

## Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri, dan Perilaku Konsumtif terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan pada Penggemar K – Pop

Salsyabilla Marsya Putri Erin Syahril \*, Azib

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

\*salsyabillam@gmail.com, azibkuliah@gmail.com

**Abstract.** One of the cultures that is currently global, namely the culture of South Korea known as Hallyu or the Korean Wave, where the general public is more familiar with the term K-pop (Korean Pop). The culture originating from South Korea has been known by the Indonesian people from Sabang to Merauke. K-pop fans will show their support in various ways, one of which is by buying K-pop merchandise or knick-knacks. This study was conducted with the aim of examining the effect of financial literacy, self-control, and consumptive behavior on financial management behavior in early adult K-pop fans when purchasing merchandise in the city of Bandung. The method used in this research is the descriptive verification method with data analysis techniques using quantitative methods. The population in this study is unknown, while the number of samples obtained is 214 K-pop fans. The data collection technique used was by distributing questionnaires in the form of questionnaires to early adult K-pop fans in the city of Bandung. The results show that financial literacy has a significant effect on financial management behavior, self-control has a significant effect on financial management behavior, and consumptive behavior has no significant effect on financial management behavior. Moreover, simultaneously, financial literacy, self-control, and consumptive behavior affect behavior. Financial management of early adult K-pop fans in Bandung.

**Keywords:** *Financial Literacy, Self Control, Consumptive Behavior, Financial Management Behavior, K-pop.*

**Abstrak.** Salah satu budaya yang sedang mendunia saat ini, yaitu budaya dari Korea Selatan yang dikenal sebagai *Hallyu* atau *Korean Wave* dimana masyarakat umum lebih akrab dengan sebutan K – pop (*Korean Pop*). Budaya yang berasal dari Korea Selatan tersebut sudah diketahui oleh masyarakat Indonesia dari Sabang sampai Merauke. Dalam mendukung idola mereka, penggemar K – pop akan melakukan berbagai macam cara, salah satunya dengan membeli *merchandise* atau pernak pernik K – pop. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji pengaruh literasi keuangan, pengendalian diri, dan perilaku konsumtif terhadap perilaku pengelolaan keuangan pada dewasa awal penggemar K – pop dalam pembelian *merchandise* di Kota Bandung. Metode yang digunakan di dalam penelitian ini, yaitu metode deskriptif verifikatif dengan teknik analisis data dengan menggunakan metode kuantitatif. Populasi di dalam penelitian ini tidak diketahui, sedangkan jumlah sampel yang diperoleh, yaitu sebesar 214 penggemar K – pop. Teknik pengumpulan data yang digunakan dengan menyebar angket berupa kuesioner kepada penggemar K – pop dewasa awal di Kota Bandung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan, pengendalian diri berpengaruh signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan, dan perilaku konsumtif tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan, serta secara simultan literasi keuangan, pengendalian diri, dan perilaku konsumtif berpengaruh terhadap perilaku pengelolaan keuangan pada penggemar K – pop dewasa awal di Kota Bandung.

**Kata Kunci:** *Literasi Keuangan, Pengendalian Diri, Perilaku Konsumtif, Perilaku Pengelolaan Keuangan, K – pop.*

## A. Pendahuluan

Banyak sekali budaya luar yang sangat mudah diterima di dalam Negeri, hal ini disebabkan oleh adanya perkembangan dan kemajuan di dalam dunia teknologi yang bertambah maju dari hari ke hari, hal tersebut merupakan dampak dari globalisasi yang akan mempengaruhi setiap individu dalam aspek – aspek kehidupan. Indonesia merupakan sebuah Negara yang berlimpah akan berbagai macam budaya, dimana pada akhirnya Indonesia sendiri membuka jalan agar budaya luar dapat diterima dengan baik oleh Warga Negara Indonesia. Informasi, ide, budaya dan gaya hidup dapat tersebar dengan mudahnya. Salah satunya adalah budaya yang sedang mendunia saat ini, yaitu budaya yang berasal dari Korea Selatan, umumnya diketahui sebagai *Hallyu* atau *Korean Wave* dimana masyarakat umum lebih akrab dengan sebutan K – pop (*Korean Pop*) (R & Dewi, 2020:260).

Biasanya para penggemar K – pop yang mendukung idola yang sama akan berbaur ke dalam suatu kelompok atau dikenal dengan sebutan fandom, dimana fandom sendiri adalah singkatan dari *fans kingdom* yang dapat diartikan sebagai suatu kegiatan yang berkaitan dengan penggemar dan kegemarannya. Akan ada berbagai macam kegiatan yang dilakukan oleh sebuah fandom, kegiatan – kegiatan tersebut tentunya kegiatan positif yang memiliki manfaat bagi kelompok mereka sendiri maupun orang lain, seperti acara perkumpulan para *fans*, acara kolaborasi *fans*, K – pop festival dan yang lainnya. Para penggemar K – pop mempunyai kedudukan yang sangat penting untuk keberhasilan sang idola, dan mereka akan terus mengikuti perkembangan terbaru dalam aktifitas dan musik idolanya.

Dalam mendukung idola mereka, penggemar K – pop akan melakukan berbagai macam kegiatan, dimulai dari yang tidak perlu mengeluarkan biaya dengan menonton video dan mencari berbagai informasi tentang idolanya hingga yang perlu mengeluarkan biaya, seperti memesan barang - barang yang berkaitan dengan sang idola ataupun mendatangi konser sang idola di banyak negara. Mereka melakukan hal itu untuk menunjukkan rasa cinta, dukungan dan terima kasih kepada idolanya. Namun, tidak bisa kita pungkiri bahwa lambat – laun perkembangan K – pop akan mempengaruhi kepribadian dari penggemarnya, dan kasus yang sering kita temui adalah perilaku konsumtif mereka (Amalia, 2019:2 - 3).

*The Fandom for Idols* berpendapat bahwa mayoritas penggemar K – pop di Indonesia berusia 15 – 35 tahun dan mereka mulai menyukai jenis musik tersebut dari tahun 2011 – 2015. Metode pemasaran yang digunakan oleh suatu perusahaan agensi dari selebritas agar dapat mempererat kedekatan dengan penggemarnya, yaitu melalui penjualan *merchandise*. Sudah banyak sekali *online shop* di berbagai platform yang menjual *merchandise* tersebut baik asli maupun imitasi. Di zaman yang semakin modern dengan perkembangan teknologinya ini, mendapatkan *merchandise* atau pernak – pernik yang berhubungan dengan K – pop sangatlah mudah didapatkan tanpa perlu pergi jauh – jauh ke Negara Korea.

Sudah banyak sekali *online shop* di berbagai platform yang menjual *merchandise* tersebut baik asli maupun imitasi. Salah satu media yang banyak sekali digunakan untuk membeli *merchandise* K – pop adalah *Instagram*, karena proses jual – belinya yang mudah dan cepat. Media dan ruang lingkup sangat mempengaruhi para penggemar K – pop untuk membeli lebih banyak barang yang bukan menjadi kebutuhan utama mereka sebagai bentuk identitas diri dan hanya untuk memenuhi keinginannya (Achmada Lailil & Sadewo FX Sri, 2014:4).

Para penggemar K – pop seringkali menghadapi kegagalan dalam hal mengendalikan diri dari dorongan yang disebabkan oleh impuls lingkungannya saat melakukan pembelian *merchandise*. Sehingga memicu mereka melakukan pembelian impulsif *merchandise* K – pop yang tidak irasional dimana hal ini dapat menimbulkan pemborosan. Maka, dengan adanya pengelolaan keuangan yang baik, diharapkan para penggemar K – pop dapat menggunakan uang yang dimilikinya dengan bijak. Perilaku pengelolaan keuangan adalah fenomena yang perlu diimplementasikan oleh setiap manusia di dalam kehidupan sehari – hari, termasuk para penggemar K – pop. Perilaku seseorang dalam membelanjakan uangnya terlihat dari seberapa besar pengetahuan yang dimilikinya. Kurangnya literasi keuangan sejak kecil dapat mengakibatkan buruknya perilaku pengelolaan keuangan pribadi.

Berdasarkan hasil yang diperoleh *IDN Times*, mayoritas penggemar K – pop adalah berusia 20 tahun ke atas dengan persentase sebesar 52,6% dimana usia ini memasuki tahap

pendewasaan awal, dimana pada tahap pendewasaan awal para penggemar K – pop tersebut sudah seharusnya semakin bijak dalam mengontrol kebutuhan yang sesuai dengan kehidupannya dan memiliki pendewasaan diri sebagai bentuk penguasaan mengendalikan diri yang baik.

Secara keseluruhan, adanya pengendalian diri yang baik di dalam diri individu khususnya penggemar K – pop, diharapkan dapat menjadikan individu tersebut lebih bijak dalam memilah pembelian barang atau jasa sesuai dengan kebutuhan atau hanya keinginan semata. Selain pengendalian diri, individu juga harus memahami literasi keuangan, karena dengan memiliki pengetahuan tentang keuangan dan literasi keuangan, individu akan terbantu dalam perilaku pengelolaan keuangannya. Apabila individu memiliki pengendalian diri yang tidak dikembangkan dan juga tidak memahami literasi keuangan dan perilaku pengelolaan keuangan, maka akan menjadikan individu tersebut memiliki perilaku konsumtif dalam pembelian impulsif *merchandise* K – pop yang tidak irasional dimana hal ini dapat menimbulkan pemborosan.

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka penelitian ini akan menganalisa “Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri, dan Perilaku Konsumtif terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan pada Penggemar K – pop (Studi Kasus pada Dewasa Awal Penggemar K – pop Dalam Pembelian *Merchandise* di Kota Bandung)”. Sehingga rumusan masalah dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Literasi Keuangan pada penggemar K – pop dewasa awal di Kota Bandung?
2. Bagaimana Pengendalian Diri pada penggemar K – pop dewasa awal di Kota Bandung?
3. Bagaimana Perilaku Konsumtif pada penggemar K – pop dewasa awal di Kota Bandung?
4. Bagaimana Perilaku Pengelolaan Keuangan pada penggemar K – pop dewasa awal di Kota Bandung?
5. Bagaimana pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri, dan Perilaku Konsumtif terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan baik secara parsial maupun simultan pada penggemar K – pop dewasa awal di Kota Bandung?

## B. Metodologi Penelitian

Peneliti menggunakan metode deskriptif verifikatif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah penggemar K – pop di Kota Bandung. Dengan teknik pengambilan sampel yaitu non – probability dengan jenis purposive sampling diperoleh jumlah sampel penelitian sebanyak 214 penggemar. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner.

## C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

### Uji Regresi Linear Berganda

**Tabel 1.** Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.637	2.024		.809	.420
	Literasi Keuangan	.567	.059	.557	9.591	.000
	Pengendalian Diri	.266	.068	.227	3.896	.000
	Perilaku Konsumtif	.050	.035	.074	1.421	.157

a. Dependent Variable: Perilaku Pengelolaan Keuangan

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2022.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

$$Y = 1.637 + 0.567 + 0.266 + 0.50$$

Nilai  $\alpha$  sebesar 1.637 didefinisikan sebagai konstanta atau keadaan saat variabel perilaku pengelolaan keuangan belum dipengaruhi oleh variabel lain, yaitu variabel literasi keuangan (X1), variabel pengendalian diri (X2), dan variabel perilaku konsumtif (X3). Variabel perilaku pengelolaan keuangan tidak akan mengalami perubahan jika tidak ada variabel bebas.

Nilai koefisien regresi variabel literasi keuangan sebesar 0.567, yang berarti bahwa variabel literasi keuangan memiliki pengaruh yang positif terhadap perilaku pengelolaan keuangan, dimana setiap kenaikan satu satuan variabel literasi keuangan akan mempengaruhi perilaku pengelolaan keuangan sebesar 0.567, dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

Nilai koefisien regresi variabel pengendalian diri sebesar 0.266, yang berarti bahwa variabel pengendalian diri memiliki pengaruh yang positif terhadap perilaku pengelolaan keuangan, dimana setiap kenaikan satu satuan variabel pengendalian diri akan mempengaruhi perilaku pengelolaan keuangan sebesar 0.266, dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

Nilai koefisien regresi variabel perilaku konsumtif sebesar 0.50, yang berarti bahwa variabel perilaku konsumtif memiliki pengaruh yang positif terhadap perilaku pengelolaan keuangan, dimana setiap kenaikan satu satuan variabel perilaku konsumtif akan mempengaruhi perilaku pengelolaan keuangan 0.50, dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

### Uji t (Parsial)

**Tabel 1.** Uji t Variabel Literasi Keuangan (X1)

Coefficients <sup>a</sup>						
	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.089	1.637		3.720	.000
	Literasi Keuangan	.688	.052	.675	13.331	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Pengelolaan Keuangan

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas, uji t (parsial) menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh literasi keuangan (X1) terhadap perilaku pengelolaan keuangan (Y) adalah  $0.000 < 0,05$  dan nilai t hitung  $13.331 >$  nilai t tabel 1.971. Maka, hipotesis diterima, yang artinya terdapat pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku pengelolaan keuangan secara signifikan.

**Tabel 2.** Uji t Variabel Pengendalian Diri (X2)

Coefficients <sup>a</sup>						
	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.174	1.871		7.039	.000
	Pengendalian Diri	.557	.071	.474	7.847	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Pengelolaan Keuangan

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas, uji t (parsial) menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh

pengendalian diri (X2) terhadap perilaku pengelolaan keuangan (Y) adalah  $0.000 < 0,05$  dan nilai t hitung  $7.847 >$  nilai t tabel 1.971. Maka, hipotesis diterima, yang artinya terdapat pengaruh pengendalian diri terhadap perilaku pengelolaan keuangan secara signifikan.

**Tabel 3.** Uji t Variabel Perilaku Konsumtif (X3)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	25.482	1.234		20.643	.000
	Perilaku Konsumtif	.086	.046	.127	1.862	.064

a. Dependent Variable: Perilaku Pengelolaan Keuangan

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas, uji t (parsial) menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh perilaku konsumtif (X3) terhadap perilaku pengelolaan keuangan (Y) adalah  $0.065 > 0,05$  dan nilai t hitung  $1.862 <$  nilai t tabel 1.971. Artinya, variabel perilaku konsumtif tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan, dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis ditolak. Penyebab tidak berpengaruhnya variabel perilaku konsumtif sebagai variabel X3 menurut pengamatan dan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, yaitu ketika pengeluaran seseorang berbeda maka akan berbeda juga biaya yang dikeluarkannya, sehingga tidak terlalu berpengaruh terhadap perilaku pengelolaan keuangan yang dimilikinya.

#### Uji F (Simultan)

**Tabel 4.** Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1991.624	3	663.875	68.039	.000 <sup>b</sup>
	Residual	2049.025	210	9.757		
	Total	4040.650	213			

a. Dependent Variable: Perilaku Pengelolaan Keuangan  
b. Predictors: (Constant), Perilaku Konsumtif, Literasi Keuangan, Pengendalian Diri

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh literasi keuangan (X1), pengendalian diri (X2), dan perilaku konsumtif (X3) terhadap perilaku pengelolaan keuangan (Y) adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan f hitung  $68.039 >$  nilai f tabel 2,65. Artinya, variabel literasi keuangan (X1), pengendalian diri (X2), dan perilaku konsumtif (X3) terhadap perilaku pengelolaan keuangan (Y) berpengaruh secara simultan. Setelah melihat hasil penelitian menggunakan uji F terdapat keterkaitan antara variabel literasi keuangan (X1), pengendalian diri (X2), dan perilaku konsumtif (X3) terhadap perilaku pengelolaan keuangan (Y) saat seorang individu mempunyai pemahaman literasi keuangan yang cukup baik maka individu tersebut memiliki ilmu pengetahuan yang luas dalam mengelola keuangan dan akan mempengaruhi perilaku pengelolaan keuangannya. Seseorang akan dapat mengendalikan dirinya, sehingga tidak akan berperilaku konsumtif hanya karena untuk memenuhi keinginan, kepuasan, dan kesenangannya saja.

## Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

**Tabel 5.** Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.702 <sup>a</sup>	.493	.486	3.123662
a. Predictors: (Constant), Perilaku Konsumtif, Literasi Keuangan, Pengendalian Diri				

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas, dipengaruhi nilai koefisien R Square (R<sup>2</sup>) sebesar 0.493 atau 49,3%. Jadi, dapat disimpulkan bahwa besarnya pengaruh variabel literasi keuangan (X1), pengendalian diri (X2), dan perilaku konsumtif (X3) secara bersama – sama terhadap perilaku pengelolaan keuangan sebesar 0.493 atau 49,3%. Sisanya 50,7% dapat dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak diikuti sertakan dalam penelitian ini.

### D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh literasi keuangan, pengendalian diri, dan perilaku konsumtif terhadap perilaku pengelolaan keuangan pada dewasa awal penggemar K – pop dalam pembelian *merchandise* di Kota Bandung dengan sampel 214 orang, maka ada beberapa kesimpulan, yaitu:

1. Literasi Keuangan pada dewasa awal penggemar K – pop dalam pembelian *merchandise* di Kota Bandung dapat diklasifikasikan tinggi, dan data menunjukkan bahwa sebagian besar para penggemar K – pop telah memiliki tabungan untuk memenuhi kebutuhan mendesak.
2. Pengendalian Diri pada dewasa awal penggemar K – pop dalam pembelian *merchandise* di Kota Bandung dapat diklasifikasikan tinggi, dan data menunjukkan bahwa sebagian besar para penggemar K – pop mempertimbangkan dan mencari informasi sebelum membeli *merchandise* K – pop.
3. Perilaku Konsumtif pada dewasa awal penggemar K – pop dalam pembelian *merchandise* di Kota Bandung dapat diklasifikasikan rendah.
4. Perilaku Pengelolaan Keuangan pada dewasa awal penggemar K – pop dalam pembelian *merchandise* di Kota Bandung dapat diklasifikasikan tinggi, dan data menunjukkan bahwa sebagian para penggemar K pop memilih untuk menyisihkan pendapatan yang dimilikinya kebutuhan di masa yang akan datang.
5. Berdasarkan data yang telah didapatkan dan diolah oleh peneliti, maka diketahui bahwa:
  - a. Literasi Keuangan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan.
  - b. Pengendalian Diri berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan.
  - c. Perilaku Konsumtif tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan.
  - d. Literasi Keuangan, Pengendalian Diri, dan Perilaku Konsumtif berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan.
  - e. Pengaruh variabel Literasi Keuangan, Pengendalian Diri, dan Perilaku Konsumtif secara bersama – sama terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan sebesar 0.493 atau 49,3%.

### Acknowledge

Terimakasih banyak khususnya kepada keluarga, Mama, Papa, dan Adik, yang sudah membantu penulis dalam memberikan dukungan baik secara moril dan materil, Bapak H. Azib, SE., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah membantu saya dalam menyelesaikan penelitian ini dan saya ucapkan terimakasih banyak juga kepada teman teman saya yg telah mendukung saya

sehingga saya berhasil menyelesaikan penelitian ini.

#### **Daftar Pustaka**

- [1] Achmada Lailil, & Sadewo FX Sri. (2014). Pola Perilaku Konsumtif Pecinta Korea Di Korea Lovers Surabaya Community (Kloss Community). *Paradigma*, 2(3), 1–7. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/paradigma/article/view/9407>
- [2] Amalia, I. (2019). *Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Penggemar K-Pop Dewasa Awal*. Jakarta: Universitas Negeri Jakarta.
- [3] *IDN Times*. (2019, Februari 19). Jadi Gaya Hidup, Benarkan *Fans K* – pop Kaya Raya atau Cuma Modal Kuota. Diakses dari *IDN Times*: <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/danti/jadi-gaya-hidup-benarkah-fans-kpop-kaya-raya-atau-cuma-modal-kuota/4>
- [4] R, P. P., & Dewi, A. I. N. (2020). Dampak Drama Korea (*Korean Wave*) terhadap Pendidikan Remaja. 11(2), 2–4.
- [5] Zakiah, T. R. (2021). Pengaruh Sikap Keuangan dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Keuangan pada Anggota Ghoib Community di Kabupaten Bandung Barat. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*.