu, untuk dapat memiliki daya saing yang kuat dengan masyarakat luar dibutuhkanlah pengetahuan tentang literasi keuangan. Literasi keuangan menurut Otoritas Jasa Keuangan (2013, h.24) adalah rangkaian proses atau aktifitas untuk meningkatkan pengetahuan (*knowledge*), keyakinan (*confidence*) dan keterampilan (*skill*) konsumen dan masyarakat luas sehingga mereka mampu mengelolah keuangan dengan lebih baik.

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2013, h.24), literasi keuangan adalah rangkaian proses atau aktifitas untuk meningkatkan pengetahuan (*knowledge*), keyakinan (*confidence*) dan keterampilan (*skill*) konsumen dan masyarakat luas sehingga mereka mampu mengelola keuangan dengan lebih baik. Literasi Keuangan merupakan kebutuhan dasar yang perlu dimiliki seseorang, sehingga seseorang dapat terhindar dari permasalahan keuangan. Munculnya masalah keuangan bukan saja karena rendahnya tingkat pendapatan, namun juga bisa berasal dari rendahnya pengetahuan seseorang dalam mengelola keuangan. Literasi keuangan menunjukkan kecakapan individu dalam memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya untuk mencapai dan meningkatkan kesejahteraan. Dalam rangka mencapai kesejahteraan keuangan, seseorang perlu memiliki pengetahuan, sikap, dan implementasi keuangan pribadi yang sehat. Sejauh mana pengetahuan, sikap dan implementasi seseorang dalam mengelola keuangan, dikenal dengan literasi keuangan. Ibu Rumah Tangga umumnya memiliki kebebasan yang lebih besar untuk membuat keputusan dalam hal keuangan keluarga. Banyak Ibu Rumah Tangga belajar masalah keuangan dari *trial and error*, namun hal itu belum mampu menjadikan mereka menjadi pelaku ekonomi yang cerdas dalam kehidupan saat ini.

Sebagaimana disampaikan Sugiarto (2014) bahwa 33% UMKM di Indonesia dimiliki oleh perempuan. Sehingga perempuan sangat akrab dengan kegiatan mengatur keuangan, khususnya dalam lingkungan keluarganya. Namun, meskipun demikian ternyata pemahaman keuangan perempuan di Indonesia masih rendah. Sugiharto (2014) menyatakan bahwa tingkat pemahaman keuangan perempuan Indonesia masih berada di angka 18,84 persen. Sementara, tingkat literasi kaum pria lebih tinggi, yaitu mencapai 24,87 persen. Rendahnya tingkat pemahaman keuangan perempuan di Indonesia dikarenakan, selama ini edukasi pengetahuan keuangan masih banyak didominasi oleh pria. Rendahnya pengetahuan mengenai keuangan menjadi masalah serius bagi masyarakat Indonesia, khususnya kaum perempuan. Dalam Soya Sobaya dan Junaidi Safitri, (2016) menjelaskan bahwa sesuai dengan hasil survey tentang tingkat literasi keuangan yang diselenggarakan oleh VISA pada tahun 2012 Indonesia dengan skor 27,7 menempati peringkat ke-27 dari 28 negara yang diteliti, tepat di atas Pakistan. Hal ini mengindikasikan masih lemahnya pemahaman masyarakat dalam hal pengelolaan keuangan. Bahkan sebagian besar orang Indonesia tidak menerapkan anggaran keuangan keluarga. Indonesia berada di peringkat terbawah yang mayoritas warganya tidak memiliki dana cadangan untuk kondisi darurat minimal tiga bulan.

Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini selain dari rendahnya literasi keuangan masyarakat khususnya perempuan, adalah perilaku masyarakat yang juga dipengaruhi oleh modernisasi yang saat ini sudah masuk ke negara-negara berkembang. Modernisasi sebagai sebuah gejala perubahan sosial tentunya sangat penting bagi sebuah masyarakat, terutama pada masyarakat yang mempunyai sifat terbuka terhadap suatu perubahan. Modernisasi dirasa penting karena menyangkut dampak yang akan terjadi dalam suatu masyarakat, baik positif ataupun negatif. Modernisasi merupakan proses pergeseran sikap dan mentalitas sebagai masyarakat untuk dapat hidup sebagai tuntutan masa kini, yang pada setiap tahunnya akan terus berkembang mengikuti perkembangan zaman. Hal ini disebabkan oleh masuknya budaya luar kedalam suatu negara dan bercampurnya dua kebudayaan tersebut serta saling mempengaruhi diantara keduanya.

Pergeseran sikap inilah yang menjadi gaya hidup baru yang berkembang di masyarakat khususnya bagi kaum perempuan. Gaya hidup merupakan salah satu indikator yang mempengaruhi perilaku seseorang. Jika diartikan, gaya hidup merupakan pola hidup di dunia yang diekspresikan oleh kegiatan, minat dan pendapat seseorang. Gaya hidup menggambarkan seseorang secara keseluruhan yang berinteraksi dengan lingkungan. Gaya hidup juga mencerminkan sesuatu di balik kelas sosial seseorang dan menggambarkan bagaimana mereka menghabiskan waktu dan uangnya. Gaya hidup pada prinsipnya adalah pola seseorang dalam mengelola waktu dan uangnya.

Paul & Olson (2000:142) mengemukakan bahwa gaya hidup diukur dengan bertanya pada konsumen tentang kegiatan mereka (pekerjaan, hobi, liburan), minat (keluarga, pekerjaan, komunitas), dan opini (tentang isu sosial, isu politik, bisnis). Menurut Kasali (2007), para peneliti pasar yang menganut pendekatan gaya hidup cenderung mengklasifikasikan konsumen berdasarkan variabel-variabel AIO, yaitu aktifitas, *interest*/minat, dan opini. Aktivitas meminta kepada konsumen untuk mengidentifikasi apa yang mereka lakukan, apa yang mereka beli, dan bagaimana mereka menghabiskan waktu mereka. Masyarakat mulai beradaptasi dan mengikuti gaya hidup di negara-negara maju. Kehidupan modern telah mendidik orang tak sekedar berusaha memenuhi kebutuhan, tetapi juga berusaha memenuhi gejolak keinginan. Banyak orang yang membeli suatu barang yang bukan kebutuhannya, melainkan hanya untuk memenuhi keinginan membeli produk tersebut. Sebagian besar orang rela mengeluarkan uang lebih banyak hanya untuk berbelanja di tempat yang memberikan *prestige* bagi mereka. Manusia modern terus berusaha memenuhi kebutuhan yang tiada habisnya. Manusia modern memiliki hasrat yang terus berpacu mengejar citra, *prestige*, dan status sosial. Seiring dengan perubahan gaya hidup yang dialami oleh masyarakat, memberikan pengaruh pada perilaku masyarakat khususnya perilaku dalam mengelola keuangan keluarga. Dengan meningkatnya gaya hidup yang seseorang, akan menimbulkan masalah dalam pengelolaan keuangan. Idealnya, faktor literasi keuangan dan gaya hidup bisa mempengaruhi perilaku seseorang dalam mengelola keuangan.

Pengetahuan tentang keuangan, akan membentuk perilaku keuangan seseorang dengan baik. Sehingga, dapat dikatakan semakin tinggi literasi keuangan seseorang maka semakin baik perilaku keuangannya begitupun sebaliknya. Sedangkan, gaya hidup mempunyai dampak yang positif dan negatif. Jika seseorang dengan literasi yang tinggi dan gaya hidup yang sesuai dengan keadaan keluarga, maka masyarakat akan mampu dalam mengelola keuangan keluarga.

TINJAUAN LITERATUR

Literasi didefinisikan sebagai kemampuan seseorang individu untuk membaca, menulis, dan berbicara, menghitung dan memecahkan masalah pada tingkat kemahiran yang diperlukan, dalam individu, keluarga dan masyarakat (National Institute for literacy, dalam Remund, 2010:23). Salah satu kecerdasan yang harus dimiliki oleh manusia modern adalah kecerdasan keuangan yaitu kecerdasan dalam mengelolala aset pribadi, khususnya dalam pengelolaan aset keuangan pribadi. Salah satu bentuk aplikasi dari manajemen keuangan adalah manajemen keuangan pribadi (*personal finance*) yaitu proses perencanaan dan pengendalian keuangan dari unit individu atau keluarga.

Menurut buku pedoman Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia, yang dimaksud dengan literasi keuangan adalah “Rangkaian proses atau aktivitas untuk meningkatkan pengetahuan (*knowledge*), keyakinan (*convidence*) dan keterampilan (*skill*) konsumen dan masyarakat luas sehingga mereka mampu mengelola keuangan yang lebih baik”. Berdasarkan pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa konsumen produk dan jasa keuangan maupun masyarakat luas diharapkan tidak hanya mengetahui dan memahami lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, melainkan juga dapat mengubah atau memperbaiki perilaku masyarakat dalam pengelolaan keuangan sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan mereka. Memahami dan menerapkan konsep dasar ekonomi secara tepat tercermin dalam perilaku seseorang dalam mengelola keuangan. Literasi keuangan terjadi manakala seorang individu memiliki sekumpulan keahlian dan

kemampuan yang membuat orang tersebut mampu memanfaatkan sumber daya yang ada untuk mencapai tujuan.

Tujuan pembangunan literasi keuangan untuk jangka panjang adalah meningkatkan literasi seseorang yang sebelumnya *less literate* atau *not literate* menjadi *well literate*, dan meningkatkan jumlah pengguna produk dan jasa keuangan. Menurut Otoritas Jasa Keuangan, tujuan literasi keuangan tersebut tidak dapat tercapai dengan optimal apabila faktor-faktor eksternal lainnya tidak mendukung. Faktor eksternal yang berpotensi mempengaruhi keberhasilan literasi keuangan tersebut antara lain : pertumbuhan ekonomi, pendapatan perkapita, distribusi pendapatan, tingkat kemiskinan masyarakat, tingkat pendidikan masyarakat, komposisi penduduk yang berusia produktif dan pemanfaatan teknologi informasi.

Otoritas Jasa Keuangan sudah menetapkan visi, misi, dan prinsip literasi keuangan dalam Cetak Biru Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia. Visi literasi keuangan Indonesia menurut Otoritas Jasa Keuangan ialah mewujudkan masyarakat Indonesia yang memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi (*well literate*) sehingga masyarakat dapat memiliki kemampuan atau keyakinan untuk memilih dan memanfaatkan produk dan jasa keuangan guna meningkatkan kesejahteraan. Misi Cetak Biru Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia adalah : melakukan edukasi di bidang keuangan kepada masyarakat Indonesia agar dapat mengelola keuangan secara cerdas dan meningkatkan akses informasi serta penggunaan produk dan jasa keuangan melalui pengembangan infrastruktur pendukung literasi keuangan.

Pengukuran Literasi Keuangan

Literasi keuangan dicerminkan oleh pengetahuan dan kemampuan seseorang secara kognitif mengenai keuangan. Kemampuan dalam literasi keuangan dapat diartikan sebagai kemampuan untuk menggunakan pengetahuan keuangan yang dimiliki untuk membuat keputusan. PISA (2010:87) menjelaskan kemampuan dalam literasi keuangan

merupakan proses kognitif yang digunakan untuk menggambarkan kemampuan siswa untuk mengenali dan menerapkan konsep-konsep yang relevan dengan keuangan.

Remund (2010:45) menyatakan empat hal yang paling umum dalam literasi keuangan adalah pemahaman penganggaran, tabungan, pinjaman dan investasi, sedangkan menurut Heilgert, et al (Klien, 2009:121) dalam survei nasional tentang keuangan konsumen ada empat variabel yaitu : *cash-flow management, credit management, savings, and investment practices*.

Literasi keuangan adalah gambaran kemampuan menggunakan dan mengelola keuangan. Variabel literasi keuangan secara lebih luas mengukur kemampuan seseorang berkaitan dengan pemahaman mengenai nilai tukar uang, fitur jasa layanan keuangan, pencatatan keuangan, sikap dalam mengeluarkan keuangan (ASIC, 2003:94). Menurut Widayat (2010:76) literasi keuangan diukur dengan :

- 1) Menyusun/merencanakan anggaran penghasilan yang akan diterima
- 2) Menyusun/merencanakan anggaran biaya yang akan dikeluarkan
- 3) Kepatuhan terhadap rencana anggaran pengeluaran
- 4) Pemahaman atas nilai riil uang
- 5) Pemahaman nilai nominal uang
- 6) Pemahaman tentang inflasi

Australian Securities & Investment Commission (dalam Yunikawati, 2012:61) menyatakan bahwa untuk mendalami dan mengetahui seberapa besar tingkat literasi keuangan seseorang dapat menggunakan tolok ukur pengetahuan sebagai berikut :

- 1) Pengetahuan seseorang atas nilai suatu barang dan skala prioritas dalam hidupnya
- 2) Penganggaran, tabungan dan bagaimana mengelola uang
- 3) Pengelolaan kredit

- 4) Pentingnya asuransi dan melindungi terhadap resiko
- 5) Dasar-dasar investasi
- 6) Perencanaan pensiun
- 7) Pemanfaatan dari belanja dan membandingkan produk dimana harus pergi mencari saran dan informasi bimbingan, dan dukungan tambahan
- 8) Bagaimana mengenali potensi konflik atas kegunaan (prioritasi)

Berdasarkan pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan seseorang dapat dilihat dari proses kognitif atau pengetahuan yang dia miliki dalam mengelola keuangan, dan dalam sikap terhadap keuangan pribadi yang akan memengaruhi perilaku keuangan atau keputusan dalam mengelola keuangan.

Aspek-Aspek Literasi Keuangan

Menurut Chen and Volpe dalam Nidar dan Bestrari (2012) aspek dalam literasi keuangan mencakup beberapa aspek dalam keuangan yaitu pengetahuan dasar mengenai keuangan pribadi (*basic personal finance*), tabungan (*saving*), asuransi (*insurance*) dan investasi.

1. Pengetahuan dasar mengenai keuangan pribadi yaitu mencakup pemahaman terhadap beberapa hal-hal yang paling dasar dalam sistem keuangan. Menurut Chen and Volpe dalam Nidar dan Bestrari (2012) mahasiswa perempuan lebih rendah pengetahuan dasar mengenai keuangan pribadi dibandingkan dengan lakilaki.
2. Tabungan (*saving*) adalah bagian pendapatan masyarakat yang tidak digunakan untuk konsumsi, dan biasanya masyarakat yang mempunyai penghasilan lebih besar dari kebutuhan konsumsinya sehingga mempunyai kesempatan untuk menyisihkan uangnya menabung.
3. Asuransi (*insurance*) adalah salah satu teknik untuk mengelola risiko yang cukup banyak digunakan. Asuransi bisa dipandang sebagai alat di mana individu bisa

mentransfer risiko ke pihak lainnya, di mana pihak asuransi mengakumulasi dana dari individu-individu untuk memenuhi kebutuhan keuangan yang berkaitan dengan kerugian yang timbul. Pengertian semacam ini mengandung dua kata kunci, yaitu transfer risiko dan sharing kerugian. Dari sisi individu (yang mengansuransikan), asuransi bisa dilihat sebagai kontrak di mana individu bersedia membayar premi tertentu, dan 18 sebagai gantinya, perusahaan asuransi bersedia membayar sejumlah uang tertentu sebagai kompensasi atas kerugian yang timbul (Hanafi,2006).

4. Investasi adalah salah satu bentuk penanaman modal dalam usaha manusia untuk mendapatkan keuntungan di masa mendatang. Investasi adalah penanaman modal saat ini selama beberapa periode waktu untuk mendapatkan pembayaran di masa depan, dan mengimbangi waktu modal tersebut di tanamkan, tingkat inflasi, serta ketidakpastian pembayaran masa depan.

Perilaku Keuangan

Perilaku keuangan (*Financial Management Behavior*) merupakan isu yang banyak dibahas saat ini. Hal ini berkaitan dengan perilaku konsumsi masyarakat di Indonesia termasuk Tasikmalaya. Mereka cenderung berpikir jangka pendek dan identik dengan praktik belanja impulsif sehingga seringkali individu dengan pendapatan yang cukup masih mengalami masalah finansial karena perilaku keuangan yang kurang bertanggung jawab. *Financial Management Behavior* adalah kemampuan seseorang dalam mengatur (perencanaan, penganggaran, pemeriksaan, pengelolaan, pengendalian, pencarian dan penyimpanan) dana keuangan sehari-hari. Munculnya *Financial Management Behavior*, merupakan dampak dari besarnya hasrat seseorang untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sesuai dengan tingkat pendapatan yang diperoleh.

Finance Behavior muncul pada tahun 1990-an sejalan dengan tuntutan perkembangan dunia bisnis dan akademik yang mulai menyikapi adanya aspek atau unsur perilaku dalam proses pengambilan keputusan keuangan dan investasi. *Finance Behavior* (perilaku keuangan) adalah keterlibatan perilaku yang ada pada diri seseorang yang meliputi emosi, sifat, kesukaan dan berbagai macam hal yang melekat dalam diri manusia

sebagai makhluk intelektual dan sosial yang berinteraksi dan melandasi munculnya keputusan melakukan suatu tindakan, menurut (Ricciard V. and Simon H,2000). Menurut (Nofsinger and Hirschey, 2006), mendefinisikan perilaku keuangan yaitu mempelajari bagaimana manusia secara actual berperilaku dalam sebuah penentuan keuangan (*financial setting*). Khususnya, mempelajari bagaimana psikologi mempengaruhi keputusan keuangan. Perilaku keuangan merupakan sebuah pendekatan yang menjelaskan bagaimana manusia melakukan investasi atau berhubungan dengan keuangan yang dipengaruhi oleh faktor psikologi.

Gaya Hidup

a. Pengertian Gaya Hidup

Gaya hidup mempunyai banyak artian dan diartikan sesuai dengan bidang ilmu pengetahuan masing-masing tokoh yang mengemukakannya. Menurut seorang ahli psikologi Alfred Adler (1929), gaya hidup adalah sekumpulan perilaku yang mempunyai arti bagi individu maupun orang lain pada suatu saat di suatu tempat, termasuk didalam hubungan sosial, konsumsi barang, entertainment dan berbusana. Perilaku-perilaku yang nampak di dalam gaya hidup merupakan campuran dari kebiasaan, cara-cara yang disepakati bersama dalam melakukan sesuatu, dan perilaku yang berencana.

Gaya hidup berkembang karena ada kebutuhan, tuntutan dan penguatan, adalah mazhab behavioristik yang menyatakan bahwa suatu perilaku akan diulangi bila perilaku tersebut membawa kepuasan atau kenikmatan dan tidak ada hukuman yang menyertainya. Gaya hidup menurut Kotler (2009) adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Menurut Assael (1984), gaya hidup adalah “*A mode of living that is identified by how people spend their time (activities), what they consider important in their environment (interest), and what they think of themselves and the world around them (opinions)*”.

Secara umum dapat diartikan sebagai suatu gaya hidup yang dikenali dengan bagaimana orang menghabiskan waktunya (aktivitas), apa yang penting orang pertimbangkan pada lingkungan (minat), dan apa yang orang pikirkan tentang diri sendiri

dan dunia di sekitar (opini). Sedangkan menurut Minor dan Mowen (2002), gaya hidup menunjukkan bagaimana seseorang hidup, bagaimana membelanjakan uangnya, dan bagaimana mengalokasikan waktu. Gaya hidup mencerminkan keseluruhan pribadi yang berinteraksi dengan lingkungan. Dari pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa gaya hidup merupakan suatu pola hidup seseorang tentang bagaimana mereka menghabiskan waktu mereka, apa yang mereka anggap paling penting bagi diri mereka dalam kehidupan sehari-hari dan bagaimana pandangan mereka tentang diri mereka ataupun tentang dunia luar sekitar mereka.

b. Gaya Hidup AIO (*Activities, Interest, Opinion*)

Psikografik adalah ilmu tentang pengukuran dan pengelompokan gaya hidup konsumen (Kotler, 2002:193). Menurut Sumarwan (2003:58), psikografis adalah suatu instrumen untuk mengukur gaya hidup, yang memberikan pengukuran kuantitatif dan biasa dipakai untuk menganalisis data yang sangat besar. Psikografis analisis biasanya dipakai untuk melihat segmen pasar. Analisis psikografis juga diartikan sebagai suatu riset konsumen yang menggambarkan segmen konsumen dalam hal kehidupan mereka, pekerjaan dan aktifitas lainnya. Psikografis berarti menggambarkan (*graph*) psikologis konsumen (*psyco*). Psikografis adalah pengukuran kuantitatif gaya hidup, kepribadian dan demografik konsumen. Psikografis sering diartikan sebagai pengukuran AIO (*activity, interest, opinion*), yaitu pengukuran kegiatan, minat dan pendapat konsumen.

Schifmann dan Kanuk (2008) menyatakan psikografis disebut sebagai analisis gaya hidup atau riset AIO adalah suatu bentuk riset konsumen yang memberikan profil yang jelas dan praktis mengenai segmen-segmen konsumen, tentang aspek-aspek kepribadian konsumen yang penting, motif belinya, minatnya, sikapnya, keyakinannya, dan nilai-nilai yang dianutnya. Lebih lanjut, Mowen (2002) mendefinisikan psikografis sebagai kajian tentang apa yang membentuk seorang konsumen secara psikologis. Ada dua konsep, dalam psikografis. Pertama, memberi gambaran mengenai ciri-ciri psikologis konsumen yang lebih mengarah pada identifikasi kepribadian konsumen (*selfconcept*). Kedua, memandang psikografis sebagai kajian tentang *activities* (kegiatan), *interest* (minat), dan *opinions* (pendapat).

c. **Komponen AIO**

AIO istilah yang digunakan secara dapat dipertukarkan dengan psikografis, mengacu pada pengukuran kegiatan, minat, dan opini. Menurut Engel, dkk, AIO (*activities, interest, dan opinion*) adalah:

1) *Activities* (kegiatan) adalah tindakan nyata seperti menonton suatu medium, berbelanja di toko, atau menceritakan kepada tetangga mengenai pelayanan yang baru. Walaupun tindakan ini biasanya dapat diamati, alasan untuk tindakan tersebut jarang dapat diukur secara langsung. Aktivitas yaitu orang yang mudah atau tidak bergerak dan bereaksi serta bertingkah laku secara spontan

2) *Interest* (minat) akan semacam obyek, peristiwa, atau topik adalah tingkat kegairahan yang menyertai perhatian khusus maupun terus-menerus kepadanya. Minat ialah usaha aktif menuju pelaksanaan suatu tujuan. Tujuan pada umumnya yaitu titik akhir daripada gerakan yang menuju ke sesuatu arah tetapi tujuan minat adalah melaksanakan suatu tujuan.

3) *Opinion* (pendapat) adalah “jawaban” lisan atau tertulis yang orang berikan sebagai respons terhadap situasi stimulus dimana semacam “pertanyaan” diajukan. Atau dapat diartikan sebagai hasil pekerjaan pikir dalam meletakkan hubungan antara tanggapan yang satu dengan lainnya, antara pengertian satu dengan pengertian lainnya dan dinyatakan dalam satu kalimat. Opini digunakan untuk mendeskripsikan penafsiran, harapan, dan evaluasi seperti kepercayaan mengenai maksud orang lain,antisipasi sehubungan dengan peristiwa masa datang, dan penimbangan konsekuensi yang memberi ganjaran atau menghukum dari jalannya tindakan alternatif.

Sedangkan menurut Prasetijo (2004), mengungkapkan AIO (*activities, interest, dan opinion*) adalah:

1) *Activities* (kegiatan) yaitu apa yang dikerjakan konsumen, produk apa yang dibeli atau digunakan, kegiatan apa yang mereka lakukan untuk mengisi waktu luang.

2) *Interest* (minat) yaitu apa kesukaan, kegemaran dan prioritas dalam hidup konsumen.

3) *Opinion* (pendapat) yaitu pandangan dan perasaan konsumen dalam menanggapi isu-isu global, lokal, moral, ekonomi, dan sosial.

Schiffman dan Kanuk (2008) mengungkapkan riset AIO mencari tanggapan konsumen terhadap sejumlah besar pertanyaan yang mengukur AIO.

- a. Kegiatan yaitu bagaimana konsumen menggunakan waktu
- b. Minat yaitu pilihan dan prioritas konsumen
- c. Pendapat yaitu bagaimana konsumen memandang berbagai macam kejadian dan persoalan.

Dalam bentuk yang umum, studi Psikografis AIO menggunakan serangkaian pernyataan yang dirancang untuk mengenali berbagai aspek yang relevan mengenai kepribadian, motif membeli, minat, sikap, kepercayaan, dan nilai-nilai konsumen.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian survey, menurut Sugiyama (2008:135): “Penelitian dengan cara mengajukan pernyataan kepada orang – orang atau subjek dan merekam jawaban tersebut untuk kemudian dianalisis secara kritis”. Metode survey ini merupakan bagian dari riset deskriptif dan riset sebab-akibat.

Objek penelitian adalah literasi keuangan, gaya hidup dan perilaku keuangan. Responden penelitian adalah Ibu Rumah Tangga di kota Tasikmalaya. Sedangkan jenis data dalam penelitian ini dibedakan dalam 2 bagian, yaitu:

- a. Data primer

Yaitu data mengenai literasi keuangan, gaya hidup dan perilaku keuangan yang diperoleh secara langsung dari lapangan melalui wawancara dan pengisian kuesioner oleh responden terpilih.

- b. Data sekunder

Yaitu data yang dikumpulkan dari pihak lain, data yang sudah ada atau tersedia yang kemudian diolah kembali untuk tujuan tertentu, data ini berupa sejarah dan keadaan, literatur, artikel, dan tulisan ilmiah yang dianggap relevan dengan topik mengenai literasi keuangan, dan perilaku keuangan. Teknik-teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari:

1) Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Yaitu penelitian yang dilakukan secara langsung pada objek penelitian, sehingga dapat diketahui kondisi aktual dengan cara sebagai berikut:

- a. Wawancara, yaitu kegiatan pengumpulan data dan fakta dengan cara mengadakan tanya jawab langsung dengan responden mengenai literasi keuangan, dan perilaku keuangan.
- b. Kuesioner, yaitu menyebarkan pertanyaan-pertanyaan mengenai masalah-masalah terkait kepada responden terpilih untuk mengetahui respon mereka terhadap literasi keuangan, dan perilaku keuangan.

2) Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Penelitian kepustakaan yaitu suatu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mempelajari literatur yang berhubungan dengan literasi keuangan, gaya hidup dan perilaku keuangan sehingga dapat dipakai sebagai dasar analisis.

Populasi dalam penelitian ini adalah Ibu Rumah Tangga di Kota Tasikmalaya. Ukuran populasi tidak dapat diketahui dengan tepat sehingga bersifat infinit. Penarikan sampel menggunakan *judgement sampling/purposive sampling* dimana penarikan sampel didasarkan pada pertimbangan pribadi peneliti yang bersangkutan (Sugiyama, 2008). Pada cara sampling ini peneliti berupaya mencari keyakinan terlebih dahulu bahwa individu yang dipilih sebagai sampel merupakan individu yang tepat. Penentuan ukuran sampel didasarkan pendapat Hair (1995:444) yaitu untuk penelitian survey ukuran minimal sampel adalah 100. Untuk lebih menjamin keakuratan dalam penelitian ini, kuesioner disebarkan kepada 100 orang responden.

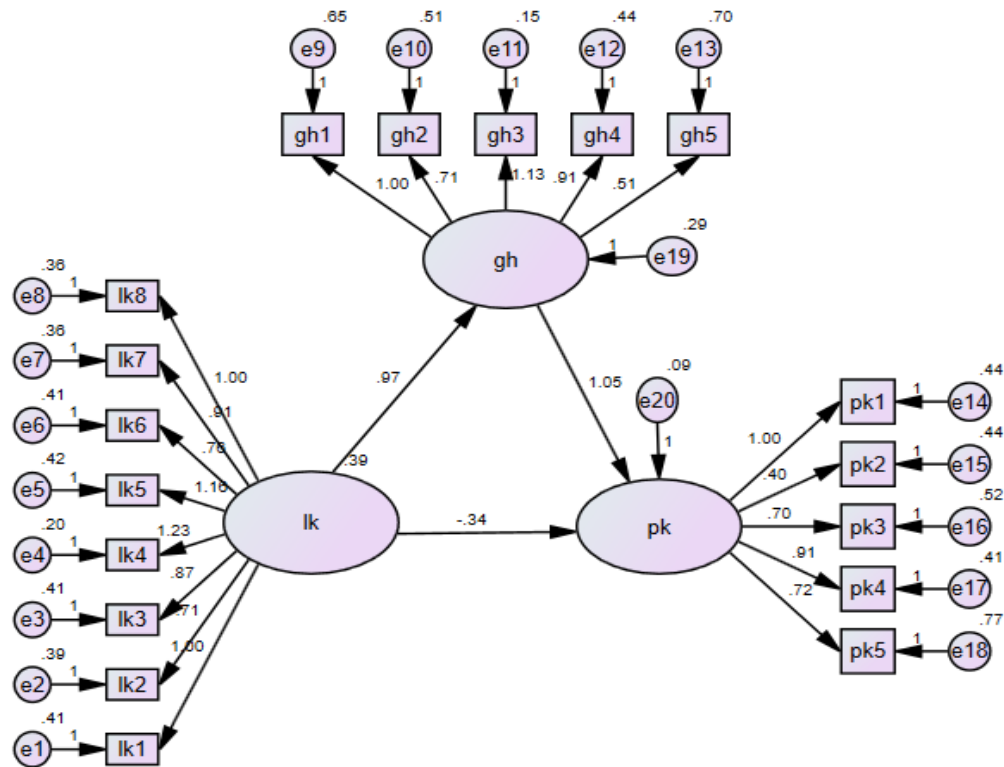
Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *structural equation modeling* (SEM). Analisis *structural equation model* bertujuan untuk mengestimasi beberapa persamaan regresi terpisah akan tetapi masing masing mempunyai hubungan simultan atau bersamaan. Dalam analisis ini dimungkinkan terdapat beberapa variabel dependen, dan variabel ini dimungkinkan menjadi variabel independen bagi variabel dependen yang lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat nilai kritis atau t_{tabel} yaitu dengan cara membandingkan nilai t_{tabel} tersebut dengan nilai t_{hitung} dalam penelitian atau membandingkan nilai p dengan 0,05. Hipotesis dikatakan diterima apabila nilai $t_{tabel} < t_{hitung}$ atau $p < 0,05$. Berdasarkan tabel distribusi t , besarnya nilai t_{tabel} dalam penelitian ini yaitu dengan jumlah sampel 100 dan tingkat signifikansi 5% (0,05) adalah sebesar 1,98472. Sedangkan untuk melihat nilai t_{hitung} pada hubungan antar variabel penelitian ini dapat dilihat pada tabel.

Tabel 1
Hasil Uji Hipotesis Penelitian

			C.R.	Nilai t_{table}	P
Gaya Hidup	<---	Literasi Keuangan	5.633	1.98472	***
Perilaku Keuangan	<---	Gaya Hidup	5.715	1.98472	***
Perilaku Keuangan	<---	Literasi Keuangan	-1.938	1.98472	.053



Gambar 1 Model Hasil Penelitian

Berdasarkan pada hasil pengujian hipotesis, maka hasil pengujian tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

H₁ : Literasi keuangan berpengaruh terhadap Perilaku Keuangan

Berdasarkan pada tabel 4 diketahui bahwa nilai C.R. $(-1,938) < t_{\text{tabel}} (1,98472)$ dan $p (0,053) > 0,05$. Oleh karena itu, hipotesis nol yang menyatakan bahwa *regression weight* adalah sama dengan nol dapat diterima dan hal ini berarti tidak terdapat pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku keuangan. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku keuangan, **ditolak**.

H₂ : Gaya Hidup berpengaruh terhadap perilaku keuangan

Berdasarkan pada tabel 4 diketahui bahwa nilai C.R. (5,633) > t_{tabel} (1,98472) dan p (0,000) < 0,05. Oleh karena itu, hipotesis nol yang menyatakan bahwa *regression weight* adalah sama dengan nol dapat ditolak dan hal ini berarti pengaruh gaya hidup terhadap perilaku keuangan berpengaruh signifikan. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku keuangan, **diterima**.

H₃ : Gaya Hidup memediasi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku keuangan

Berdasarkan pada tabel 4 diketahui bahwa nilai C.R. (5,715) > t_{tabel} (1,98472) dan p (0,000) < 0,05. Oleh karena itu, hipotesis nol yang menyatakan bahwa *regression weight* adalah sama dengan nol dapat ditolak dan hal ini berarti gaya hidup mampu memediasi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku keuangan. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa gaya hidup memediasi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku keuangan, **diterima**

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa simpulan sebagai berikut:

1. Literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku keuangan Ibu rumah tangga di Kota Tasikmalaya.
2. Gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku keuangan Ibu rumah tangga di Kota Tasikmalaya.
3. Gaya hidup memediasi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku keuangan Ibu rumah tangga di Kota Tasikmalaya.

Adapun saran dari peneliti sebagai berikut:

- a. Literasi keuangan di Tasikmalaya harus ditingkatkan sehingga perilaku masyarakat di Tasikmalaya semakin baik khususnya dalam mengelola keuangan keluarga.
- b. Gaya hidup masyarakat di Tasikmalaya harus diimbangi dengan pengetahuan dalam mengelola keuangan.
- c. Bagi penelitian selanjutnya dapat ditambahkan variabel-variabel moderasi seperti gender, pendapatan dan pendidikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agrawal, Amol. (2008). *Economic Reserach: The Need for Financial Inclusion with an Indian Perspective. IDBI Gilts Paper*: Mumbai, India.
- Allen, Franklin., Kunt, Asli Demirguc., Klapper, Leora., Martinez Peria, Maria Soledad. (2012). *The Foundation of Financial Inclusion, Understanding Ownership and Use of Formal Account. Policy Research Working Paper No. 6290*
- Andrew, Vincentius dan Linawati, Nanik. (2014). Hubungan Faktor Demografi dan Pengetahuan Keuangan dengan Perilaku Keuangan Karyawan Swasta di Surabaya. *Jurnal Finesta* Vol. 02 No. 02, 35-39. Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra. Surabaya.
- Ardiani I. S. (2011). Personality Traits sebagai Penentu Perencanaan Keuangan Keluarga (Suatu Kajian Pustaka). *Jurnal Pengembangan Humaniora*. Vol. 11, No. 2, 118-126.
- Chakravarty, Satya R. dan Rupayan Pal. (2010). *Measuring Financial Inclusion: An Axiomatic Approach. Laporan Hasil Penelitian Indira Gandhi Institute of Development Research (IGIDR)*. Mumbai India

- Gutter, M., Hayoe, C., dan Devaney, S. A. (2008). Economic and Psychological Determinants of Saving Behavior: A Conceptual Model. *Consumer Interests Annual*, Vol, 54, 197-198.
- Hanafi, M. M. (2006). Manajemen risiko. *Yogyakarta: Upp Stim Ykpn*.
- Ida dan Dwinta Cinthia Yohana. (2010). Pengaruh Locus of Control, Financial Knowledge, Income terhadap Financial Management Behavior. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*. Vol. 12, No. 3, 131-144.
- Irfani, F (2016). Pengaruh Pengetahuan Keuangan dan Indeks Inklusi Keuangan terhadap Perilaku Keuangan Personal Masyarakat di Wilayah Kabupaten Sleman.
- Kasali, R. (2007). *Re-Code Your Change DNA (HC)*. Gramedia Pustaka Utama.
- Lusardi, A dan Mitchell, O. (2007). Financial Literacy and Retirement Planning: New Evidence from the Rand American Life Panel. *MRRC Working Paper 157*, 1 – 33.
- Lusardi, A. (2008). Household Saving Behavior: The Role of Saving Literacy, Information and Financial Education Programs. Implikastion of Behavioral Economic for Economics Policy. *NBER Working Paper No. 13824*.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). Perilaku konsumen. *Jakarta: Erlangga, 90*.
- Naila, A (2013). Studi *Financial Behavior* pada Masyarakat Surabaya. *Journal of Business and Banking*. Volume 3, No. 1, May 2013, pages 69 – 80
- Nidar, S. R., & Bestari, S. (2012). Personal financial literacy among university students (case study at Padjadjaran University students, Bandung, Indonesia). *World Journal of Social Sciences*, 2(4), 162-171.
- Nofsinger, J., & Hirschey, M. (2006). Investments: Analysis And Behavior.
- Orton, L. (2007). Financial Literacy: Lesson From International Experience. *CPRN Research Report*, 1-63.

- Paul Peter, J., & Olson, J. C. (2005). *Consumer Behavior and Marketing Strategy*.
- Remund, D. L. (2010). Financial literacy explicated: The case for a clearer definition in an increasingly complex economy. *Journal of consumer affairs*, 44(2), 276-295.
- Sanjaya, I Made dan Nursechafia. (2016). Inklusi Keuangan Dan Pertumbuhan Inklusif: Analisis Antar Provinsi Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan* Vol. 18, No. 3.
- Sarma, Mandira. (2012). Index of Financial Inclusion – A measure of financial sector inclusiveness. *Berlin Working Papers on Money, Finance, Trade and Development*
- Setiawan, Moh., Agung. (2015). Analisis Keterkaitan Inklusi Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Personal Masyarakat Di Wilayah Kota Dan Kabupaten Provinsi Jawa Timur. *Jurnal Fakultas Ekonomi Dan Bisnis* Vol 3. No 2. Universitas Brawijaya. Malang.
- Sugiyama, A. G. (2008). *Metode Riset Bisnis dan Manajemen*. Bandung: *Guardaya Intimarta*.
- Widayat, W. (2010). PENENTU PERILAKU BERINVESTASI. *Journal of Innovation in Business & Economics*, 1(2), 111-127.
- Yunikawati, N. A. (2012). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Pendidikan Ekonomi Keluarga, terhadap Financial Literacy dan Gaya Hidup serta dampaknya pada Rasionalitas Konsumsi.(Tesis). *DISERTASI dan TESIS Program Pascasarjana UM*.

Halaman ini sengaja dikosongkan

(this page intentionally left blank)