

2. TEORI PENUNJANG

2.1 *Theory of Planned Behavior* (TPB)

Theory of Planned Behaviour (TPB) merupakan teori yang menjelaskan tentang perilaku seseorang (Mahyarni, 2013). Teori tersebut merupakan kembangan lanjutan dari teori sebelumnya yaitu *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dibuat oleh Fishbein pada tahun 1967 dengan tujuan untuk memprediksi perilaku dan minat (Tamba, n.d.). *Theory of Planned Behaviour* (TPB) lebih fokus kepada berbagai faktor yang mempengaruhi dan juga menentukan pilihan perilaku individu, didalam TPB juga ditambahkan konstruk yang sebelumnya belum ada di TRA, yaitu *perceived behavioural control*. *Perceived behavioural control* merupakan tanggapan seseorang sehubungan dengan control yang dimiliki oleh seseorang yang berhubungan dengan tingkah laku (Maulana, 2017). Menurut TPB yang telah dikembangkan dari TRA oleh Icek Ajzen (1991) mengemukakan bahwa, ada tiga faktor yang mempengaruhi niat seseorang, yaitu:

1. *Attitude Toward the Behaviour* (Sikap terhadap perilaku).

Faktor ini berdasarkan sikap seseorang dalam menanggapi atau menilai sesuatu perilaku yang dilakukan. Jika itu baik maka akan dilakukan, dan jika itu buruk maka akan dibiarkan.

2. *Subjective Norm* (Norma subjektif).

Faktor ini merupakan faktor berupa dukungan sosial yang diperoleh seseorang untuk melakukan atau membiarkan pada tindakan tertentu dan dapat berkembang melalui orang-orang terdekat. Dengan kata lain faktor ini merupakan faktor eksternal.

3. *Perceived Behavioural Control* (Persepsi kontrol perilaku).

Faktor ini mengacu pada sikap kontrol yang dimiliki oleh dirinya yang berhubungan dengan tingkah laku tertentu. Sehingga apa yang dilakukan seseorang murni atas kontrol diri sendiri.

Berdasarkan informasi diatas, maka *Theory of Planned Behaviour* (TPB) berhubungan dengan variabel-variabel yang ada di penelitian ini, sehingga teori tersebut cocok untuk menjelaskan variabel perilaku belanja dalam penelitian ini sesuai Chen & Volpe (1998). *Theory of Planned Behaviour* menjelaskan bahwa *Attitude Toward the Behaviour*, *Subjective Norm*, dan *Perceived Behavioural Control* dapat mempengaruhi niat seseorang. Hal tersebut berhubungan dengan kemampuan seseorang dalam mengambil keputusan tentang keuangannya, khususnya kepemilikan dana darurat.

2.1.1 Perilaku Belanja

Malelak dan Halim pada tahun 2021 mengatakan bahwa perilaku belanja atau *spending behaviour* merupakan perilaku seseorang dalam menggunakan uang dalam bentuk pengeluaran (Malelak & Halim, 2021). Menurut Bhargava dan Lown (2006) mengungkapkan pola perilaku pengeluaran dengan membandingkan berdasarkan pendapatannya (Bhargava & Lown, 2006). Pendapatan merupakan imbal hasil atas apa yang telah dilakukan, pengeluaran merupakan segala bentuk uang yang dikeluarkan untuk memenuhi biaya hidup sehari-hari, gaya hidup, pembayaran hutang, cicilan, dll. Berdasarkan dengan informasi tersebut, dapat disimpulkan bahwa ada tiga kondisi perilaku belanja atas pendapatannya. Ketiga kondisi tersebut yaitu:

1. Pendapatan lebih kecil dibandingkan pengeluaran

Dalam kondisi ini menunjukkan bahwa pendapatan seseorang tidak cukup untuk membiayai semua pengeluaran dalam periode tertentu. Kondisi itu menjelaskan kondisi *overspending* (Bae et al., 2014). Dengan kondisi tersebut maka, dapat dikatakan kondisi keuangan tidak sehat.

2. Pendapatan sama besar dengan pengeluaran

Dalam kondisi tersebut mengindikasikan bahwa pendapatan seseorang hanya dapat untuk memenuhi biaya hidupnya dalam periode tertentu. Dengan pernyataan tersebut menjelaskan tidak ada pendapatan lebih di akhir periode.

3. Pendapatan lebih besar dari pengeluaran

Kondisi ini menjelaskan bahwa, pendapatan mampu untuk membiayai seluruh pengeluaran seseorang dalam periode tertentu. Berdasarkan penjelasan tersebut mengindikasikan bahwa terdapat sejumlah dana pendapatan yang dapat disisihkan untuk kepentingan lainnya.

Berdasarkan penelitian Bhargava dan Lown (2006) ketiga kondisi tersebut diukur berdasarkan perbandingan antara pendapatan dan pengeluaran dalam waktu selama 1 bulan. Perilaku belanja dari setiap orang tentunya akan berbeda antara satu dengan yang lainnya. Jika seseorang tidak mampu untuk membatasi atau mengontrol pengeluarannya maka, akan menimbulkan sikap hedonisme maupun konsumtif. Pendapatan atau pemasukan dapat digunakan sebagai alat ukur tingkat konsumtif seseorang.

2.2 Literasi Keuangan

Menurut Chen dan Volpe (1998) mengatakan bahwa literasi keuangan merupakan kemampuan dan pengetahuan yang berfungsi untuk mengelola keuangan pribadi yang berkaitan dengan pemikiran dan keputusan (Chen & Volpe, 1998). Ada 4 indikator yang

mengindikasikan literasi keuangan seseorang (Chen & Volpe, 1998), keempat indikator tersebut adalah:

1. Pengetahuan dasar pengelolaan keuangan

Merupakan indikator yang menjelaskan pengetahuan tentang dasar-dasar pengelolaan keuangan (perencanaan keuangan, tujuan keuangan, dll) seseorang, usaha, keluarga, dll. Menurut Chen dan Volpe (1998) tingkat pengetahuan dasar pengelolaan keuangan seseorang didasarkan pada kepemilikan sertifikat perencanaan keuangan (Chen & Volpe, 1998). Tingkat pengetahuan dasar tersebut berdasarkan pengetahuan fundamental keuangan. Jika seseorang memiliki perencanaan keuangan, tujuan keuangan yang baik membuat seseorang dapat menentukan rencana finansial yang telah ditentukan (Pratiwi, 2021).

2. Pengelolaan kredit

Pengelolaan kredit dapat dikatakan sebagai manajemen kredit. Indikator pengelolaan kredit didasarkan apakah seseorang memiliki pinjaman untuk keperluan liburan, cicilan pembelian rumah, dan membayar cicilan kredit mobil (Chen & Volpe, 1998). Jika seseorang dapat memajemen pengelolaan kreditnya secara baik maka, orang tersebut dapat menggunakan kredit secara efektif dan efisien.

3. Pengelolaan tabungan dan investasi

Tabungan adalah simpanan uang yang berasal dari pemasukan yang tidak digunakan untuk suatu kepentingan (Ramadhani, 2020). Indikator dari pengelolaan tabungan dan investasi tersebut didasarkan pada kepemilikan sebuah investasi jangka panjang untuk keperluan dana pensiun, dan keperluan untuk biaya pendidikan anak-anak (Chen & Volpe, 1998). Berdasarkan informasi tersebut menunjukkan bahwa tabungan merupakan uang tersisihkan untuk digunakan dimasa depan. Investasi adalah pengalokasian uang dengan tujuan mendapatkan keuntungan di masa depan (Hidayati, 2017).

4. Manajemen risiko

Risiko adalah suatu kemungkinan yang buruk dan akan muncul sebagai konsekuensi atas apa yang telah dilakukan. Untuk indikator manajemen risiko tersebut, didasarkan pada kepemilikan asuransi (Chen & Volpe, 1998). Asuransi tersebut berupa asuransi jiwa, perlindungan keuangan kepada keluarga jika meninggal dunia, yang kedua pelunasan hutang untuk membantu pelunasan hutang, yang ketiga perlindungan biaya pendidikan anak, yang keempat perlindungan investasi berupa mendapatkan uang dari perjanjian yang telah disetujui, dan asuransi kendaraan. Manajemen risiko didefinisikan sebagai suatu cara untuk mengurangi ataupun

menghilangkan suatu risiko baik risiko yang sudah diketahui atau belum diketahui dengan cara menghindarkan, memindahkan ataupun mengursangi risiko tersebut (Mauliana, 2016).

Dengan pernyataan tersebut menjelaskan bahwa literasi keuangan merupakan sebuah cara untuk mewujudkan kesejahteraan ekonomi seseorang yang mempengaruhi dalam pengambilan keputusan keuangan dalam kegiatan sehari-hari (Huston, 2010).

Chen dan Volpe (1998) menjelaskan bahwa terdapat 3 kategori literasi keuangan, yang pertama yaitu:

1. Kategori <60% yang menunjukkan pengetahuan keuangan seseorang yang rendah
2. Kategori 60%-80% yang menunjukkan pengetahuan keuangan seseorang yang sedang
3. Kategori >80% yang menunjukkan literasi keuangan seseorang yang tinggi.

Pengelompokan tersebut berdasarkan jawaban yang benar pada kuisioner responden yang dinyatakan dalam presentase (Margaretha & Pambudhi, 2015). Seseorang yang memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi akan cenderung lebih besar untuk dapat mengakumulasi kekayaan (Lusardi & Mitchell, 2014). Tingkat literasi keuangan yang tinggi juga dapat membuat konsumen mengambil keputusan keuangan lebih baik dalam *budgeting*, kredit konsumen, serta pengelolaan keuangan pribadi (Hilgert & Hogarth, 2003).

2.3 Online Shopping

Online shopping merupakan suatu kegiatan jual atau beli barang maupun jasa dengan menggunakan *web* atau aplikasi *web* (Uddin & Sultan, 2011). *Online shop* itu sendiri adalah sebuah tempat yang menggunakan jaringan internet, komunikasi, serta komputer dalam kegiatan jual beli barang ataupun jasa (Murtiningsih, 2019). Dengan berbelanja menggunakan *online shop*, konsumen dapat melihat barang yang ingin dibeli terlebih dahulu melalui gambar yang ada tanpa harus melihatnya secara langsung (Mujiyana & Elissa, 2013). Ada beberapa faktor yang membuat seseorang berbelanja menggunakan *online shop* (Uddin & Sultan, 2011):

1. Kenyamanan

Kenyamanan merupakan suatu faktor utama seseorang menggunakan *online shop*. Faktor kenyamanan sendiri diindikasikan melalui kemudahan untuk mencari informasi suatu barang atau jasa melalui daring tanpa harus mengunjungi toko secara langsung.

2. Tampilan dan desain *web*

Tampilan dan desain *web* merupakan suatu faktor yang sangat penting bagi seseorang untuk berbelanja secara *online*, karena tampilan dan desain *web* dapat menjadi faktor motivasi seseorang untuk menggunakan *online shop*. Semakin tinggi kualitas dari semakin tinggi juga intensitas untuk berbelanja melalui internet atau *online shop* (Kamariah & Salwani, 2005).

3. Kehematan waktu

Hemat waktu merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi penggunaan *online shop*. Dengan berbelanja menggunakan *online shop* membuat seseorang dapat menghemat waktunya karena orang tersebut dapat memilih dan membeli barang tanpa harus melihat barang aslinya.

4. Keamanan

Keamanan merupakan faktor yang penting lainnya bagi para pengguna *online shop* untuk berbelanja. Keamanan tersebut terdiri dari keamanan data dan privasi pengguna, keamanan transaksi pembayaran, keamanan pengiriman barang. Keamanan yang paling utama adalah keamanan transaksi.

Menurut (Wicaksono, 2021) terdapat beberapa dampak positif yang muncul akibat menggunakan *online shop*, dampak positif tersebut yaitu:

1. Berbelanja lebih praktis, hal tersebut dikarenakan dalam berbelanja *online shop* konsumen tidak perlu membuang tenaga dan waktu lebih banyak.
2. Dapat membandingkan harga barang antar toko yang ada, sehingga bisa mendapatkan barang dengan harga yang lebih murah.
3. Dapat berbelanja barang dari luar negeri dan dalam negeri.
4. Bisa mendapatkan diskon ataupun promo lainnya (*cashback*, gratis ongkir, dll), sehingga terdapat uang lebih untuk disisihkan ke dalam dana darurat.

Tidak hanya dampak positif yang didapatkan saat menggunakan *online shop* tentunya ada juga dampak negatif saat menggunakannya, ada beberapa dampak negatif yang timbul saat menggunakan *online shop*, kerugian tersebut adalah (OJK, 2020):

1. Mengganggu perencanaan keuangan seseorang

Dengan menggunakan *online shop*, jika seseorang dapat memanfaatkan keuntungan harga barang yang lebih murah dengan baik maka dapat menghemat pengeluaran para dewasa muda. Tetapi apabila tidak dapat mengatur pengeluarannya tentunya dapat merusak perencanaan keuangan seseorang.

2. Barang yang tidak sesuai dengan keinginan

Kekurangan lainnya dengan menggunakan *online shop* yaitu barang yang tidak dapat dilihat secara langsung. Maka sebelum membeli barang harus menanyakan foto produk seperti apa.

3. Sikap konsumtif

Kekurangan tersebut tentunya muncul akibat berbagai keuntungan yang didapatkan saat menggunakan *online shop* (promo barang, diskon, gratis ongkir, dll). Oleh karena itu dapat

merusak keuangan seseorang, karena menimbulkan sikap *impulsive buying* yang menyebabkan lapar mata.

4. Rawan penipuan

Banyak sekali terdapat *online shop* yang sudah terpercaya dan menggunakan *online shop* merupakan cara yang umum dilakukan banyak orang, oleh karena itu banyak sekali penipuan yang digunakan oknum yang tidak bertanggung jawab untuk menipu para pembeli yang tidak cerdas dalam menggunakan *online shop* seperti tidak mengirim barang yang sesuai dengan Digambar ataupun barang yang dipesan tidak dikirim sama sekali.

Menurut Duarte et al (2018) terdapat indikator pengukuran *online shop*, berikut ini (Duarte et al., 2018):

a) *Access convenience*

Indikator tersebut berhubungan dengan kenyamanan dalam menggunakan *website* atau *mobile set e-commerce* tersebut. Kenyamanan tersebut berhubungan dengan kemudahan dalam mengakses *website* yang dibuat oleh perusahaan.

b) *Search convenience*

E-commerce dinilai memberikan keuntungan yaitu kemudahan para konsumen untuk membandingkan produk yang ingin dibeli.

c) *Evaluation convenience*

E-commerce menyediakan fasilitas untuk berkomentar bagi para konsumen yang menerima barangnya.

d) *Attentiveness convenience*

E-commerce menyediakan fasilitas bagi para penjual untuk menerima kritik, saran, dan perhatian agar penjual dapat menjadi lebih baik.

e) *Transaction convenience*

Indikator tersebut berhubungan dengan fasilitas pembayaran, baik dalam kenyamanan bertransaksi, banyaknya metode pembayaran yang tentunya membantu pembeli dalam bertansaksi dalam kondisi apapun.

f) *Possesion convenience*

Indikator tersebut merupakan kenyamanan saat melakukan transaksi yang berhubungan dengan alamat pribadi, nomor rekening pribadi, nama pengirim, dll.

g) *Post possession convenience*

Indikator tersebut berhubungan dengan privasi dan kemanan data para konsumen dan penjual agar tidak disalahgunakan atau disebar tanpa sepengetahuan pemilik data pribadi tersebut.

2.4 Dana Darurat

Dana darurat adalah dana yang dapat berguna untuk bertahan hidup karena keadaan susah secara tak terduga (Nguyen, 2023). Berdasarkan pengertian diatas fungsi utama dari kepemilikan dana darurat adalah dapat menjaga keberlangsungan hidup dimasa susah yang datang secara tiba-tiba. Jumlah dana darurat ideal yang dibutuhkan sesuai dengan status seseorang tersebut yaitu (cermati, 2022):

1. Masa lajang : Jumlah dana darurat 6 kali pengeluaran rutin perbulan
2. Menikah (tanpa anak) : Jumlah dana darurat 9 kali pengeluaran rutin perbulan
3. Menikah (memiliki anak) : Jumlah dana darurat 12 kali pengeluaran rutin perbulan

Seseorang telah memiliki dana darurat jika sudah memenuhi 3 syarat, 3 syarat tersebut yaitu memiliki dana khusus yang dialokasikan untuk dana darurat, terletak pada produk yang likuid (mudah dicairkan) (Sugiono, 2022), dan yang terakhir jumlahnya kurang lebih pengeluaran 6 sampai 12 bulan sesuai status seseorang (cermati, 2022).

Sesuai dengan namanya, terdapat beberapa fungsi dari memiliki dana darurat, fungsi utama kepemilikan dana darurat ini adalah agar seseorang dapat melewati kondisi darurat dan tentunya untuk melewati kondisi darurat tersebut dibutuhkan dana yang besar. Tentunya untuk memenuhi biaya yang besar yang tak terduga tersebut tidak cukup hanya menggunakan pendapatan bulanan seseorang, perlu memiliki dana darurat yang telah disimpan dan disiapkan dari tahun-tahun sebelumnya, sehingga memiliki dana darurat sangatlah penting. Terdapat beberapa manfaat dari kepemilikan dana darurat (BFI FINANCE, 2022), yaitu:

1. Dana cadangan saat terkena PHK
2. Biaya berobat saat sakit mendadak
3. Pemenuhan biaya hidup saat kondisi krisis secara tak terduga
4. Dana perbaikan asset pribadi
5. Bebas dari Hutang

Berdasarkan nama dan tujuannya, maka dana pengalokasian dana darurat tentunya harus instrumen atau aset yang likuid dan berjangka pendek, penempatan dana darurat itu sendiri juga melibatkan elemen-elemen investasi, yaitu return, risiko dan likuiditas (Linawati et al., 2017). Maksud dari likuid tersebut yaitu, saat membutuhkan uang secara tiba-tiba maka uang tersebut bisa dicairkan secara cepat dan tidak mengurangi nilai uang itu sendiri (Times & Saputri, 2022). Berikut instrument yang sesuai untuk pengalokasian dana darurat menurut (Linawati et al., 2017):

1. Pasar modal: Reksadana pasar uang

2. Pasar uang: Tabungan, deposito
3. Aset berwujud: Emas

2.3 Hubungan Antar Konsep

2.3.1 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kepemilikan Dana Darurat.

Menurut Chen dan Volpe (1998) mengatakan bahwa literasi keuangan merupakan seperangkat kemampuan dan pengetahuan yang berhubungan dengan pemahaman tentang keuangan (investasi, tabungan, asuransi) serta pengelolaan keuangan pribadi (Chen & Volpe, 1998). Chen dan Volpe (1998) mengatakan bahwa ada 4 indikator dalam sebuah literasi keuangan, yaitu pengetahuan dasar pengelolaan keuangan, pengelolaan kredit, pengelolaan tabungan dan investasi, dan yang terakhir manajemen risiko (Chen & Volpe, 1998). Dana darurat adalah dana yang dapat berguna untuk bertahan hidup karena keadaan susah secara tak terduga (Nguyen, 2023).

Berdasarkan teori literasi keuangan dalam indikator pengetahuan dasar pengelolaan keuangan, seseorang yang memiliki tingkat pengetahuan dasar yang baik tentunya orang tersebut memiliki perencanaan dan tujuan keuangan yang jelas dan baik membuat seseorang mampu membuat rencana finansialnya sendiri (Pratiwi, 2021). Salah satu rencana finansial yaitu dengan memiliki dana darurat yang digunakan sewaktu-waktu saat kondisi susah yang tak terduga, maka dengan seseorang memiliki pengetahuan dasar pengelolaan keuangan yang baik membuat seseorang memiliki sebuah dana darurat. Berdasarkan indikator pengelolaan kredit, seseorang yang memiliki reputasi kredit yang baik dengan cara membayar kredit tepat waktu dan jumlahnya sesuai, maka akan meningkatkan presentase untuk memiliki dana darurat. Dalam indikator pengelolaan tabungan dan investasi, seseorang yang memiliki pengelolaan tabungan dan investasi yang baik dan disiplin dapat menyisihkan sebagian pendapatan untuk ditabung ke dalam dana darurat, bahkan untuk instrumen investasi dapat dialokasikan ke instrumen yang mudah dicairkan, hal itu sesuai dengan instrumen dana darurat yang juga perlu dialokasikan ke dalam produk yang mudah dicairkan (Linawati et al., 2017). Untuk indikator manajemen risiko, seseorang yang dapat mengatur risikonya dengan baik, maka orang tersebut akan memiliki sebuah dana darurat untuk mencegah risiko yang muncul saat situasi susah yang muncul secara mendadak.

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Sugiono, 2022) terdapat pengaruh signifikan antara literasi keuangan terhadap kepemilikan dana darurat seseorang. Semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang maka akan meningkatkan peluang

kepemilikan dana darurat dewasa muda. Hasil tersebut didukung penelitian Lu Fan dan Lini Zhang (2021) yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap kepemilikan dana darurat seseorang (Fan & Zhang, 2021).

2.3.2 Pengaruh Perilaku Belanja Terhadap Kepemilikan Dana Darurat.

Perilaku belanja atau *spending behaviour* merupakan perilaku seseorang dalam menggunakan uang dalam bentuk pengeluaran (Malelak & Halim, 2021). Dana darurat adalah dana yang dapat berguna untuk bertahan hidup karena keadaan susah secara tak terduga (Nguyen, 2023). *Theory of Planned Behavior* merupakan teori menjelaskan bahwa *Attitude Toward the Behaviour*, *Subjective Norm*, dan *Perceived Behavioural Control* dapat mempengaruhi niat seseorang dan juga membahas perilaku seseorang. Seseorang yang dapat mengatur keuangannya dengan baik maka dapat perilaku belanja dengan baik, sehingga orang tersebut akan dapat menyisihkan uangnya untuk di alokasikan ke dana darurat.

Dalam *Theory of Planned Behaviour* (TPB) yang menjelaskan faktor faktor yang mempengaruhi dan menentukan pilihan perilaku individu, dijelaskan bahwa ada tiga faktor yang mempengaruhi niat dari seseorang, yaitu *attitude toward the behaviour* (sikap), *subjective norm* (norma-norma sosial), dan *perceived behavioural control* (kontrol perilaku). Dari ketiga faktor tersebut akan mempengaruhi dari niat seseorang, semakin kuat niat seseorang semakin besar juga kemungkinan untuk melakukan sesuatu. Jika seseorang memiliki perilaku belanja yang hemat dan berbelanja untuk memenuhi biaya hidup akan memungkinkan perilaku seseorang untuk rajin menyisihkan uangnya kedalam dana darurat, dan sebaliknya jika perilaku belanja seseorang boros dan konsumtif akan mengakibatkan orang tersebut akan susah untuk menyisihkan uangnya untuk dana darurat, bahkan memungkinkan orang tersebut justru menggunakan uang yang telah disisihkan untuk dana darurat, sehingga tidak ada uang untuk dialokasikan ke dalam dana darurat.

Pengaruh perilaku belanja terhadap kepemilikan dana darurat dibuktikan dalam penelitian (Sugiono, 2022). Dimana hasilnya perilaku belanja berpengaruh signifikan terhadap kepemilikan dana darurat, dimana semakin sering perilaku belanja seseorang maka semakin kecil juga kepemilikan dana darurat.

2.3.3 Pengaruh Literasi Keuangan Yang Dimoderasi Penggunaan *Online Shop* Terhadap Kepemilikan Dana Darurat.

Menurut Chen dan Volpe (1998) mengatakan bahwa literasi keuangan merupakan seperangkat kemampuan dan pengetahuan yang berhubungan dengan pemahaman tentang

keuangan (investasi, tabungan, asuransi) serta pengelolaan keuangan pribadi (Chen & Volpe, 1998). *Online shop* adalah sebuah perilaku membeli jasa ataupun barang oleh konsumen terhadap penjual secara langsung, tidak ada pelayanan, dan menggunakan internet. Banyak keuntungan yang muncul dalam menggunakan *online shop*, seperti terdapat promo yang tersedia, pembayaran lebih mudah, lebih menghemat waktu, dll.

Dengan literasi keuangan yang dimoderasi oleh penggunaan *online shop* dapat memperkuat dan memperlemah variabel literasi keuangan, *online shop* dapat memperkuat literasi keuangan, seperti jika seseorang memiliki literasi keuangan yang tinggi dapat memanfaatkan dengan membeli barang sesuai dengan kebutuhan, sehingga terdapat uang lebih yang dapat digunakan untuk dialokasikan pada dana darurat. Tidak hanya dapat memperkuat saja, tetapi penggunaan *online shop* juga dapat memperlemah literasi keuangan terhadap kepemilikan dana darurat, jika seseorang memiliki kondisi mental yang masih tidak baik dan didukung oleh tingkat literasi keuangan yang buruk maka akan sangat mudah terpengaruh, sehingga menimbulkan pembelian yang impulsif dan bertujuan untuk mencari kesenangan saja (Lestarina et al., 2017), yang dapat menyebabkan uang seseorang semakin berkurang untuk ditempatkan di dana darurat. Oleh karena itu, dengan penggunaan *online shop* yang memoderasi literasi keuangan dapat mempengaruhi kepemilikan dana darurat.

Berdasarkan teori literasi keuangan dalam indikator pengetahuan dasar pengelolaan keuangan yang dimoderasi penggunaan *online shop*, tingkat pengetahuan dasar keuangan dapat diperkuat dengan penggunaan *online shop* dengan cara memanfaatkannya untuk berbelanja sesuai kebutuhan ataupun dapat digunakan sebagai media untuk berjualan barang, yang nantinya uang yang tidak digunakan atau uang dari penjualan dapat digunakan untuk perencanaan dan tujuan keuangan, salah satu rencana finansial yaitu dengan memiliki dana darurat. Tidak hanya memperkuat saja, tetapi penggunaan *online shop* dapat memperlemah indikator pengetahuan dasar yang membuat orang untuk berbelanja melalui *online shop* secara berlebihan. Berdasarkan indikator pengelolaan kredit, literasi keuangan dapat diperkuat oleh penggunaan *online shop* dengan cara, jika seseorang menggunakan keuntungan dari penggunaan kredit yaitu menunda pengeluaran uang secara langsung, sehingga uang yang lebih dapat digunakan untuk keperluan lain, salah satunya dialokasikan ke dana darurat. Penggunaan *online shop* juga dapat memperlemah indikator pengelolaan kredit dengan cara, berbelanja dengan intensitas yang tinggi bahkan juga dapat menyebabkan penggunaan kredit yang berlebihan, sehingga membuat orang tersebut lupa untuk memiliki dana darurat. Dalam indikator pengelolaan tabungan dan investasi, penggunaan *online shop* dapat memperkuat

dengan cara barang yang tersedia dalam *online shop* lebih murah dari harga biasanya, sehingga orang tersebut tidak perlu menggunakan atau menarik uang yang dialokasikan di dana darurat sehingga uang tersebut dapat ditabung atau diinvestasikan, bahkan untuk instrumen investasi dapat dialokasikan ke instrumen yang mudah dicairkan, hal itu sesuai dengan instrumen dana darurat yang juga perlu dialokasikan ke dalam produk yang mudah dicairkan (Linawati et al., 2017). *Online shop* juga dapat memperlemah literasi keuangan dengan cara, banyak promo yang tersedia saat menggunakan *online shop* yang menyebabkan jumlah pengeluaran yang lebih banyak, sehingga dapat menyebabkan seseorang untuk menggunakan uang yang telah dialokasikan untuk ditabung atau diinvestasikan dalam dana darurat. Untuk indikator manajemen risiko, penggunaan *online shop* dapat memperkuat dengan cara, penggunaan *online shop* memudahkan seseorang untuk mempersiapkan persediaan barang-barang medis (obat-obatan, masker, dll) bahkan asuransi sekalipun.

2.3.4 Pengaruh Perilaku Belanja Yang Dimoderasi Penggunaan *Online Shop* Terhadap Kepemilikan Dana Darurat.

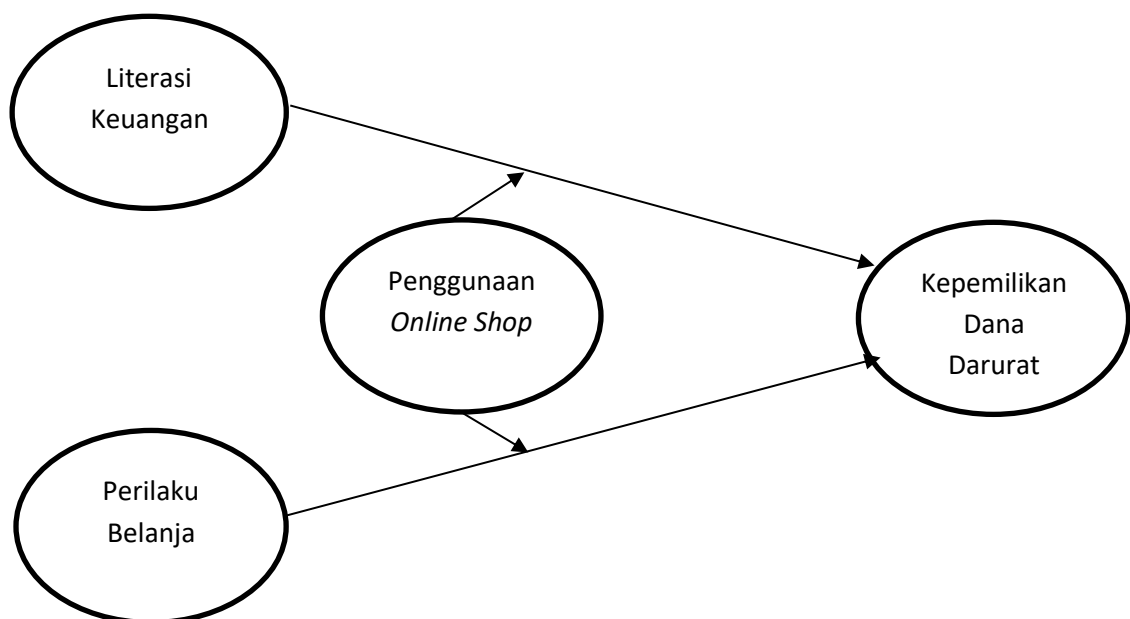
Malelak dan Halim pada tahun 2021 mengatakan bahwa perilaku belanja atau *spending behaviour* merupakan perilaku seseorang dalam menggunakan uang dalam bentuk pengeluaran (Malelak & Halim, 2021). Menurut Bhargava dan Lown (2006) mengungkapkan pola perilaku pengeluaran dengan membandingkan berdasarkan pendapatannya (Bhargava & Lown, 2006). *Online shop* adalah sebuah perilaku membeli jasa ataupun barang oleh konsumen terhadap penjual secara langsung, tidak ada pelayanan, dan menggunakan internet (Loekamto, 2012). *Theory of Planned Behavior* merupakan teori menjelaskan bahwa *attitude toward the behaviour*, *subjective norm*, dan *perceived behavioural control* dapat mempengaruhi niat seseorang dan juga membahas perilaku seseorang (Mahyarni, 2013).

Dengan menggunakan *online shop* berpotensi menyebabkan perilaku belanja seseorang semakin boros dan menimbulkan sikap konsumtif. Terdapat juga benefit saat menggunakan *online shop* terhadap perilaku belanja seseorang, yaitu seseorang dapat mengecek spesifikasi barang yang ingin dibeli sesuai dengan kebutuhan. Terdapat data dari *SIRCLLO* menunjukan peningkatan konsumen *online shop* pada tahun 2021 meningkat menjadi 25% dari yang sebelumnya hanya 11% (beritausaha, 2022). Dengan demikian menunjukan bahwa pengguna *online shop* semakin meningkat. Oleh karena itu, tentunya membuat seseorang tidak menisihkan uangnya untuk dialokasikan di dana darurat.

Dalam *Theory of Planned Behaviour* (TPB) yang menjelaskan faktor faktor yang mempengaruhi dan menentukan pilihan perilaku individu, dijelaskan bahwa ada tiga faktor yang

mempengaruhi niat dari seseorang, yaitu *attitude toward the behaviour* (sikap), *subjective norm* (norma-norma sosial), dan *perceived behavioural control* (kontrol perilaku). Dari ketiga faktor tersebut akan mempengaruhi dari niat seseorang, semakin kuat niat seseorang semakin besar juga kemungkinan untuk melakukan sesuatu. Seseorang yang memiliki tingkat perilaku belanja yang hemat dapat diperkuat dengan adanya *online shop*, hal itu disebabkan belanja menggunakan *online shop* dapat membuat seseorang menjadi lebih hemat karena harga barang yang ditawarkan lebih murah, bisa membeli barang sesuai dengan spesifikasi barang yang kita inginkan sehingga membuat belanja menjadi lebih efektif dan efisien. Oleh karena itu tentunya membuat terdapat uang lebih yang dapat disisihkan ke periode berikutnya untuk dialokasikan ke dalam dana darurat. Tidak hanya memperkuat, penggunaan *online shop* dapat memperlemah perilaku belanja seseorang dengan cara, seseorang yang memiliki perilaku belanja yang boros terlebih dengan adanya *online shop* membuat perilaku belanja orang tersebut akan semakin boros dan menimbulkan sikap hedonisme, yang berpengaruh langsung terhadap kondisi keuangan seseorang. Perilaku belanja yang boros mengakibatkan seseorang untuk semakin sering menggunakan uangnya dalam bentuk pengeluaran bahkan dapat menggunakan uang yang telah disisihkan untuk dana darurat. Dengan kondisi keuangan tersebut menyebabkan tidak ada uang lebih untuk disisihkan kedalam dana darurat pada periode berikutnya.

2.4 Kerangka Berpikir



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

2.5 Hipotesa Penelitian

1. Terdapat pengaruh signifikan antara literasi keuangan terhadap kepemilikan dana darurat oleh dewasa muda di Surabaya.
2. Terdapat pengaruh signifikan antara perilaku belanja terhadap kepemilikan dana darurat oleh dewasa muda di Surabaya.
3. Terdapat pengaruh signifikan antara literasi keuangan yang dimoderasi penggunaan *online shop* terhadap kepemilikan dana darurat dewasa muda di Surabaya.
4. Terdapat pengaruh signifikan antara perilaku belanja yang dimoderasi penggunaan *online shop* terhadap kepemilikan dana darurat dewasa muda di Surabaya.