

BAB I

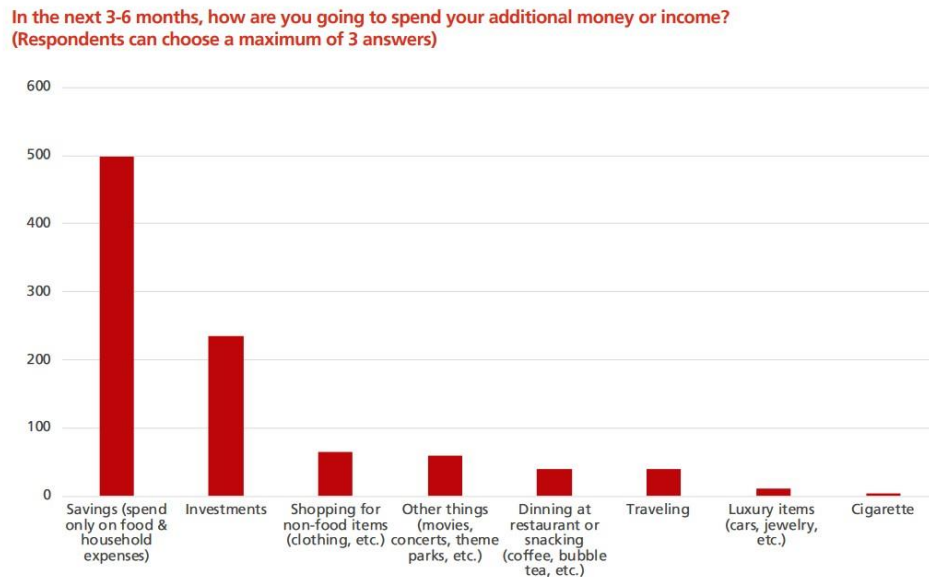
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Mengelola keuangan merupakan tanggung jawab yang harus dilakukan oleh masing-masing individu karena hal ini berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan hidup sehari-hari. Mengelola keuangan juga dapat membantu individu untuk merencanakan masa depan yang lebih baik dan terarah. Falahati & Paim dalam Afandy & Niangsih (2020) menyebutkan apabila seseorang memiliki pengelolaan keuangan yang baik maka ia dapat terhindar dari perilaku untuk memenuhi keinginan yang tidak terbatas. Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk mengelola keuangan adalah dengan membiasakan diri pada perilaku menabung. Perilaku menabung atau *saving behavior* adalah perilaku seseorang untuk memisahkan sebagian dari penghasilannya untuk ditabung (Triardiyani & Dewi, 2014). Menabung juga memiliki arti mengorbankan sebagian konsumsi saat ini guna meningkatkan standar hidup di masa mendatang (Ismail *et al.*, 2020).

Pada masa pandemi covid-19 masyarakat Indonesia menunjukkan peningkatan dalam hal menabung. Hal ini khususnya bagi masyarakat kalangan menengah atas, dimana mereka lebih berhati-hati dan lebih memilih untuk menabung uangnya di bank (CNBC Indonesia, 2020). Menurut Andry Asmoro selaku Kepala Ekonom Bank Mandiri, seharusnya masyarakat kalangan menengah atas dapat membantu menggerakkan perekonomian di masa pandemi ini dengan belanja, namun mereka terkendala masalah kepercayaan sehingga cenderung memutuskan tidak bepergian dan lebih memilih menyimpan uangnya di bank (CNBC Indonesia, 2020). Perry Warjiyo selaku Gubernur Bank Indonesia juga menyebutkan masyarakat saat ini tengah gemar menabung lantaran aktivitas perekonomian yang masih lambat (Inews.id, 2020). Hal ini sejalan dengan hasil survei yang dilakukan oleh DBS Group Research dalam DBS Asian Insights (2020) terhadap 545 responden di Jakarta dan di pulau Sumatra, Sulawesi, dan Kalimantan mengenai bagaimana responden akan membelanjakan

uangnya dalam 3-6 bulan kedepan selama masa pandemi covid-19, hasil survei dapat dilihat dalam Gambar 1.1.



Gambar 1. 1 Hasil Survei DBS Group Research

Sumber: DBS Asian Insights (2020)

Gambar 1.1 diatas menunjukkan hasil bahwa mayoritas responden memilih untuk menabung dan menginvestasikan uangnya daripada membelanjakan uangnya selama masa pandemic covid-19. Adapun belanja yang dikeluarkan responden hanya sebatas kebutuhan pokok saja seperti makanan dan kebutuhan rumah tangga. Disamping itu hasil survei yang dilakukan oleh YouGov (2021) terhadap 2.210 responden di Indonesia mengenai prioritas keuangan di masa pandemi juga menunjukkan hasil yang sama, hasil survei dapat dilihat dalam Gambar 1.2.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Menabung untuk masa depan menjadi prioritas utama di antara orang-orang Indonesia tahun ini

Manakah, jika ada, dari berikut ini yang menurut Anda merupakan TIGA TERATAS prioritas keuangan-Anda untuk 12 bulan ke depan? Pilih hingga 3 jawaban. %

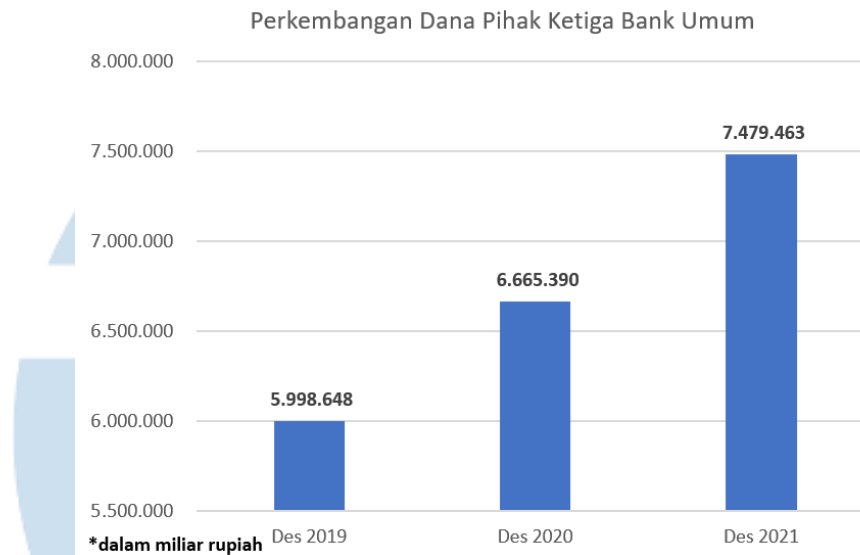


Gambar 1. 2 Hasil Survei YouGov

Sumber: YouGov.com (2021)

Gambar 1.2 menunjukkan hasil bahwa sebanyak 54% responden akan memprioritaskan keuangannya pada menabung untuk kesulitan yang tidak terduga selama 12 bulan ke depan, diikuti sebanyak 38% responden memastikan dirinya dapat memenuhi komitmen keuangan rutinnnya, dan 37% responden memprioritaskan untuk menghasilkan uang dari investasi. Dari hasil survei diatas juga dapat dilihat bahwa mayoritas responden berniat untuk mengurangi pengeluaran yang kurang penting dan mengutamakan menabung agar siap menghadapi situasi darurat.

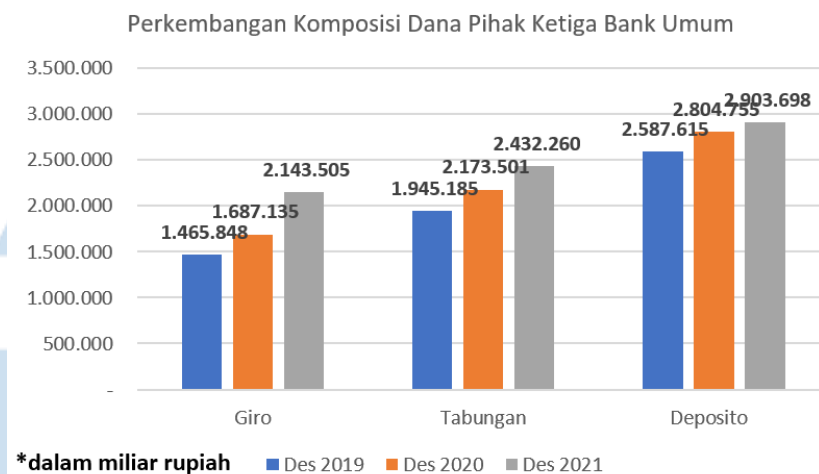
Meningkatnya minat masyarakat dalam menabung juga dapat dilihat dari meningkatnya jumlah Dana Pihak Ketiga (DPK) atau disebut juga dengan simpanan. Dana Pihak Ketiga merupakan dana yang dihimpun oleh bank dan berasal dari masyarakat luas, dimana dana ini terdiri dari tabungan, tabungan deposito, dan giro (Kasmir, 2014). Berdasarkan data Statistik Perbankan Indonesia dalam Ojk.go.id (2021) mengenai total dana pihak ketiga pada Bank Umum, diperlihatkan bahwa jumlah dana pihak ketiga mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Peningkatan tersebut dapat dilihat dalam Gambar 1.3.



Gambar 1.3 Perkembangan Dana Pihak Ketiga Bank Umum
Sumber: Ojk.go.id, 2021 (data diolah)

Gambar 1.3 memperlihatkan bahwa pada akhir Desember 2019 dimana pada tahun tersebut virus covid-19 belum melanda Indonesia, posisi dana pihak ketiga bank umum berada pada angka Rp 5.998 triliun. Setahun setelahnya yakni pada akhir Desember 2020 jumlah dana pihak ketiga mengalami peningkatan menjadi Rp 6.665 triliun atau tumbuh 11,1% (yoy). Peningkatan ini terus berlanjut hingga pada akhir Desember 2021 jumlah dana pihak ketiga berada pada angka Rp 7.479 triliun atau tumbuh 12,2% (yoy). Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa dari tahun 2019 hingga tahun 2021 jumlah dana pihak ketiga telah bertumbuh sebesar 24,7%. Berdasarkan data statistik perbankan Indonesia dalam Ojk.go.id (2021) untuk komposisi dana pihak ketiga bank umum, komposisi terbesar masih diraih oleh tabungan berjangka (deposito), diikuti dengan tabungan dan komposisi paling kecil yakni giro. Pertumbuhan komposisi dana pihak ketiga bank umum dapat dilihat dalam Gambar 1.4.

UNIVERSITAS
 MULTIMEDIA
 NUSANTARA



Gambar 1. 4 Perkembangan Komposisi Dana Pihak Ketiga Bank Umum

Sumber: Ojk.go.id, 2021 (data diolah)

Pada Gambar 1.4 posisi tabungan berjangka pada Des 2021 berada pada Rp 2.903 triliun atau proporsinya terhadap DPK yaitu 38,82%, posisi tabungan berjangka pada Des 2021 mengalami pertumbuhan sebesar 3.53% jika dibandingkan pada periode yang sama di tahun lalu (yoy). Untuk tabungan, pada Des 2021 posisi tabungan berada pada Rp 2.432 triliun atau proporsinya terhadap DPK yaitu 32,52%, posisi tabungan pada Des 2021 juga terlihat mengalami pertumbuhan sebesar 11,90% (yoy). Kemudian untuk Giro pada Des 2021 posisinya berada pada Rp 2.143 triliun dengan proporsinya terhadap DPK yaitu 28,66%, jika posisi giro pada Des 2021 dibandingkan dengan Des 2020, artinya giro mengalami pertumbuhan sebesar 27,05% (yoy). Sepanjang tahun 2021 himpunan dana murah (tabungan & giro) memang mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan, hal itu dikarenakan perbankan fokus untuk meningkatkan rasio dana murah untuk strategi efisiensi biaya dana (Kontan.co.id, 2022).

Selain meningkatnya jumlah Dana Pihak Ketiga, jumlah rekening tabungan nasabah juga terlihat mengalami peningkatan. Berdasarkan data dari Bps.go.id (2022) pada tahun 2021 jumlah rekening tabungan nasabah pada bank umum mengalami peningkatan dan peningkatan terjadi pada seluruh jenis tabungan, seperti yang terlihat dalam Gambar 1.5.

Jumlah Rekening Tabungan Pada Bank Umum



Gambar 1. 5 Jumlah Rekening Tabungan pada Bank Umum

Sumber: Bps.go.id, 2022 (data diolah)

Dalam Gambar 1.5 pada tahun 2021 jumlah rekening untuk jenis tabungan yang penarikannya dapat dilakukan sewaktu-waktu berjumlah 408.355.000 rekening, jumlah ini meningkat sebesar 51.824.000 rekening atau 14,54% dari tahun sebelumnya. Untuk jenis tabungan berjangka pada tahun 2021 berjumlah 2.373.000 rekening, yang mana jumlah tersebut meningkat sebesar 115.000 rekening atau 5,09% dari tahun sebelumnya. Sementara pada tahun 2021 untuk jenis tabungan lainnya berjumlah 9.017.000 rekening dimana jumlah ini mengalami peningkatan sebesar 977.000 rekening atau 12,15% dari tahun sebelumnya. Jika dihitung secara total, maka pada tahun 2021 jumlah rekening nasabah pada seluruh jenis tabungan di bank umum berjumlah 419.745.000 rekening, dimana jumlah ini meningkat sebesar 52.916.000 rekening atau 14,43% dari tahun sebelumnya. Sementara jika dibandingkan dengan tahun 2019 dimana pandemi covid-19 belum masuk ke Indonesia, maka jumlah rekening ini telah tumbuh sebesar 106.616.000 rekening atau meningkat 34,05%.

Menabung merupakan aktivitas yang berperan penting dalam menjaga arus keuangan. Walaupun tren saat ini menunjukkan masyarakat tengah gemar menabung, namun masih terdapat suatu generasi masyarakat yang tingkat menabungnya masih rendah dan cenderung sulit untuk membiasakan diri pada menabung. Generasi yang

dimaksud ialah generasi milenial. Generasi milenial adalah mereka yang lahir antara tahun 1980 – 2000 (Weber *et al.*, 2019). Prita Hapsari Ghozie selaku *financial consultant* dalam Kompas.com (2020) menuturkan beberapa alasan mengapa generasi milenial sulit untuk menabung, alasan yang pertama yakni karena maraknya kehadiran platform belanja *online* sehingga mempermudah milenial untuk berbelanja kapan saja dan dimana saja, mereka kerap kali kalap atau lupa diri ketika berbelanja sehingga aktivitas untuk menabung pun menjadi tidak seimbang. Alasan kedua, milenial memiliki banyak cicilan, yang mana cicilan itu berasal dari hasil berbelanja barang-barang untuk sekedar mengikuti tren dan pamer, padahal keuangan mereka sedang menipis sehingga membuat mereka memaksakan diri membeli dengan cara menyicil. Alasan ketiga, milenial lebih mementingkan bepergian, *traveling*, dan hobi, sehingga uang untuk menabung pun menjadi sedikit. Lebih lanjut, Shierly selaku *independent financial planner* dalam Bisnis.com (2020) juga mengungkapkan bahwa milenial menerapkan prinsip hidup YOLO atau disebut dengan *you only live once*, yang mana dengan prinsip ini membuat mereka lebih mementingkan pengalaman baru yang menyenangkan daripada menabung dan membeli aset.

Generasi milenial baik dalam kelompok milenial awal (usia yang lebih tua), milenial menengah (usia menengah), dan milenial akhir (usia yang lebih muda) banyak yang tidak dapat mempraktikkan perilaku menabung, hal itu dikarenakan adanya pola pikir yang salah mengenai prioritas keuangan. Hal tersebut terlihat dari survey yang dilakukan oleh USA *Today* atau *Bank of America Better Money Habits* dalam Merdeka.com (2020) terhadap 1.001 responden milenial berusia 18-34 tahun, dimana dalam hasil survey milenial lebih memprioritaskan pengalaman instan atau bersenang-senang (menonton drama, bepergian dengan teman) yang mana prioritas tersebut berakibat pada terampasnya anggaran untuk tabungan, maupun cicilan untuk uang muka rumah. Oleh karena milenial lebih memprioritaskan pengalaman instan tersebut, maka dalam survey juga dipaparkan bahwa 52% dari milenial usia 18-25 tahun masih mendapatkan bantuan keuangan dari orang tuanya, sementara 20% dari milenial usia

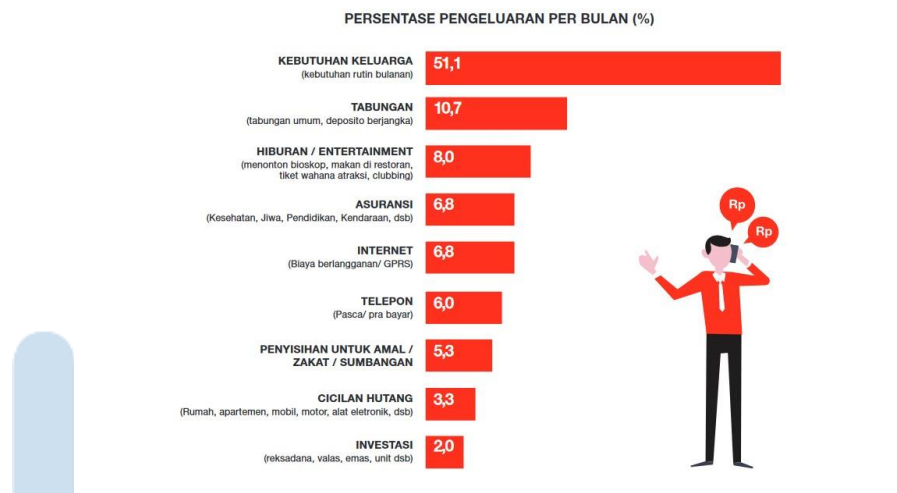
26-34 tahun juga secara teratur masih mendapatkan bantuan keuangan dari orang tuanya karena uang mereka tidak mencukupi.

Penelitian yang dilakukan oleh OCBC NISP bersama dengan Nielsen IQ dalam Cnn Indonesia (2021) terhadap 1.027 responden generasi muda berusia 25-35 tahun di daerah Jabodetabek, Surabaya, dan Medan juga mengungkapkan bahwa ada kekeliruan terhadap kondisi keuangan milenial sesungguhnya. Penelitian ini menunjukkan bahwa nilai *fitness financial index* kalangan muda Indonesia hanya sebesar 37,72 dari 100 yang mana masih terbilang rendah dan membuat kalangan muda ini berada dalam kondisi keuangan yang tidak sehat. Terdapat beberapa temuan menarik yang menyebabkan rendahnya nilai indeks tersebut. Pertama, hanya 16% dari milenial tersebut yang memiliki tabungan atau dana darurat. Kedua, sebanyak 46% milenial tersebut merasa perencanaan keuangan yang dimiliki saat ini akan membawa pada kesuksesan finansialnya di masa mendatang, namun realitanya 84% kalangan muda tersebut tidak pernah mencatat pengeluaran maupun anggarannya, dan 3% dari milenial tersebut tidak memiliki investasi. Disamping itu, penelitian ini juga mengungkapkan milenial memiliki pola pikir yang salah tentang definisi kaya. Mayoritas sebanyak 43% milenial mengatakan kaya apabila memiliki rumah mewah, 29% mengatakan kaya apabila dapat membeli barang mewah, dan 21% mengatakan kaya jika mempunyai mobil mewah dan sebagainya. Akan tetapi pola pikir mengenai definisi kaya jika memiliki tabungan, saham atau investasi sekian juta belum terbenak dalam pikiran milenial. Pola pikir yang keliru inilah yang membawa milenial terjebak dalam masalah keuangan dan mempengaruhi perilaku menabung mereka.

Perilaku menabung memang menjadi sebuah tantangan bagi generasi milenial juga bangsa Indonesia, mengingat kaum milenial inilah yang nantinya akan menjadi roda penggerak perekonomian di Indonesia. Berdasarkan Hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan yang dilakukan OJK pada tahun 2019, tingkat literasi keuangan nasional adalah sebesar 38,03% (Beritasatu.com, 2021). Sementara dalam publikasi Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) 2021-2025, tingkat literasi keuangan generasi milenial yang berumur 18-25 tahun sebesar 44,04%, sedangkan

milenial yang berumur 26-35 tahun memiliki tingkat literasi sebesar 47,98% (Ojk.go.id, 2021). Jika dibandingkan dengan tingkat literasi keuangan nasional, tingkat literasi keuangan generasi milenial sudah cukup baik. Akan tetapi, generasi milenial masih sulit dalam mengelola keuangannya terutama dalam menerapkan perilaku menabung.

Berdasarkan hasil riset IDN Times yang dipublikasikan dalam Indonesia Millennial Report 2019 terhadap 1.400 responden di 12 kota besar Indonesia, kaum milenial cenderung tidak suka menabung, hal itu dilihat dari persentase pengeluaran per bulan yang mana sebagian besar pendapatan mereka habis digunakan untuk belanja kebutuhan bulanan (IDN Times, 2019). Untuk persentase pengeluaran per bulan tersebut dapat dilihat dalam Gambar 1.6.



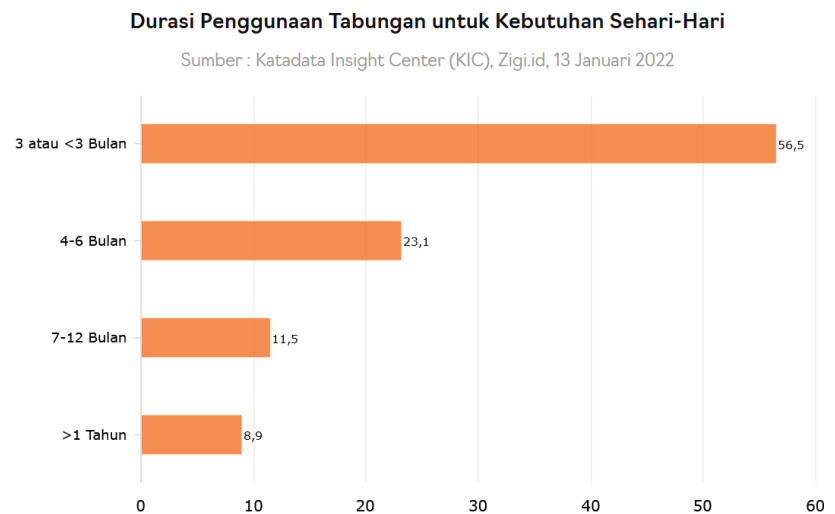
Gambar 1. 6 Persentase Pengeluaran Per Bulan Generasi Milenial

Sumber: IDN Times (2019)

Gambar 1.6 menunjukkan bahwa milenial hanya menyisihkan 10,7% dari pendapatan mereka untuk tabungan, sementara 51,1% dari pendapatan mereka habis digunakan untuk kebutuhan rutin bulanan. Walaupun porsi pengeluaran untuk tabungan sudah lebih besar daripada porsi pengeluaran untuk hiburan, yakni lebih tinggi 2,7%, namun jika membandingkannya dengan porsi kebutuhan bulanan, porsi

tabungan yang dikeluarkan oleh milenial masih terbilang sedikit. Dari hasil riset tersebut terlihat juga bahwa milenial cukup konsumtif dalam menggunakan uangnya karena lebih dari setengah pendapatannya digunakan untuk membeli kebutuhan rutin bulanan.

Lebih lanjut, hasil riset yang dilakukan oleh Katadata Insight Center (KIC) dan Zigi dalam Katadata.co.id (2022) terhadap 5.204 responden secara online menunjukkan bahwa mayoritas dana tabungan yang dimiliki generasi milenial dan gen z hanya mampu untuk mencukupi kebutuhan hidup selama kurun waktu kurang dari 3 bulan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam Gambar 1.7.



Gambar 1. 7 Durasi Penggunaan Tabungan untuk Kebutuhan Sehari-hari

Sumber: Katadata.co.id (2022)

Dalam Gambar 1.7 sebanyak 56,5% responden milenial dan gen z mengungkapkan bahwa dana tabungan mereka hanya cukup untuk membiayai kebutuhan hidup selama 3 bulan atau kurang dari 3 bulan. Sementara 23,1% responden mengungkapkan dana tabungan mereka dapat dipakai untuk kebutuhan hidup selama 4-6 bulan kedepan. Lalu sebanyak 11,5% responden menyatakan dana tabungan cukup untuk dipakai 7-12 bulan kedepan. Terakhir, hanya sebesar 8,9% responden milenial dan gen z yang dana tabungannya dapat digunakan untuk membiaya kebutuhan hidup selama lebih dari satu tahun. Dari hasil riset tersebut, dapat disimpulkan bahwa tabungan yang dimiliki

generasi milenial masih sedikit dan hanya dapat mencukupi kebutuhan untuk jangka pendek.

Dari permasalahan yang telah disebutkan diatas, diduga terdapat sejumlah faktor yang dapat mempengaruhi perilaku menabung generasi milenial. Menurut Widayanko & Dewi (2020) milenial dalam mengelola keuangannya dipengaruhi oleh *financial attitude*, *financial knowledge*, dan *locus of control*. Widayanko & Dewi (2020) menjelaskan bahwa *financial attitude* adalah suatu pandangan dan pendapatan atau keadaan seseorang berkenaan dengan keuangan yang diaplikasikan pada sikap mereka. *Financial knowledge* adalah pengetahuan atau wawasan yang dimiliki seseorang mengenai prinsip pengelolaan keuangan pribadi seperti *financial budgeting* dan juga tabungan. *Locus of control* adalah taraf dalam mengendalikan tanggung jawab seseorang untuk hal-hal yang terjadi pada dirinya sendiri. Sedangkan menurut Karunaanithy *et al.* (2017) faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku menabung adalah *financial literacy*, *parental socialization*, *peer influence*, dan *self-control*. *Financial literacy* adalah pengetahuan, keyakinan, dan keterampilan yang dapat mempengaruhi sikap dan perilaku individu dalam meningkatkan kualitas pengambilan keputusan serta pengelolaan keuangan guna mencapai kesejahteraan (OJK, 2016). Dampaknya terhadap perilaku menabung yaitu apabila seseorang memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi maka ia akan lebih mungkin untuk menabung daripada orang dengan literasi keuangan yang rendah. *Parental socialization* didefinisikan sebagai pengajaran yang diberikan oleh orang tua individu tersebut yang telah dimulai sejak individu tersebut masih dalam masa kanak-kanak (Rafiuddin *et al.*, 2022). Dampaknya terhadap perilaku menabung yaitu pengajaran dari orang tua berperan penting dalam membentuk perilaku menabung sang anak, karena orang tua sebagai agen utama yang dapat memberikan motivasi dan bimbingan kepada anak-anaknya. *Peer influence* adalah sejauh mana teman-teman sebaya dapat mempengaruhi keadaan pikiran seseorang, cara berpikir, dan perilaku seseorang (Alekan *et al.*, 2018). Dampaknya yaitu teman sebaya dapat mempengaruhi perilaku seseorang dalam menabung, apabila seseorang bergaul dengan teman sebaya yang suka untuk menabung

maka kemungkinan ia akan terpengaruh untuk tidak menggunakan uangnya dan lebih memilih untuk menabung, namun sebaliknya jika bergaul dengan teman-teman yang tidak suka menabung, kemungkinan ia akan terpengaruh untuk tidak menyimpan uangnya dan memilih untuk membelanjakan uangnya. *Self-control* adalah suatu aktivitas pengendalian tingkah laku yang berkaitan dengan pengendalian emosi dan dorongan-dorongan yang ada dalam diri individu tersebut supaya dapat mengarah pada perilaku yang positif (Nafisah, 2020). Dampaknya terhadap perilaku menabung yaitu apabila seseorang mempunyai pengendalian diri yang baik maka ia akan lebih memilih untuk menabung uangnya daripada membelanjakan uangnya secara berlebihan, sementara jika seseorang mempunyai pengendalian diri yang rendah maka mereka akan cenderung mengeluarkan uangnya secara berlebihan dan akhirnya dapat terperangkap dalam hutang.

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk mendalami apakah *financial literacy*, *parental socialization*, *peer influence*, dan *self-control* dapat mempengaruhi perilaku menabung generasi milenial. Oleh karena itu peneliti ingin melakukan sebuah penelitian dengan judul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Menabung Generasi Milenial: Telaah pada Generasi Milenial di Jabodetabek.”

1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan peneliti diatas, generasi milenial masih sulit dalam mengelola keuangannya terutama dalam hal menabung. Hasil riset IDN Times yang dipublikasikan dalam Indonesia Milenial Report 2019 menyebutkan bahwa generasi milenial cenderung tidak suka menabung, hal itu terlihat dari persentase pengeluaran per bulan milenial yang hanya menyisihkan 10,7% dari pendapatannya untuk ditabung, sementara 51,1% pendapatannya habis digunakan untuk kebutuhan rutin bulanan. Selain itu, riset yang dilakukan Katadata Insight Center (KIC) dan Zigi juga menyebutkan dana tabungan milenial dan gen z hanya mampu

untuk mencukupi kebutuhan hidup selama kurun waktu kurang dari 3 bulan (Katadata.co.id, 2022). Beberapa faktor yang diduga dapat mempengaruhi perilaku menabung generasi milenial yakni *financial literacy*, *parental socialization*, *peer influence*, dan *self-control*. Dengan mempertimbangkan hal tersebut, peneliti mengidentifikasi masalah untuk diteliti lebih lanjut dengan menuangkan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah *financial literacy* berpengaruh terhadap *saving behavior* generasi milenial?
2. Apakah *parental socialization* berpengaruh terhadap *saving behavior* generasi milenial?
3. Apakah *peer influence* berpengaruh terhadap *saving behavior* generasi milenial?
4. Apakah *self-control* berpengaruh terhadap *saving behavior* generasi milenial?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah *financial literacy* berpengaruh terhadap *saving behavior* generasi milenial.
2. Untuk mengetahui apakah *parental socialization* berpengaruh terhadap *saving behavior* generasi milenial.
3. Untuk mengetahui apakah *peer influence* berpengaruh terhadap *saving behavior* generasi milenial.
4. Untuk mengetahui apakah *self-control* berpengaruh terhadap *saving behavior* generasi milenial.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah disebutkan sebelumnya, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

Manfaat Praktis:

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi lembaga keuangan untuk dapat mengembangkan dan membentuk program-program menabung yang menarik supaya dapat meningkatkan perilaku menabung generasi milenial.

Selain itu, dengan adanya penelitian ini lembaga pendidikan dapat mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku menabung, sehingga dapat membentuk program-program penyuluhan atau sosialisasi keuangan yang lebih tepat. Disamping itu, penelitian ini dapat memberikan orang tua informasi mengenai peranannya yang begitu besar dalam membentuk perilaku menabung sang anak, sehingga dapat mengajak orang tua untuk memberikan pengajaran mengenai pentingnya menabung sejak dini.

Manfaat Akademis:

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat membantu peneliti selanjutnya untuk dapat lebih memahami dan mendalami lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku menabung pada generasi milenial. Selain itu, penelitian ini juga dapat dijadikan referensi atau data pendukung bagi peneliti selanjutnya yang meneliti topik serupa.

1.5 Batasan Penelitian

Peneliti menentukan batasan penelitian agar hal-hal yang ingin dibahas pada penelitian ini dapat tetap fokus dan terarah. Batasan penelitian yang digunakan pada penelitian ini sebagai berikut:

1. *Sampling unit* yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah generasi milenial (kelahiran tahun 1980-2000), berdomisili di wilayah Jabodetabek, dan memiliki tabungan.

2. Porsi usia milenial 21-25 tahun lebih difokuskan atau diutamakan dalam penelitian ini.
3. Penelitian ini akan menggunakan 4 (empat) variabel independen yaitu *financial literacy*, *parental socialization*, *peer influence*, dan *self-control* dan 1 (satu) variabel dependen yaitu *saving behavior*.
4. Ruang lingkup wilayah penelitian ini mencakup wilayah Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi) dengan menyebarkan kuesioner melalui berbagai platform media sosial, *group chat*, dan teman.
5. Penyebaran kuesioner dilakukan pada bulan Mei 2022
6. Penelitian ini menggunakan aplikasi IBM SPSS *Statistics* versi 25 untuk mengolah data.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini peneliti menjabarkan mengenai latar belakang dilakukannya penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan dalam penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini peneliti menjelaskan mengenai teori-teori yang berkaitan dengan penelitian dan teori tentang variabel yang digunakan. Selain itu, pada bab ini peneliti juga menyertakan penelitian terdahulu serta hasil yang di dapat, model penelitian, dan juga hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini peneliti menjabarkan mengenai gambaran umum objek penelitian, metode penelitian, variabel penelitian, definisi operasional, teknik pengambilan data, teknik pengambilan sampel, dan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini peneliti menjabarkan tentang pengolahan data dan hasil analisis data yang dilakukan oleh peneliti, serta menjelaskan implikasi manajerial yang berkaitan dengan penelitian ini.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini peneliti memberikan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan memberikan saran bagi penelitian selanjutnya yang akan meneliti topik serupa.

