

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi dan media informasi telah memungkinkan terjadinya penyebaran dan pertukaran budaya dari berbagai negara, termasuk Korea. Salah satu contohnya adalah fenomena *K-Wave*, yaitu penyebaran budaya populer Korea yang telah mendunia di terima secara global (Supriyatman & Nugroho, 2019). *Korean Wave* atau *Hallyua* adalah gelombang budaya populer dari Korea Selatan yang telah menyebar luas di berbagai negara, terutama dikawasan Asia (Lestari, 2019). Budaya yang di bawa dari *Hallyu* ini antara lain film, drama makanan, fashion dan musik (Putra & Jusnita, 2018). Berdasarkan laporan dari (KOREA.net, 2024) jumlah penggemar budaya Korea di seluruh dunia mengalami peningkatan sebesar 25,8% sejak tahun 2022, dari 46 juta menjadi 225 juta penggemar.

IDN Times (2021), menyebutkan gelombang K-Pop sebenarnya mulai mewabah secara signifikan di Indonesia sekitar tahun 2009-2010. K-Pop telah menjadi fenomena besar di Indonesia, mempengaruhi banyak aspek kehidupan generasi muda (Sakinah et al., 2022). Di Indonesia komunitas penggemar K-pop memainkan peran besar dalam menyebarkan budaya ini, mereka tidak hanya memproduksi produk K-pop, tetapi juga aktif mendukung idol mereka dengan berbagai cara, termasuk membeli album, *merchandise*, tiket konser dan berpartisipasi dalam acara komunitas (Indah Apriliani et al., 2021).

K-Pop merupakan bagian dari budaya populer yang memiliki daya tarik kuat melalui tren yang selalu diperbarui dan tingkat kesukaan penggemar yang tinggi. K-Pop berkembang dengan landasan eksploitasi hiburan dan selera pasar untuk menciptakan kesenangan yang sesuai dengan keinginan *audiens* (Ramadhani, 2023). Industri K-Pop kini berorientasi pada keuntungan ekonomi maksimal, seperti yang dikemukakan Anggit (2019), dengan menghasilkan karya musik yang fokus pada daya jual tinggi. Hal ini terlihat dari perilaku penggemar yang tidak hanya mengonsumsi K-Pop untuk hiburan, tetapi juga sebagai bentuk loyalitas dan eksistensi terhadap idol mereka. Survei yang dirilis CNBC Indonesia (Salsabila, 2020) mengungkapkan bahwa beberapa komunitas K-pop di Indonesia mengalokasikan pengeluaran besar untuk mendukung idol mereka. Penjelasan lebih lanjut terkait survei tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1.1
Rata-rata Pengeluaran Komunitas Penggemar K-Pop di Indonesia

No	Fandom	Tiket konser	Souvenir/Merchandise	Album
1	ARMY	Rp 7.800.000	Rp 10.200.000	Rp 4.800.000
2	NCTZEN	Rp 2.500.000	Rp 6.400.000	Rp 3.100.000
3	BLINK	Rp 5.000.000	Rp 8.900.000	Rp 3.000.000

Sumber : databoks CNBC Indonesia (2022)

Penggemar K-pop juga melakukan perilaku menabung, mereka tidak selalu meminta orang tua untuk membeli produk K-pop. Penggemar K-pop juga memiliki pos tabungan sendiri untuk membeli album K-pop (Triadanti et al., 2019). Penggemar K-pop melakukan *challenge* untuk menabung terkait atas kepentingan dalam membeli album, *merchandise*, dan tiket konser dari artis industri K-pop (Karina, 2021). Tantangan menabung ini biasanya dilakukan selama periode tertentu ketika para idol (*role mode*) industri K-pop melakukan

aktifitas yang dapat mempunyai perilaku konsumsi penggemar K-pop (Widya, 2021).

Minat tinggi penggemar K-Pop sering terlihat dari pengeluaran mereka untuk membeli merchandise, album, tiket konser, dan produk lain yang terkait dengan idola mereka. Pembelian ini tidak hanya menjadi bentuk dukungan emosional terhadap grup favorit, tetapi juga memiliki pola pengelolaan keuangan penggemar, terutama di kalangan komunitas K-pop. Industri hiburan Korea secara aktif mendorong konsumsi ini melalui desain *merchandise* resmi yang menarik, yang menjadi daya tarik utama untuk penggemar. Dari perspektif literasi keuangan, pengeluaran semacam ini dapat menjadi tantangan bagi individu, terutama mereka yang memiliki sumber pendanaan terbatas, dalam mengatur anggaran secara bijak dan memastikan keseimbangan antara kebutuhan dan keinginan (Andina, 2019).

Perilaku keuangan menjadi hal yang penting bagi mahasiswa penggemar K-Pop, terutama dalam mengelola pengeluaran sehari-hari. Seringkali, penghasilan yang mereka miliki perlu dibagi antara kebutuhan dasar dan pengeluaran untuk hobi seperti membeli album, *merchandise*, atau mengikuti konser. Tantangan ini menjadi lebih berat jika mereka berada di daerah dengan biaya hidup tinggi, sehingga membutuhkan pengelolaan uang yang lebih cermat agar hobi tetap bisa dinikmati tanpa mengorbankan kebutuhan lainnya. Pengelolaan keuangan penting untuk menjaga keseimbangan antara pendapatan dan pengeluaran. Keseimbangan ini membantu individu memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan lebih baik. Perilaku keuangan mendorong pengeluaran yang

benar-benar diperlukan dan menghindari pemborosan, salah satunya melalui pencatatan keuangan agar sumber dan penggunaan uang lebih terkontrol (Ahmad & Yusuf, 2021).

Siti Norhayati dan Mashita Abdul Rahim (2011), menjelaskan perilaku keuangan mencakup perasaan, pandangan, dan tindakan individu terhadap keuangan, yang menunjukkan kebijakan dan rencana pribadi mereka. Sikap keuangan berperan penting dalam pengelolaan keuangan, di mana individu dengan gaya hidup konsumtif cenderung memiliki pengeluaran yang melebihi pendapatan. Perilaku keuangan adalah kemampuan seseorang dalam mengelola (merencanakan, menganggarkan, memantau, mengendalikan, mengelola, mencari dan menyimpan) sumber daya keuangan sehari-hari. Dalam praktiknya, pengelolaan perilaku keuangan dibagi menjadi tiga bidang utama: konsumsi, tabungan, dan investasi. Perilaku keuangan mengacu pada bagaimana seseorang menangani, mengelola dan menggunakan sumber daya keuangan yang dimilikinya (Kholilah dan Iramani, 2013).

Penggemar K-Pop adalah kelompok yang rentan mengalami tantangan dalam mengatur keuangan mereka sendiri. Mereka dihadapkan pada berbagai faktor seperti pengeluaran tak terduga, dan kurangnya pemahaman tentang literasi keuangan. Kombinasi dari faktor-faktor ini dapat berdampak pada cara mahasiswa mengambil keputusan keuangan mereka, dan penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan hubungan yang mungkin ada antara literasi keuangan, *locus of control*, dan perilaku keuangan penggemar K-Pop di Padang. Berdasarkan hasil pra penelitian terhadap 30 penggemar K-Pop yang merupakan subjek pada

penelitian ini. 30 mahasiswa tersebut berasal dari beberapa Universitas. Untuk lebih jelasnya berikut interpretasi data pra penelitian perilaku keuangan penggemar K-Pop di Kota Padang:

Table 1.2 Hasil pra penelitian Perilaku Keuangan di Indonesia

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya membeli barang K-Pop sesuai dengan anggaran yang telah saya buat sebelumnya		10,7%	25%	53,6%	10,7%
2.	Saya selalu tepat waktu dalam membayar tagihan yang terkait dengan pengeluaran K-Pop		3,6%	14,3%	25%	57,1%
3.	Saya mengatur pengeluaran saya terhadap pembelian barang K-Pop agar tidak lebih besar dari pemasukan saya.			7,1%	46,4%	46,4%
4.	Saya menyisihkan sebagian uang yang dimiliki untuk keperluan K-Pop	7,1%	10,7%	25%	35,7%	21,4%
5.	Saya menyediakan dana untuk pengeluaran tak terduga terkait K-Pop (rilis merchandise mendadak/konser tambahan)		3,6%	21,4%	46,4%	28,6%
6.	Saya memikirkan dan merencanakan investasi pada saham hiburan dimasa depan	3,6%	17,9%	21,4%	42,9%	14,3%
7.	Saya merasa menggunakan kartu kredit dalam pembelian barang K-Pop mempermudah saya		10,7%	25%	42,9%	21,4%
8.	Saya merasa memiliki kontrol atas bagaimana saya dapat mendukung grup K-Pop favorit			14,3%	42,9%	42,9%
9.	Saya selalu memiliki cara mendukung grup K-Pop favorit saya	46,4%	21,4%	10,7%	17,9%	3,6%
	Rata-rata	19,3%	11,22%	18,22%	39,3%	27,37%

Berdasarkan tabel 1.1 di atas, survei perilaku keuangan penggemar K-Pop setuju dengan perilaku keuangan secara umum sebesar (39,3%) dan sangat setuju (27,37%) hal ini menunjukkan bahwa perilaku penggemar K-Pop mengutamakan pembelian dengan pembayaran tepat waktu dan mengatur pengeluaran terhadap pembelian barang K-Pop, memiliki kontrol bagaimana dalam menyukai K-Pop,

serta selalu menyediakan dana darurat untuk pengeluaran tak terduga. Namun pada beberapa mahasiswa masih terdapat kendala dalam Pengelolaan keuangan, hal ini diperlihatkan melalui Pra Survei di atas, masih sulit bagi mahasiswa dalam membedakan keinginan dan kebutuhan.

Kholilah dan Iramani (2013), menyatakan bahwa perilaku keuangan adalah kemampuan seseorang dalam mengelola (merencanakan, menganggarkan, memantau, mengendalikan, mengelola, mencari dan menyimpan) sumber daya keuangan sehari-hari. Dalam praktiknya, pengelolaan perilaku keuangan dibagi menjadi tiga bidang utama: konsumsi, tabungan, dan investasi. Perilaku keuangan mengacu pada bagaimana seseorang menangani, mengelola dan menggunakan sumber daya keuangan yang dimilikinya.

Literasi keuangan mencakup pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang memengaruhi sikap dan perilaku individu dalam mengelola keuangan untuk mencapai kesejahteraan (OJK, 2017). Bagi komunitas penggemar K-Pop, literasi keuangan membantu mereka menikmati hidup dengan bijak menggunakan sumber daya keuangannya, termasuk untuk mendukung hobi seperti membeli album atau merchandise, tanpa mengabaikan tujuan keuangan utama. (Lusardi & Mitchell, 2014) mengatakan literasi keuangan juga penting dalam pengambilan keputusan sehari-hari, seperti menabung dan berinvestasi. Namun, kurangnya pengelolaan yang baik dapat menyebabkan dana yang dimiliki cepat habis karena lebih sering digunakan untuk membeli barang yang diinginkan, seperti merchandise K-Pop, daripada kebutuhan utama (Atkinson & Messy, 2012).

Literasi keuangan menjadi kemampuan penting dalam mengelola keuangan pribadi, termasuk menentukan prioritas pengeluaran. Ini mencerminkan pentingnya edukasi keuangan bagi masyarakat, terutama penggemar K-pop yang lebih rentan terhadap pengelolaan keuangan yang kurang baik karena keterbatasan sumber daya. Ketidakmampuan mengelola keuangan dengan baik berisiko memperburuk kondisi keuangan pribadi mereka. Terkait dengan fenomena gaya hidup konsumtif yang sering ditemukan pada penggemar K-Pop, Setyowati & Susanti (2020) menunjukkan bagaimana dorongan emosional, seperti pengeluaran untuk *merchandise* atau tiket konser, dapat menyebabkan keputusan keuangan yang tidak rasional, terutama pada individu dengan literasi keuangan yang tidak memadai.

Literasi keuangan menjadi hal yang sangat penting bagi penggemar K-pop sebagai kelompok usia produktif, karena kemampuan ini memungkinkan mereka untuk memahami, mengelola, dan mengambil keputusan keuangan yang bijak, termasuk dalam hal pengeluaran untuk barang-barang seperti *merchandise* K-pop. Pengetahuan ini dapat membantu penggemar K-pop menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan, yang tidak terencana, serta mengelola keuangan mereka dengan lebih baik. Dengan literasi keuangan yang baik, mahasiswa dapat mengelola keuangan mereka tanpa terjebak dalam pengambilan utang yang bisa berdampak negatif pada stabilitas keuangan jangka panjang mereka (Lusardi & Mitchell, 2014 ; Maharani & Johan, 2023).

Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa penggemar K-Pop juga tetap memikirkan perencanaan keuangan mereka untuk masa depan. Namun, sebagian

dari mereka mungkin belum sepenuhnya memahami cara mengelola keuangan dengan baik, seperti mencatat pengeluaran harian, menyiapkan dana darurat, mengelola masalah keuangan yang dihadapi, atau memprioritaskan kebutuhan dibandingkan keinginan. Oleh karena itu, diperlukan aspek psikologis yang mampu membantu mengontrol perilaku keuangan dari dalam diri, yang dalam hal ini adalah *locus of control*.

(Asandimitra, 2018), mengemukakan *locus of control* merupakan keyakinan, harapan, dan sikap seseorang terhadap hubungan antara perilaku mereka dan konsekuensinya. Ini mencerminkan cara seseorang memahami dan mengelola kejadian dalam hidupnya, termasuk kemampuan untuk mengontrol tindakan yang berdampak pada dirinya sendiri. Ketika seseorang mampu mengendalikan penggunaan keuangannya dengan berfokus pada kebutuhan daripada keinginan, kemampuan manajemen keuangan mereka cenderung menjadi lebih baik.

Pada komunitas penggemar K-Pop, hal ini menjadi tantangan karena banyak yang tidak mampu mengontrol keinginan saat membeli barang-barang yang tidak diperlukan, seperti merchandise yang hanya menarik secara visual. Perilaku ini sering kali menyebabkan alokasi dana yang tidak efektif, sehingga memengaruhi kecukupan dana untuk memenuhi kebutuhan penting di masa mendatang. *Locus of control* yang baik diperlukan agar mahasiswa penggemar K-Pop dapat lebih bijak dalam mengambil keputusan keuangan mereka. Kebiasaan-kebiasaan tersebut menunjukkan bahwa banyak mahasiswa penggemar K-Pop belum memiliki pengetahuan yang cukup tentang literasi keuangan maupun

pengelolaan keuangan yang baik. Hal ini terlihat dari perilaku mereka dalam mengelola keuangan sehari-hari yang masih kurang optimal, menunjukkan tingkat literasi keuangan yang rendah. Selain itu, kemampuan untuk mengendalikan diri dalam menggunakan uang sesuai kebutuhan juga belum diterapkan dengan baik, yang mencerminkan *locus of control* mereka masih rendah (Perry & Morris, 2005). Keadaan ini dapat berdampak pada kesulitan penggemar K-pop dalam mengatur keuangan untuk kebutuhan di masa mendatang.

Kota Padang sendiri merupakan salah satu kota di Indonesia yang memiliki jumlah penggemar K-Pop cukup banyak dan bervariasi. Berdasarkan data yang diperoleh dari akun instagram @nctzen_padang, tercatat bahwa jumlah penggemar K-Pop per Januari 2025 mencapai 2.382 orang. Akun Instagram ini merupakan salah satu media yang mengakomodasi dan berperan besar dalam mengenalkan serta mendukung penyebaran K-Pop di Kota Padang. Adapun cara yang mereka lakukan yaitu dengan membentuk sejumlah komunitas K-Pop yang belum ada di Kota Padang dengan membuat komunitas K-Pop yang bernama Nctzen Padang, yang dibuat pada tahun 2018. Hasil wawancara terhadap salah satu responden yang membuat grup ini mengungkapkan bahwa grup dibuat pada awalnya dikarenakan minat terhadap idol K-Pop sangat tinggi di Kota Padang.

Adapun hasil wawancara awal yang dilakukan penulis dari beberapa Responden penggemar K-pop mengungkapkan bahwa mereka untuk membeli barang-barang K-pop seringkali di dorong oleh rasa emosional dan tekanan sosial dari komunitas penggemar. Jawaban wawancara dari salah satu Responden seperti keunikan *merchandise* secara visual mendorong untuk melakukan pembelian produk industry K-pop. Namun, sebelum melakukan pembelian, perlu

mempertimbangkan beberapa aspek, seperti manfaat barang tersebut, potensi penyesalan setelah pembelian, serta kondisi keuangan setelahnya. Jika semua pertimbangan menunjukkan hasil yang positif, maka keputusan untuk membeli dapat dilakukan. Kebiasaan-kebiasaan tersebut secara umum memperlihatkan bahwa Penggemar K-pop belum memiliki pengetahuan tentang literasi keuangan atau pengelolaan keuangan yang baik sehingga perilaku mahasiswa terhadap pengelolaan keuangan yang diterapkan dalam kehidupan sehari-hari belum bisa dilakukan secara baik yang menunjukkan masih rendah. Kemudian masih ada beberapa mahasiswa.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, menjadi menarik untuk mengetahui bagaimana perilaku keuangan mahasiswa penggemar kpop yang ada di kota Padang dengan judul penelitian “Literasi Keuangan dan *Locus of control* Terhadap Perilaku Keuangan Pada komunitas Penggemar K-pop di Kota Padang”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh antara tingkat literasi keuangan dan *Locus of control* mahasiswa terhadap perilaku keuangan yang mereka lakukan, khususnya dalam konteks pengeluaran terkait budaya K-pop. Dengan fokus pada komunitas penggemar K-pop di Kota Padang, studi ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih spesifik tentang bagaimana literasi keuangan dan *locus of control* berperan dalam membantu perilaku keuangan individual penggemar K-pop.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di uraikan, maka dapat diidentifikasi masalah yang ada sebagai berikut:

1. Bagaimana Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Keuangan

- komunitas penggemar K-pop di Kota Padang?
2. Bagaimana Pengaruh *Locus of control* terhadap Perilaku Keuangan komunitas penggemar K-pop di Kota Padang?
 3. Bagaimana pengaruh Literasi Keuangan dan *Locus of control* berpengaruh simultan terhadap Perilaku Keuangan komunitas penggemar K-Pop di Kota Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dibuat maka tujuan yang akan dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Keuangan komunitas penggemar K-pop di Kota Padang.
2. Untuk mengetahui Pengaruh *Locus of control* terhadap perilaku Keuangan komunitas penggemar K-pop di Kota Padang.
3. Untuk mengetahui Pengaruh Literasi Keuangan dan *Locus of control* secara simultan terhadap perilaku Keuangan komunitas penggemar K-pop di Kota Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang terdapat diambil dalam penelitian ini adalah berikut:

1. Manfaat Secara Praktis

Hasil dari penelitian ini dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya dan menjawab apa saja yang mempengaruhi perilaku keuangan pada

komunitas penggemar K-Pop di Kota Padang, sehingga dapat memberikan manfaat dalam mempengaruhi perilaku keuangan yang baik dimasa depan.

2. Manfaat Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan ide untuk pengembangan keilmuan mengenai perilaku keuangan yang dipengaruhi faktor pendukung seperti literasi keuangan dan *locus of control*. Penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya yang mengkaji literasi keuangan dan *locus of control* terhadap perilaku keuangan individu.

1.5 Batasan Penelitian

Batasan penelitian ini hanya difokuskan pada variable literasi keuangan dan *locus of control* terhadap perilaku keuangan.