

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perilaku hedonis pada remaja dapat ditemukan dengan gampang dalam kehidupan, banyak dari remaja yang sering menghabiskan waktu diluar cuma buat bersenang- senang dengan sahabatnya, entah cuma hanya nangkring di cafe, berbelanja ke mall, membeli poster-poster idol kesukaannya, ataupun hingga merokok, ngedrug, serta masih banyak yang lain. Mereka menyangka dengan melaksanakan hal tersebut eksistensi ataupun keberadaannya dapat diterima dilingkungan terdekat mereka (Nadzir, 2021). Di zaman digital ini, media sosial kini menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, khususnya di kalangan Remaja. Platform semacam Instagram, TikTok, serta YouTube menyediakan akses instan terhadap beragam informasi, gaya hidup, serta tren konsumsi yang berpotensi memengaruhi perilaku keuangan Remaja, Temuan ini diperkuat oleh penelitian

Mahasiswa yang hidup secara mandiri di kos memiliki tanggung jawab lebih besar dalam mengatur keuangan, mencakup pemenuhan kebutuhan dasar seperti sewa tempat tinggal, konsumsi, dan transportasi. Sebaliknya, Remaja yang tinggal bersama keluarga cenderung memiliki kondisi finansial yang lebih stabil berkat dukungan orang tua. Meski demikian, baik mahasiswa kos maupun yang tinggal bersama keluarga tetap menghadapi tantangan dalam mengelola keuangan akibat tekanan gaya hidup konsumtif yang diperkuat oleh eksposur media sosial

Fenomena yang diamati dalam kehidupan sehari-hari mahasiswa adalah semakin meningkatnya gaya hidup konsumtif dan ketergantungan pada media sosial, yang tidak jarang memicu keputusan keuangan yang impulsif. Banyak mahasiswa kesulitan membedakan antara kebutuhan dan keinginan, serta terdorong untuk memenuhi gaya hidup tertentu meskipun kondisi finansial mereka terbatas. Kondisi ini diperparah dengan kemunculan tren-tren digital yang bersifat instan dan glamor. Dalam konteks ini, status tempat tinggal mahasiswa memainkan peran yang cukup besar, karena mahasiswa yang tinggal di kos umumnya lebih

bebas secara sosial dan finansial, sehingga lebih rentan terhadap tekanan konsumtif.

Generasi muda yang tinggal di kos menjadi salah satu kelompok yang rentan terhadap pengaruh media sosial. Tinggal di kos menuntut mereka untuk mandiri dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari, baik mereka yang telah bekerja maupun yang masih berstatus belum bekerja. Dalam situasi ini, pengelolaan keuangan menjadi hal yang sangat penting karena mereka harus mengatur pendapatan atau uang saku yang diterima agar cukup untuk kebutuhan pokok, biaya pendidikan atau pekerjaan, serta kebutuhan sosial. Namun demikian, kenyataannya banyak individu yang mengalami kesulitan dalam mengelola keuangan karena terpengaruh oleh konsumsi berlebihan akibat paparan media sosial yang menampilkan gaya hidup konsumtif. Selain media sosial, perilaku hedonisme juga menjadi salah satu faktor yang sering memengaruhi pengelolaan keuangan.

Hedonisme dapat dipahami sebagai kecenderungan seseorang untuk mengejar kesenangan, kepuasan, dan kenikmatan sesaat, terutama melalui konsumsi barang atau jasa. Pola hidup hedonis banyak ditemukan di kalangan remaja maupun dewasa muda yang tinggal jauh dari orang tua dan hidup di kos. Lingkungan pergaulan yang cenderung kompetitif serta keinginan untuk menyesuaikan diri dengan kelompok sosial membuat individu lebih rentan terjebak dalam perilaku konsumtif. Misalnya, sering menghabiskan uang untuk nongkrong di kafe, membeli barang-barang bermerek, mengikuti tren fashion terbaru, atau mengikuti challenge yang sedang populer di media sosial. Kondisi ini tentu berdampak pada kesehatan finansial individu karena lebih mementingkan kesenangan sesaat dibandingkan dengan kebutuhan jangka panjang.

Di sisi lain, kemampuan seseorang dalam mengelola keuangan tidak hanya dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti media sosial dan gaya hidup, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor internal yaitu kecerdasan emosional. Kecerdasan emosional merupakan kemampuan individu untuk mengenali, memahami, dan mengendalikan emosinya sendiri serta kemampuan memahami emosi orang lain. Individu dengan tingkat kecerdasan emosional yang baik akan lebih mampu menunda kesenangan, mengendalikan dorongan emosional dalam melakukan konsumsi, serta lebih bijak dalam mengambil keputusan keuangan. Sebagai contoh, seseorang yang memiliki

kecerdasan emosional tinggi dapat membedakan antara kebutuhan dan keinginan, sehingga ia mampu mengalokasikan keuangan dengan lebih tepat dan terukur. Kecerdasan emosional juga sangat penting bagi mereka yang tinggal di kos, baik yang bekerja maupun belum bekerja. Bagi yang sudah bekerja, adanya penghasilan yang diterima setiap bulan memberikan peluang untuk mengatur keuangan secara mandiri.

Namun, jika tidak disertai dengan kecerdasan emosional yang baik, penghasilan tersebut bisa cepat habis karena digunakan untuk memenuhi gaya hidup hedonis atau keinginan yang ditimbulkan oleh pengaruh media sosial. Sementara itu, bagi mereka yang belum bekerja, keterbatasan keuangan yang hanya bergantung pada kiriman orang tua atau sumber lain menuntut kemampuan manajemen keuangan yang lebih tinggi. Dalam kondisi seperti ini, kecerdasan emosional berperan penting untuk menahan diri dari pengeluaran yang tidak perlu dan lebih fokus pada pemenuhan kebutuhan primer. Fenomena tersebut menimbulkan perbedaan dinamika dalam pengelolaan keuangan antara penghuni kos yang bekerja dan belum bekerja. Individu yang bekerja cenderung memiliki keleluasaan dalam pengeluaran karena adanya sumber penghasilan tetap, tetapi juga berisiko lebih besar terjebak pada konsumsi berlebihan. Sebaliknya, individu yang belum bekerja memiliki keterbatasan dana sehingga harus lebih berhati-hati dalam mengelola uang, tetapi tetap berpotensi terpengaruh oleh media sosial dan gaya hidup hedonis. Perbedaan kondisi ini menarik untuk diteliti lebih lanjut guna mengetahui sejauh mana media sosial, perilaku hedonisme, dan kecerdasan emosional memengaruhi pengelolaan keuangan pada kelompok tersebut.

Di era digital yang semakin maju, generasi Z menghadapi tantangan serius dalam mengelola keuangan pribadi. Survei dari Katadata Insight Center mengungkapkan bahwa 72,9% generasi Z menghabiskan uang demi gengsi dan tren fashion, yang berujung pada pengelolaan keuangan yang buruk. Dalam konteks ini, kemajuan teknologi finansial (fintech) membuka peluang bagi generasi Z untuk mengatur keuangan secara lebih praktis. Namun, literasi keuangan yang rendah menjadi penghambat pemanfaatan fintech secara optimal.

Literasi keuangan adalah pengetahuan dan keterampilan untuk mengambil

keputusan keuangan secara efektif (Maylizza Putri Dyansyah & Maria Yovita R. Pandin, 2024) Lebih jauh, aspek psikologis seperti kecerdasan emosional, yang membantu individu mengelola emosi dalam pengambilan keputusan keuangan, dan kecerdasan spiritual, yang merupakan kemampuan memahami makna hidup dan nilai etika dalam bertindak, juga memengaruhi perilaku finansial. Di sisi lain, gaya hidup hedonis yang mengutamakan kesenangan sesaat cenderung mengganggu kemampuan menabung dan berinvestasi. Sebagai upaya menghadapi tantangan yang semakin kompleks, penting bagi individu menyadari tentang masalah keuangan pribadi, yang diukur dengan tanggapan atas sebuah opini atau pernyataan (Safitri, 2022).

Sebenarnya pengelolaan keuangan sudah diajarkan sejak dini namun masih banyak yang tidak peduli terhadap literasi keuangan. Menurut (Rohmanto & susanti, 2021-2024) dalam hal ini, sebagian besar mahasiswa tidak memiliki sumber pendapatan sendiri. Oleh karena itu, mereka masih bergantung pada pemberian dari orang tua, dan karena mahasiswa memiliki banyak kebutuhan, mereka akan menghadapi kesulitan keuangan jika tidak mempraktikkan literasi keuangan. Memahami aspek keuangan akan membantu orang mengelola uang mereka dengan lebih bijak. Ini termasuk melacak dan merencanakan anggaran, menggunakan perbankan dan kredit, praktik menabung dan meminjam, membayar pajak, mengidentifikasi pengeluaran yang signifikan, dan memahami investasi, asuransi, dan pensiun. Saat ini, Gen Z dapat melihat perubahan dalam perilaku keuangan mereka melalui kegiatan belanja online mereka, yang sering memengaruhi pengelolaan keuangan mereka. Salah satu transformasi yang disebabkan oleh internet adalah e-commerce.

Kondisi ini tidak mengherankan, karena jumlah pengguna internet yang berkembang pesat dapat menciptakan pasar yang menarik bagi bisnis. Faktor lain yang mempengaruhi pengelolaan keuangan selain literasi keuangan adalah perilaku hedonisme. Generasi Z melakukan hal yang sama dengan hedonisme, yaitu mencari kesenangan dalam hidup. Mereka melakukan ini karena mereka tidak memperhatikan bagaimana mereka mengelola keuangan mereka, yang membuat mereka gagal mengelola keuangan mereka. Studi oleh (Z, 2024) menemukan bahwa

hedonisme sebagai gaya hidup memiliki efek positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan karyawan milenial Surabaya. Tidak seperti yang ditunjukkan Misbahuddin & Prajawati, (2023), gaya hidup hedonism tidak berdampak signifikan pada pengelolaan keuangan

Banyak faktor yang dapat berpengaruh terhadap perilaku keuangan mahasiswa, faktor yang pertama ialah pengetahuan keuangan (financial knowledge). Pengetahuan keuangan merupakan pengetahuan, ilmu, dan pengertian dasar seseorang mengenai finansial, untuk mengambil keputusan finansial yang baik (Halim dkk 2024). Pengetahuan keuangan yang baik dapat memberikan mahasiswa pemahaman yang lebih baik dalam mengelola keuangan mereka, serta membuat keputusan finansial yang efektif serta membangun kebiasaan yang lebih baik dalam menabung serta berinvestasi.

Namun, kurangnya pengetahuan keuangan pada mahasiswa memungkinkan mahasiswa cenderung kurang mampu membuat anggaran yang efektif, mahasiswa juga dapat terjerumus dalam pengeluaran yang tidak terencana, serta membuat keputusan investasi yang kurang tepat. Kurangnya pemahaman keuangan juga dapat mengakibatkan stres keuangan, dan kesulitan dalam mencapai tujuan keuangan jangka panjang. Gaya hidup menggambarkan karakteristik seseorang dalam interaksinya dengan lingkungan sekitar (Sari dkk, 2021).

Gaya hidup mahasiswa memiliki peran penting dalam memberikan kontribusi perilaku keuangan, sebab dengan adanya gaya hidup yang baik pada diri seseorang, maka akan menggunakan seluruh uangnya sesuai dengan kebutuhan yang dimiliki. Sehingga mahasiswa akan terhindar dari perilaku konsumtif secara berlebihan akibat gaya hidup yang boros yang hanya mementingkan kesenangan semata dan tidak memikirkan kebutuhan yang wajib dipenuhi. Dengan demikian apabila seseorang memberikan suatu persepsi yang positif atas sikapnya tersebut, maka semakin baik juga seseorang dalam berperilaku, sebaliknya apabila seseorang memberikan suatu persepsi negatif atas sikapnya tersebut, maka semakin buruk pula seseorang dalam berperilaku.

Mahasiswa rentan berperilaku konsumtif karena usia mereka memasuki fase remaja akhir dengan rentang usia 18– 21 tahun. Menurut Mangkunegara

(Anggraini&santhoso, 2023) remaja memiliki karakteristik yang mudah terbujukrayuan, labil, impulsif dalam berbelanja, kurang realistis dalam berpikir serta cenderung berperilaku boros. Pada usia tersebut mahasiswa membutuhkan pengakuan dari lingkungansosialnya, mencari jati diri, serta memiliki emosi yang labil,sehingga mereka memiliki pengendalian diri yang lemah dan menyebabkan pengambilan keputusan dilakukan oleh emosisesaat, termasuk keputusan dalam membeli sesuatu. Pada saat ini menjaga penampilan merupakan hal yang sangat penting dilakukan oleh Remaja, mereka akan melakukan segala cara guna memiliki tampilan yang menarik,sehingga menyebabkan tingkat konsumtif dikalangan mahasiswa meningkat. Sebagian besarmahasiswa berbelanja bukan karena kebutuhan semata,namun guna mendapatkan kesenangan serta memenuhi gaya hidup dan cenderung ke arah yang berlebihan Perlunya self control yang baik pada mahasiswa rantau juga dikarenakan mereka memiliki permasalahan dalam mengelola keuangannya dibandingkan dengan mahasiswanon-rantau.

Pada era modern ini dunia sedang menikmati fenomena perkembangan teknologi yang semakin pesat, fenomena ini disebut dengan revolusi industri 4.0. Seiring dengan perkembangan teknologi dalam hal transaksi jual beli dan pembayaran menjadi salah satu kebiasaan dan gaya hidup pada masyarakat era modern. Dalam memenuhi kebutuhan, agar sumber daya yang ada dapat digunakan secara efisien, maka dalam melakukan kegiatan konsumsi seseorang juga perlu membuat pilihan dan pertimbangan supaya tercapainya kesejahteraan.

Namun dari kemudahan yang ditawarkan, revolusi industri 4.0 juga membawa dampak negatif yang mana akan merubah gaya hidup masyarakat, khususnya pada kebiasaan membelanjakan uang yang dimiliki. Fenomena tersebut menyebabkan sering terjadi kurangnya eksistensi pada masyarakat, khususnya pada kalangan remaja yang akan melakukan berbagai cara untuk mengikuti budaya lingkungannya Mengawangi (2022) mengungkapkan bahwa “kecerdasan emosional dapat mengatur dan mengontrol emosi yang ada pada diri seseorang yang bertujuan untuk mengontrol perilaku yang dimiliki”. Dari hal tersebut bahwa perilaku konsumsi merupakan perilaku manusia yang dapat dikontrol atau dikendalikan dengan kecerdasan emosional yang dimiliki.

Literasi keuangan berpengaruh terhadap rasionalitas konsumsi seseorang, yaitu ketika literasi keuangan menurun maka akan terjadi perilaku konsumtif begitu pula sebaliknya, jika literasi keuangan baik maka cenderung terhindar dari perilaku konsumtif Putri & Lestari, (2021: 1). Sheila, dkk (2024) mengungkapkan bahwa “dalam pemilihan atau pembelian suatu produk seseorang harus lebih mempertimbangkan aspek rasional dari pada aspek efisiensi. Manusia yang rasional akan bertindak sesuai dengan keputusan sehingga dalam pemilihannya pun juga akan lebih selektif, rasionalitas juga cenderung akan berpengaruh pada menurunnya tingkat konsumsi”.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) hedonisme merupakan pandangan yang menganggap kesenangan dan kenikmatan materi sebagai tujuan utama dalam hidup, orang-orang yang memiliki pandangan ini menganggap bahwa tujuan untuk hidup adalah bersenang-senang (KBBI). Paham hedonisme mengajarkan bahwa hidup merupakan meraih suatu kebahagiaan atau kesenangan sebanyak-banyaknya. Gaya hidup hedonisme cenderung menyerang remaja, karena pada masa remaja individu sedang mencari jati dirinya (sari, 2023). Tentu ada hal-hal yang memotivasi atau mendorong para remaja dalam berperilaku seperti mengikuti gaya hidup hedonisme untuk mencapai keinginan yang berhubungan dengan kesenangan, kebebasan, dan kenikmatan hidup). Motivasi untuk terus memenuhi kebutuhan akan gaya hidup hedonisme membuat remaja merasa terancam karena kebutuhan akan gaya hidup hedonisme yang bersifat dinamis yaitu selalu mengikuti perkembangan zaman.

Dalam konteks ini, literasi keuangan menjadi faktor penting dalam membentuk gaya hidup seseorang. Menurut (Isnawati, 2021), literasi ekonomi, yang mencakup pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola keuangan pribadi, memiliki pengaruh signifikan terhadap gaya hidup individu. Semakin tinggi tingkat literasi ekonomi seseorang, maka semakin cermat mereka dalam mengelola keuangan dan semakin rendah kecenderungannya untuk menerapkan gaya hidup

Gaya hidup hedonis marak dikalangan Remaja, mereka menganggap bahwa gaya hidup hedonis wajar dikalangan teman sebayanya. Sedangkan kenyataannya mayoritas dari Remaja secara finansial belum mandiri dengan masih meminta uang

saku dari orang tua. Tidak akan menjadi masalah jika orangtua mereka mampu mencukupi kebutuhannya tersebut akan tetapi jika pada kenyataannya justru sebaliknya (Setyawati, 2023). Perkembangan hedonistic lifestyle dapat merugikan mahasiswa dalam perkuliahan jika sampai pada tahap berat, yaitu enggan mengunjungi perpustakaan, sering menitip absen kepada teman dan memilih menghabiskan waktu untuk bersenang-senang bersama teman. Perilaku yang muncul ini menjadi suatu aktivitas yang dipilih mahasiswa guna mendapatkan kesenangan semata.

Topik penelitian ini berfokus pada bagaimana penggunaan media sosial dan kecenderungan perilaku hedonisme memengaruhi pola pengelolaan keuangan remaja berdasarkan status tempat tinggal mereka, tepatnya yang tinggal di kos. Keterampilan dalam pengelolaan keuangan menjadi hal yang sangat krusial bagi Remaja, khususnya bagi mereka yang hidup di kos (Rahmawati, 2021; Dewi & Hasan, 2023; Hasanudin, 2023).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah media sosial berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan pada individu yang tinggal di kos baik yang bekerja maupun yang belum bekerja?
2. Apakah perilaku hedonisme berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan pada individu yang tinggal di kos baik yang bekerja maupun yang belum bekerja?
3. Apakah kecerdasan emosional berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan pada individu yang tinggal di kos baik yang bekerja maupun yang belum bekerja?
4. Apakah media sosial, perilaku hedonisme, dan kecerdasan emosional secara simultan berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan pada individu yang tinggal di kos baik yang bekerja maupun yang belum bekerja?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian yang dilakukan oleh penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh media sosial terhadap pengelolaan keuangan pada individu yang tinggal di kos baik yang bekerja maupun yang belum bekerja.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh perilaku hedonisme terhadap pengelolaan keuangan pada individu yang tinggal di kos baik yang bekerja maupun yang belum bekerja.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kecerdasan emosional terhadap pengelolaan keuangan pada individu yang tinggal di kos baik yang bekerja maupun yang belum bekerja.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh media sosial, perilaku hedonisme, dan kecerdasan emosional secara simultan terhadap pengelolaan keuangan pada individu yang tinggal di kos baik yang bekerja maupun yang belum bekerja.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak penelitian capai, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk Pengaruh Media Sosial, Perilaku Hedonisme dan Kecerdasan Emosional terhadap Pengelolaan Keuangan yang Tinggal di Kos baik secara teoretis maupun praktis, sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian ilmiah di bidang manajemen keuangan pribadi, khususnya yang berkaitan dengan pengaruh media sosial, perilaku hedonisme, dan kecerdasan emosional terhadap pengelolaan keuangan individu. Hasil penelitian juga diharapkan dapat menjadi referensi tambahan bagi penelitian-penelitian selanjutnya dengan variabel serupa maupun dengan objek penelitian yang berbeda.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Individu yang Tinggal di Kos: penelitian ini dapat memberikan pemahaman tentang pentingnya mengelola keuangan secara bijak di tengah pengaruh media sosial dan gaya hidup modern, serta perlunya mengembangkan

kecerdasan emosional untuk mendukung pengambilan keputusan finansial yang tepat.

- b. Bagi Akademisi dan Peneliti: hasil penelitian ini dapat menjadi sumber rujukan dan bahan perbandingan bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi perilaku dan pengelolaan keuangan.
- c. Bagi Pihak Lain yang Berkepentingan: misalnya lembaga pendidikan, penelitian ini dapat menjadi masukan untuk merancang program literasi keuangan maupun pelatihan pengendalian diri agar mahasiswa maupun pekerja kos lebih mampu mengatur keuangan secara sehat dan berkelanjutan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi khususnya pada mahasiswa Program Studi Akuntansi Keuangan Publik ataupun mahasiswa lainnya dalam melakukan penelitian.

1.5 Batasan Penelitian

Penelitian ini dibatasi pada pengaruh media sosial, perilaku hedonisme, dan kecerdasan emosional terhadap pengelolaan keuangan pada dua kelompok subjek, yaitu mahasiswa dan remaja non-mahasiswa yang tinggal di kos di Kecamatan Bengkalis. Fokus penelitian adalah pada bagaimana ketiga variabel tersebut berkontribusi terhadap cara mereka mengelola uang saku atau pendapatan untuk kebutuhan harian, serta sejauh mana perbedaan karakteristik antara mahasiswa dan remaja lainnya memengaruhi perilaku keuangan mereka. Media sosial yang dikaji dibatasi pada platform populer seperti *Instagram*, *TikTok*, dan *YouTube*.