

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam suatu keluarga terdiri atas suami, istri dan anak yang mempunyai peranan masing-masing dalam rumah tangga. Wanita dalam suatu keluarga sebagai istri sekaligus ibu memiliki peran utama pada sektor domestik yakni berperan penuh dalam menangani pekerjaan-pekerjaan rumah seperti memasak, mencuci, melayani suami, melahirkan serta mengurus dan merawat anak akan tetapi tidak hanya itu seorang istri sebagai ibu rumah tangga juga mempunyai kewajiban membantu suami dalam mempertahankan rumah tangga, mengatur segala keperluan keluarga, memperhatikan pendidikan anak serta mengatur keuangan keluarga sehingga akan terjadi keselarasan antara pendapatan dan kebutuhan rumah tangga (Tumbage *et al*, 2017). Sejalan dengan penelitian Siregar (2019) yang menjelaskan bahwa mengatur keuangan keluarga merupakan aktivitas paling penting dilakukan dalam kehidupan rumah tangga agar suatu keluarga dapat bertahan dari segala aspek kehidupan dan terus mengalami perkembangan, lazimnya dalam pengelolaan keuangan keluarga seorang ibu rumah tangga memiliki peranan besar dibandingkan dengan suami. Ibu rumah tangga yang mampu mengelola keuangan keluarga dengan baik akan dapat membuat keluarga menjadi lebih sejahtera.

Wanita pada umumnya memang cenderung tidak bekerja untuk mencari nafkah, hal ini terjadi karena dalam masyarakat ada anggapan bahwa wanita (isteri) yang bekerja untuk memperoleh penghasilan itu merendahkan martabat

pria (suami). Namun, seiring dengan perkembangan zaman, adanya kemajuan teknologi, pendidikan dan komitmen untuk mewujudkan emansipasi telah memunculkan adanya kesetaraan gender dari berbagai aspek di kehidupan masyarakat, termasuk pada kesempatan kerja. Saat ini wanita memiliki kesempatan yang sama dengan pria untuk mendapatkan pekerjaan (Putri & Kusbaryanto, 2012). Sehingga tampak adanya pergeseran peran wanita dalam rumah tangga yang semakin meluas tidak hanya mengurus wilayah domestik saja. Konsekuensi dari perubahan pandangan tersebut dalam perkembangannya saat ini semakin banyak wanita yang ikut berpartisipasi dalam kehidupan bermasyarakat, bersekolah bahkan sampai ke perguruan tinggi dan kemudian bekerja untuk memperoleh penghasilan, baik melakukan usaha sendiri maupun bekerja sebagai pegawai atau karyawan (Agiani *et al*, 2015).

Fenomena ibu rumah tangga yang bekerja sudah bukan lagi menjadi hal yang tabu karena mayoritas wanita khususnya yang sudah menikah banyak yang memiliki penghasilan sendiri walaupun masih banyak pula ibu rumah tangga yang memutuskan untuk fokus pada pekerjaan rumah dan mengurus keluarga saja. Penelitian yang dilakukan Nina (2015) menunjukkan terdapat dua faktor yang mempengaruhi keputusan ibu rumah tangga untuk bekerja yakni faktor ekonomi dan sosial budaya, sedangkan menurut Major B & Brines J (dalam Lantara, 2015) terdapat beberapa alasan mengapa wanita memilih untuk bekerja yang pertama ialah faktor ekonomi dimana faktor ini lebih banyak menjadi alasan wanita dari keluarga yang kurang mampu dengan tuntutan ekonomi yang semakin besar mengharuskan wanita sebagai istri ikut serta dalam memenuhi kebutuhan rumah

tangga, yang kedua wanita memiliki kesadaran untuk berkarir dan yang terakhir ialah orang tua dari pihak wanita memberikan kesempatan untuk mengejar pengetahuan yang akan memungkinkan wanita tersebut memiliki keterampilan untuk mencari nafkah atau mendapatkan penghasilan sendiri dengan bekerja. Hal tersebut sejalan dengan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti pada 4 ibu rumah tangga tanggal 12 September 2020 yang menunjukkan bahwa wanita yang sudah berumah tangga dan tetap memilih bekerja tergantung pada bagaimana pandangan dari keluarga, izin suami dan juga kemampuan ekonomi keluarga karena setiap keluarga memiliki pendapatan serta kebutuhan yang berbeda. Sejalan dengan hasil penelitian Rozalinda (2013) yang menyatakan bahwa keikutsertaan wanita dalam mencari nafkah bukan hanya didorong dari masalah perekonomian keluarga dimana banyaknya kebutuhan sehari-hari yang harus di penuhi, tetapi juga terdapat beberapa alasan lain mengapa ibu rumah tangga atau wanita memilih untuk bekerja yaitu sebagai bentuk aktualisasi diri dan kebutuhan eksistensi yang memberikan kemudahan bagi wanita dalam menyalurkan ilmu, tenaga serta membangun relasi sosial dengan orang lain.

Pola kegiatan ibu rumah tangga yang bekerja dengan yang tidak bekerja tentu akan berbeda, terutama pada kegiatan sosial mengingat minimnya waktu seorang ibu rumah tangga yang bekerja untuk bersosialisasi khususnya dengan warga disekitar lingkungan rumahnya (Sari *et al*, 2019). Namun, dalam hal tugas utama sebagai istri sekaligus ibu seorang wanita yang bekerja di luar rumah maupun yang fokus menjadi ibu rumah tangga tetap memiliki tanggung jawab besar dalam mengurus kebutuhan keluarga. Setiap rumah tangga memiliki kebutuhan serta

pendapatan yang berbeda dan dalam memenuhi kebutuhan tersebut sangat erat kaitannya dengan kegiatan konsumsi (Astuti, 2012). Sehingga, ibu rumah tangga tentu akan melakukan kegiatan konsumsi hampir setiap hari untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga baik primer maupun sekunder. Maka dari itu, ibu rumah tangga harus lebih bijak dalam memilih dan memilah kebutuhan yang paling penting dengan mempertimbangkan manfaat maupun kegunaan agar tidak terjadi tindakan pemborosan. Dalam hal ini seperti yang dijelaskan oleh Suparti (2016) pada penelitiannya bahwa ibu rumah tangga berperan penting sebagai perencana keuangan dan pelaksana dari keluarga.

Ketika melakukan kegiatan konsumsi atau sebelum terjadinya perilaku pembelian setiap ibu rumah tangga pasti akan memikirkan uang yang di miliki dan apa yang akan dilakukan dengan uang tersebut. Pola pikir yang dilakukan itu yang merupakan salah satu bentuk sikap terhadap uang, serupa dengan apa yang dikemukakan oleh Simmel (dalam Taneja, 2012) bahwa sikap tidak hanya dapat dilihat dari tindakan namun juga dapat dilihat dari pola berpikir individu, masing-masing individu miliki pandangan yang berbeda mengenai uang yang dimiliki. Pemahaman tentang sikap terhadap uang menjadi salah satu pendekatan yang sangat diperlukan untuk mengurai perilaku individu khususnya perilaku pembelian (Davarsula & Lysonsky, 2010). Perilaku pembelian yang dilakukan oleh ibu rumah tangga dalam kehidupan sehari-hari tersebut merupakan hasil dari sikap yang dikembangkan terhadap uang yang terus berkembang dengan pengalaman baru disetiap tahap kehidupan (Xiao *et al*, 2007).

Setiap manusia mempunyai pendapat dan reaksi yang berbeda tentang uang serta situasi atau masalah yang melibatkan uang. Perbedaan pendapat tentang uang yang dianut tersebut mencerminkan perbedaan sikap seseorang terhadap uang yang terjadi karena setiap individu memiliki perkembangan dan pengalaman hidup yang berbeda-beda karena sikap terhadap uang seorang individu tidak dibawa sejak lahir (Mark & Furnham, 2019). Saat individu mengalami situasi yang berbeda dalam kehidupan sehari-hari maka akan terjadi perubahan sikap dan perilaku selama periode waktu tertentu (Supriono & Renanita, 2018). Perubahan sikap tersebut terjadi karena sikap terhadap uang merupakan pengalaman belajar sepanjang hidup yang terus menerus berkembang disetiap tahap perkembangan kehidupan seorang individu (dinamis). Perkembangan sikap terhadap uang mulai terbentuk sejak masa kanak-kanak dimana seorang manusia sudah mulai dapat mengamati dunia sekitarnya (Manchanda, 2014). Individu mulai mempersepsikan sikap awalnya dengan mengamati bagaimana orang tuanya memperlakukan uang dalam kehidupan sehari-hari karena sikap orang tua terhadap uang merupakan landasan utama yang merangsang observasi anak dirumah selain itu pengamatan praktik uang yang dilakukan oleh keluarga teman sebaya, lingkungan ekonomi dan sosial diluar rumah juga mempengaruhi terbentuknya sikap terhadap uang seorang individu (Taneja, 2012).

Sikap terhadap uang dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain pengalaman masa kanak-kanak, pendidikan, usia, status sosial, lingkungan sosial, keluarga dan jenis kelamin (Taneja, 2012). Dari pengalaman yang berkembang dalam kehidupan individu dan beberapa faktor-faktor diatas terbentuklah persepsi

tentang uang yang menentukan sikap terhadap uang kemudian menentukan perilaku individu dalam situasi yang berhubungan dengan uang. Persepsi individu tentang uang ini merupakan kekuatan pendorong utama yang mengembangkan etika uang (*money ethic*) dan mendefinisikan kepribadian uang seseorang (Manchanda, 2017). Sedangkan, pengalaman seseorang terkait uang sendiri dapat menjadi *money beliefs* dimana *money belief* inilah yang memainkan peran signifikan untuk berhasil mengelola uang dengan benar (Sina, 2013). Namun, keputusan yang diambil terkait dengan uang sepenuhnya bergantung pada perilaku keuangan yang merupakan hasil dari pengaruh sikap terhadap uang karena bagaimana sikap individu terhadap uang merupakan suatu kendali dalam aspek psikologis dari penggunaan uang (dalam Rita dan Paramita, 2017). Pendapat demikian yang menjadi salah satu alasan yang mendorong beberapa ahli melakukan penelitian untuk mempelajari dinamika dari psikologi uang sehingga muncullah teori tentang *money belief* yakni kepercayaan uang (Klonzt, 2011), *money ethic* yaitu etika uang (Tang, 1992) dan *money attitude* atau sikap terhadap uang (Yamauchi, 1982).

Sikap terhadap uang atau disebut juga dengan *money attitude* merupakan persepsi individu mengenai uang berdasarkan pengalaman dan situasi dalam hidup yang dialami oleh individu (Taneja, 2012). Secara konseptual sikap terhadap uang dapat didefinisikan sebagai persepsi multi-dimensi individu tentang uang yang menggambarkan perilaku individu dalam masalah uang (Manchanda, 2017). Definisi tersebut sependapat dengan Qamar *et al*, (dalam Syafitri dan Santi, 2017) menyatakan bahwa sikap terhadap uang merupakan persepsi individu

terhadap uang. Sikap uang adalah cara di mana uang ditangani dengan cara yang menguntungkan atau tidak menguntungkan (Mark & Furnham, 2019). Pada prinsipnya, sikap mengacu pada perasaan, pendapat dan pendekatan umum seseorang terhadap orang lain atau suatu objek (Amstrong & Rounds, 2011). Sikap terhadap uang memiliki komponen afektif yaitu bagaimana individu memandang baik atau buruknya uang, sedangkan komponen kognitif sikap terhadap uang terkait dengan bagaimana individu memandang uang sebagai prestasi, kehormatan, kebebasan dan komponen perilaku (Simanjuntak dan Rosita, 2016). Sehingga, dapat disimpulkan bahwa sikap terhadap uang adalah bagaimana cara pandang individu terhadap uang (Manchanda, 2014).

Sikap menunjukkan banyak hal terkait dengan uang, meliputi perlindungan kedudukan sosial dan kepuasan individu. Sesuai dengan penelitian Muzikante & Skuskovnika (2018) menyatakan bahwa motif yang mendasari sikap terhadap uang berkisar antara meningkat harga diri serta berjuang untuk status dan kekuasaan. Penelitian terdahulu terkait sikap terhadap uang dan pengukurannya telah beberapa kali dilakukan dan banyak mengalami perkembangan. Penelitian paling pertama dilakukan oleh Wernimont dan Fitzpatrick (1972), kemudian dilakukan penelitian pragmatis oleh Goldberg dan Lewis (1978), selanjutnya Yamauchi dan Templer (1982) dan yang terakhir Tang (1992). Namun, dari beberapa penelitian tersebut Yamauchi dan Templer (1982) yang pertama kali menciptakan skala empiris terkait sikap terhadap uang yang diberi nama MAS (*Money Attitude Scale*). Yamauchi dan Templer (1982) telah mengakui bahwa sikap uang adalah multi-dimensi. Mencakup seluruh dimensi yang menampilkan

cara seseorang bertindak dan berperan dalam situasi yang terkait dengan uang. Sikap terhadap uang milik Yamauchi dan Templer terdiri dari 4 dimensi yang menunjukkan bagaimana cara seseorang menyikapi uang dalam hidupnya, keempat dimensi tersebut ialah (1) *power-pretige* (2) *retention-time* (3) *distrust* dan yang terakhir (4) *anxiety*.

Dimensi pertama ialah *power prestige*, dimensi ini berawal dari sikap saling berkompetisi antara individu dengan orang-orang disekitarnya karena adanya rasa gengsi yang dimiliki sehingga untuk menutupi rasa gengsi tersebut individu cenderung menggunakan uang untuk berbelanja agar dapat membuat orang lain terkesan (Supriono & Renanita, 2018). Pada dimensi ini individu memandang uang sebagai simbol kesuksesan serta cenderung menggunakan uangnya untuk mempengaruhi dan mengesankan orang lain. Bagi individu, uang adalah alat untuk mencapai kekuasaan atas lingkungannya dan orang lain. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mitchell, Darkin, Mickel & Gray (dalam Taneja, 2012) yang menyatakan bahwa uang mampu menjadi sumber rasa bangga dan alat untuk mendapatkan status sosial. Sehingga, pada ibu rumah tangga sendiri sikap *power-prestige* ini dapat dilihat dari bagaimana ibu rumah tangga menggunakan uang yang dimiliki sebagai alat untuk mendapatkan status sosial dilingkungannya. Hal tersebut dapat diselaraskan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Astuti (2013) yang menunjukkan bahwa dari beberapa alasan yang mendasari ibu rumah tangga melakukan perilaku konsumtif terdapat alasan yang kuat ibu membeli barang demi menjaga penampilan diri dan rasa gengsi serta membeli barang untuk menjaga simbol status. Karena menurut Walker & Garmin (dalam Wong, 2010)

uang menjadi dasar seseorang dalam melihat kekuatan dari orang lain serta menjadi faktor daya tarik seseorang.

Individu dengan sikap *power-prestige* terhadap uang cenderung menggunakan uang dan apa saja yang dapat dibeli sebagai alat komunikasi sosial serta untuk mendapatkan identitas sosial melalui kegiatan konsumsi. Secara sederhana individu dengan sikap *power-prestige* terhadap uang percaya bahwa uang dapat memberikan akses untuk mendapatkan kekuasaan dan status sosial (Bonsu, 2008). Sesuai dengan hasil penelitian Supriono & Renatita (2018) pada wanita karir di Surabaya yang menunjukkan bahwa individu yang memiliki *power-prestige* tinggi akan selalu berusaha untuk membuktikan bahwa dirinya lebih baik dan lebih kaya dari orang-orang yang ada disekitarnya. Hal ini dapat individu lakukan dengan membelanjakan uang yang dimilikinya untuk membeli barang-barang yang berharga, sehingga jika hal ini terjadi berulang-ulang akan menjadikan individu sebagai pembeli kompulsif. Sedangkan individu yang memiliki *power-prestige* rendah akan cenderung mampu mengontrol dirinya dalam menggunakan uang sehingga akan terhindar dari perilaku pembelian kompulsif.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada ibu rumah tangga di Kecamatan Bungatan yang terdiri dari 2 ibu rumah tangga bekerja dan 2 ibu rumah tangga tidak bekerja (Agustus, 2020). Hasil wawancara menunjukkan bahwa ibu rumah tangga menganggap uang adalah suatu hal yang sangat penting bagi kehidupan karena jika tidak ada uang maka kehidupan akan menjadi sulit. Subjek cenderung mengutamakan uang sebagai hal paling penting untuk

memenuhi kebutuhan sehari-hari dalam rumah tangga karena sebagai ibu rumah tangga sudah seharusnya mendahulukan kepentingan keluarga barulah setelah semua terpenuhi subjek akan menggunakan uangnya untuk membeli keperluan pribadi seperti tas, pakaian, kosmetik dan kebutuhan wanita yang lainnya yang untuk tetap bisa menjaga penampilan dan kepercayaan dirinya meskipun terkadang harus berhutang ketika memang penghasilan tidak cukup untuk membeli kebutuhan.

Ibu rumah tangga yang bekerja mengatakan bahwa dengan memiliki penghasilan sendiri dengan bekerja subjek merasa sukses secara finansial sehingga tidak harus selalu bergantung pada suami meskipun tetap mendapatkan uang dari penghasilan suami. Subjek lainnya menganggap bahwa uang merupakan simbol dari kebahagiaan karena dengan uang subjek dapat membeli apa saja khususnya untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan keperluan pribadi. Sejalan dengan penelitian Falahati & Paim (2011) yang menunjukkan bahwa wanita diketahui menyukai uang karena uang tidak hanya dapat memberikan kepuasan tetapi mereka juga dapat membelanjakan uang yang dimiliki sehingga wanita cenderung melakukan pemborosan lebih besar daripada pria.

Subjek juga mengatakan bahwa subjek cenderung tidak terlalu menghiraukan dan membandingkan bagaimana keadaan keuangan orang lain karena subjek lebih berfokus pada bagaimana mengelola keuangan agar dapat mencukupi semua kebutuhan dalam keluarganya. Sesuai penelitian Ham (dalam Manchanda, 2020) yang menunjukkan bahwa pria lebih menjunjung tinggi uangnya dan lebih suka bersaing dibandingkan dengan wanita. Selain itu beberapa penelitian terdahulu

dalam yang dikutip dalam Davarsula & Lysonski (2010) menemukan bahwa pria lebih mungkin menggunakan uangnya sebagai alat untuk mempengaruhi (*power*) dan mengesankan orang lain (*prestige*) dibandingkan dengan wanita, karena wanita lebih mengutamakan kenyamanan dan keamanan dalam menangani uang.

Dimensi kedua ialah *retention time*, dimana pada dimensi ini individu sangat menekankan pada perencanaan keuangan yang aman untuk masa depan dengan melakukan pengelolaan keuangan yang baik, individu lebih merencanakan pilihan dan perilaku konsumsi dengan hati-hati untuk mengantisipasi keamanan finansial serta menggunakan uang lebih kepada orientasi untuk masa depan (Bonsu, 2008). Menurut Setyawan (2011) *retention time* merupakan salah satu sikap psikologis individu yang mengacu pada perilaku dimana individu tidak ingin menghabiskan uangnya. Dalam hal ini individu lebih bijaksana dalam pengelolaan keuangannya seperti melakukan perencanaan untuk menabung. Karena dimensi ini menggambarkan perilaku yang ditujukan untuk masa depan yang membutuhkan persiapan terencana (Yamauchi & Templer, 1982).

Dimensi *retention-time* berfokus pada bagaimana individu mampu merancang dan mengatur keuangannya untuk kehidupan dimasa depan. Menurut Bonsu (dalam Supriono & Renanita, 2018) beberapa individu memiliki perencanaan yang *detail* dalam mengambil keputusan untuk berbelanja dan mempersiapkan keuangan di masa depan. Seperti halnya seorang wanita dalam rumah tangga memiliki peranan penting yang berhubungan dengan dimensi ini, Siregar (2019) menyatakan bahwa lazimnya dalam pengelolaan keuangan keluarga seorang ibu rumah tangga memiliki peranan lebih besar dibandingkan dengan suami. Ibu

rumah tangga yang mampu mengelola keuangan keluarga dengan baik akan dapat membuat keluarga menjadi lebih sejahtera. Hal tersebut dibuktikan juga dengan hasil wawancara yang menunjukkan bahwa ibu yang bekerja maupun tidak memiliki tanggung jawab dalam mengelola keuangan khususnya untuk kebutuhan keluarga karena mencari nafkah adalah tugas utama suami meskipun begitu sebagai istri tetap harus berdiskusi dengan suami perihal apapun itu. Sehingga, bagaimana cara ibu rumah tangga melakukan perencanaan dalam segi finansial khususnya untuk persiapan dimasa mendatang akan berpengaruh terhadap kesejahteraan keluarganya.

Pada dimensi *retention time* ini jika dilihat berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan subjek ibu rumah tangga cenderung tidak melakukan perencanaan keuangan keluarga secara tertulis subjek lebih menyesuaikan penggunaan uang dengan kondisi dan kebutuhan sehari-hari, selain itu subjek lebih sering mengutamakan kebutuhan anak dan dapur untuk kebutuhan pribadi subjek mengatakan bahwa ketika subjek benar-benar membutuhkan subjek baru akan membelinya karena subjek selalu mencoba untuk bijaksana dalam menggunakan uang yang dimiliki. Meskipun begitu sebagai ibu rumah tangga terkadang kesulitan dalam mencukupi kebutuhan keluarga yang kompleks dengan penghasilan yang tidak terlalu besar sehingga pada saat-saat tertentu ibu subjek lebih memilih berhutang atau meminjam uang untuk bisa memenuhi kebutuhan sehari-hari. Sejalan dengan hasil penelitian Prince (dalam Manchanda, 2014) yang menunjukkan bahwa wanita lebih mengutamakan keamanan dalam menangani uang.

Dari ke empat subjek ada 2 subjek yang menyetor uang secara teratur setiap harinya sebagai uang cadangan ketika suatu saat ada keperluan yang mendesak dan keperluan utama untuk pendidikan anak mereka, subjek lainnya tidak menabung secara teratur setiap harinya karena dengan keadaan yang kurang memadai uang yang dimiliki hanya cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari bahkan untuk tabungan dimasa tua subjek belum mampu menyetor uangnya tetapi subjek akan menabung ketika memang ada rejeki lebih. Subjek juga mengatakan bahwa ketika memiliki rejeki lebih subjek akan menabung dengan cara membeli perhiasan emas yang mana ketika ada kebutuhan mendesak emas tersebut bisa dijual kembali selain itu emas juga memiliki fungsi lain yakni sebagai aksesoris bahkan di wilayah Situbondo khususnya daerah kecamatan Bungatan emas atau perhiasan cenderung dijadikan suatu simbol kekayaan oleh masyarakat khususnya ibu rumah tangga sehingga lebih banyak yang tertarik menabung dalam bentuk emas. Salah satu subjek yang bekerja mengatakan bahwa dalam pekerjaannya subjek memang sudah memiliki asuransi tunjangan dimasa tua sehingga subjek hanya fokus menabung untuk kepentingan pendidikan anak, kepentingan mendesak dan anggaran kesehatan keluarga.

Dalam hal evaluasi keuangan subjek mengatakan jarang melakukan evaluasi keuangan secara detail, subjek hanya melakukan kalkulasi secara manual agar mengetahui pemasukan dan pengeluaran setiap bulannya, ibu rumah tangga cenderung lebih sering mengecek kembali uangnya untuk memastikan tidak ada uang yang hilang. Salah satu subjek menggunakan uangnya dengan cara memilah-milah uang sesuai dengan kebutuhan disetiap bulannya tetapi tetap harus memiliki

tabungan untuk kebutuhan-kebutuhan yang tidak terduga seperti sakit dan kebutuhan lainnya. Selain itu, sebagai ibu rumah tangga selalu melakukan perencanaan dalam membeli kebutuhan dalam rumah tangganya agar tidak terjadi pemborosan. Sejalan dengan pendapat Wong (2010) seorang individu yang dipengaruhi oleh faktor ini berusaha untuk mengamankan masa depan keuangannya dan mengawasi keamanan uang serta aset yang dimiliki secara keseluruhan. Uang yang dimiliki akan digunakan dengan kebijaksanaan dan pembelian harus direncanakan. Hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa secara umum wanita memang lebih berhati-hati daripada pria yang memiliki uang dan lebih memperhatikan keamanan finansial masa depan (*retention time*). Tang (dalam Manchanda, 2020) menyimpulkan bahwa wanita lebih banyak melakukan perencanaan keuangan. Secara perspektif gender juga menunjukkan sikap terhadap uang pria lebih mengarah pada kekuatan dan dimensi kecemasan, sedangkan wanita lebih mengarah pada anggaran keluarga, anggaran pribadi, pemeliharaan dan penilaian (Lim *et al.*, 2003). Dalam masyarakat tradisional, dimana pria dianggap sebagai pekerja dan pencari nafkah serta kepala keluarga sehingga pria cenderung menggunakan uang untuk menunjukkan kekuatan dan prestisenya. Sedangkan wanita lebih merangkul peran keluarga, mementingkan dominasi anggaran dan retensi uang (Shim *et al.*, 2010).

Dimensi ketiga ialah *Distrust*, pada dimensi ini individu merasa tidak percaya diri dengan kemampuannya dalam situasi yang melibatkan penggunaan uang dan ketidakpercayaannya dalam mengambil keputusan untuk menggunakan uang dalam pembelian yang efisien serta merasakan keraguan. Ciri-ciri dari dimensi *distrust*

adalah adanya sikap ragu-ragu dan curiga hal ini berkaitan dengan ketidakamanan dan ketidakpuasan dengan kehidupan (Bonsu, 2008). Dimensi *.distrust* berbicara tentang keraguan individu saat membeli dan membayar barang yang sudah dibelinya. Termasuk pada ibu rumah tangga yang sangat senang melakukan proses tawar menawar ketika berbelanja khususnya di pasar tradisional, jika di pasar modern ibu rumah tangga cenderung memilih secara teliti barang dengan kualitas yang sama namun dengan harga yang lebih terjangkau (Astuti,2012). Hal tersebut selaras dengan yang dikemukakan oleh Lejoyeux, dkk (2010) bahwa individu sering mengalami keraguan ketika harus membayar barang yang sudah dibelinya. Hal ini terjadi karena individu sering merasa kecewa dan tidak puas dengan barang yang sudah dibelinya (Lejoyeux *et al.*, 2010). Maka hal tersebut akan berdampak pada kebingungan ketika seorang ibu rumah tangga melakukan pembelian (Sugiharto H.W,dkk 2018).

Berdasarkan hasil wawancara pada dimensi ini, ibu rumah tangga cenderung senang melakukan tawar menawar ketika berbelanja dipasar tradisional karena menurut subjek mereka akan dapat harga yang lebih murah dari harga yang sudah ditawarkan oleh pedagang. Salah satu subjek mengatakan bahwa subjek sering melakukan perbandingan harga dari toko satu dengan toko yang lain misalnya tentang harga sembako, subjek sering bertukar pendapat dengan ibu-ibu lain untuk mendapatkan informasi tentang toko mana yang harga sembakonya lebih murah karena subjek ingin mendapatkan sembako dengan harga yang paling murah tentunya dengan kualitas dan barang yang tetap sesuai dengan apa yang dibutuhkan subjek. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Manchanda (2020) yang

berpendapat bahwa wanita lebih tertarik dalam perburuan barang murah dibandingkan dengan pria. Ketika sudah membeli suatu barang namun subjek mengetahui bahwa ditoko yang lain harganya lebih murah, subjek mengatakan bahwa subjek sedikit kecewa namun karena barang sudah dibeli subjek juga tidak perlu terlalu menyesalinya hanya saja hal tersebut dapat subjek gunakan sebagai bahan pertimbangan ketika akan melakukan pembelian selanjutnya. Dalam penelitian Yamauchi dan Templer (1982) dijelaskan bahwa dimensi *distrust* ini berkaitan erat dengan fenomena "*price sensitivity*" karena seorang konsumen sangat sensitif terhadap harga barang atau yang akan dibeli, artinya individu cenderung sensitif terhadap harga sehingga akan mempertimbangkan harga barang yang lebih rendah dan menunjukkan kurangnya kepercayaan pada kemampuannya untuk melakukan pembelian yang efisien (Phau & Woo, 2008).

Ketika melakukan pembelian atau berbelanja khususnya untuk kebutuhan rumah tangga subjek tidak terlalu banyak berfikir karena menurut subjek ketika subjek butuh subjek harus membelinya, kecuali ketika subjek ingin membeli kebutuhan pribadi seperti tas, sepatu dan kosmetik subjek lebih cenderung memikirkan apakah subjek benar-benar butuh atau tidak namun ketika memang sudah cocok dengan barang tersebut subjek akan langsung membelinya. Subjek mengatakan ketika membeli sesuatu mengapa subjek harus benar-benar memikirkan secara matang agar subjek tidak menyesal dan mengeluh terhadap harga atau barang yang sudah dibeli nantinya. Dalam hal memenuhi kebutuhan pokok sehari-hari subjek tidak pernah ragu untuk mengeluarkan uangnya karena menurut subjek itu adalah kebutuhan utama yang harus dipenuhi terlebih dahulu

dibandingkan dengan kebutuhan yang lainnya. Salah satu subjek mengatakan bahwa ketika subjek berbelanja dan mengeluarkan biaya yang besar subjek sering merasa curiga bahwa penjualnya mengambil keuntungan yang banyak, namun subjek yang lainnya tidak pernah merasa curiga akan hal itu karena subjek menganggap bahwa harga yang dikeluarkan memang sudah sepadan dengan banyaknya barang yang dibeli. Hasil wawancara tersebut tidak sejalan dengan pendapat Prince (dalam Manchanda,2014) bahwa wanita kurang percaya diri dalam urusan keuangan mereka dibandingkan pria, wanita juga menunjukkan tingkat ketidakpercayaan dan kecemasan yang lebih tinggi ketika berkaitan dengan masalah uang.

Kecemasan terhadap uang tersebut termasuk dalam dimensi terakhir yakni *Anxiety*, dimensi ini memiliki dua karakteristik, yaitu uang dapat menimbulkan kecemasan dan dapat memberikan perlindungan dari kecemasan tersebut (Yamauchi & Templer, 1982). *Anxiety* menekankan bahwa uang adalah sumber dari stress atau depresi. Individu dengan sikap *anxiety* sangat mengkhawatirkan uang, kecemasan yang ditunjukkan dengan kehati-hatian dalam semua urusan yang melibatkan uang, uang juga tidak dilihat sebagai jalan menuju kebahagiaan dan mendapatkan status sosial (Bonsu, 2008). Pada dimensi ini individu cenderung menganggap bahwa uang adalah sumber kegelisahan dan juga sumber perlindungan dari kegelisahan itu sendiri. Dimana individu merasa cemas ketika tidak memiliki cukup uang, khawatir tidak bisa menjaga keuangannya dan merasa cemas ketika melewatkan suatu promo (Paramita & Rita, 2017).

Berdasarkan hasil wawancara pada ibu rumah tangga, ibu rumah tangga cenderung memiliki keingintahuan yang tinggi pada hal yang berkaitan dengan diskon atau suatu promo. Salah satu subjek mengatakan bahwa subjek sangat antusias ketika disalah satu mall, situs belanja online atau supermarker sedang mengadakan promo besar-besaran subjek sering melakukan pembelian yang tidak terencana yang disebabkan dengan adanya promo tersebut karena keinginan untuk membeli menjadi semakin besar. Namun, subjek yang lainnya cenderung tidak gampang tergiur dengan adanya promo atau diskon kecuali ada barang yang memang menjadi kebutuhan yang harus dipenuhi dan sedang diskon maka subjek akan langsung membelinya karena subjek akan mendapatkan harga yang lebih murah dari biasanya tetapi ketika barang yang sedang promo tidak menjadi kebutuhan yang sangat mendesak bagi subjek maka subjek akan lebih memilih untuk menunda membeli barang tersebut karena ada kebutuhan rumah tangga yang perlu dipenuhi terlebih dahulu. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian Septiana & Aqilah (2018) yang menunjukkan bahwa selain faktor kebutuhan dalam pemenuhan konsumsi keluarga faktor paket promo juga mempengaruhi perilaku konsumsi pada ibu rumah tangga. Karena hasil menunjukkan ibu rumah tangga tidak segan-segan akan membeli barang yang sedang diskon/promo besar-besaran ketika memang barang tersebut harus dipenuhi untuk kebutuhan keluarga. Namun, terkadang barang diskon yang ada tidak sesuai dengan kebutuhan atau ketersediaan uang yang dimiliki ibu rumah tangga cenderung akan menunda pembelian barang tersebut.

Dalam menggunakan uangnya subjek cenderung berusaha untuk berhemat dan tidak terlalu banyak mengeluarkan uang hanya untuk hal yang tidak penting karena subjek merasa takut akan kekurangan uang ketika sering melakukan pemborosan. Subjek juga mengatakan bahwa mereka merasa khawatir ketika tidak memiliki uang karena beberapa kebutuhan yang belum terpenuhi. Namun, salah satu subjek yang bekerja mengatakan terkadang merasa puas ketika menghabiskan uangnya untuk membeli kebutuhan dengan hasil kerja kerasnya. Sebagai ibu rumah tangga beberapa subjek selalu berusaha untuk tetap menjaga kestabilan keuangan keluarga agar ketika terjadi suatu hal yang tidak diinginkan subjek tidak terlalu khawatir tentang masalah finansialnya. Sesuai dengan pendapat Durvasula & Lysonski (2010) yang menjelaskan bahwa sebagian orang menganggap uang sebagai alat penyelesaian masalah dan mengagumi keberadaannya, akan tetapi bagi sebagian orang yang lain uang merupakan hal yang akan merusak dan sumber dari kecemasan sehingga menjadi penyebab depresi dan permasalahan dalam hidup individu.

Sikap terhadap uang seorang individu dapat dilihat sisi positif dan negatifnya ketika hasil skor keempat dimensinya berkesinambungan membentuk suatu sikap positif atau negatif terhadap uang. Dari pemaparan teori Yamauchi & Templer (1982) diatas seorang individu dapat dikatakan memiliki sikap terhadap uang yang baik atau positif ketika dimensi *power-prestige*, *distrust* dan *anxiety* memiliki skor yang rendah sedangkan pada dimensi *rentention time* menghasilkan skor tinggi itu artinya sikap individu tersebut memandang uang melalui nilai dan fungsi ekonominya saja bukan untuk menunjukkan kemampuan finansial dari seberapa

banyak uang yang dimiliki serta memiliki kepercayaan diri yang tinggi dalam mengambil keputusan terkait uang sehingga individu lebih mementingkan keamanan di masa depan dengan menabung secara teratur agar tidak mengalami kecemasan berlebihan terhadap masalah keuangan. Sedangkan, individu dikatakan memiliki sikap terhadap uang yang negatif ketika skor pada dimensi *power-prestige*, *distrust* dan *anxiety* tinggi sedangkan pada dimensi *rentention time* menghasilkan skor rendah yang menunjukkan sikap individu cenderung memandang uang sebagai alat untuk menunjukkan kemampuan secara finansial agar dapat dihargai di lingkungan sosialnya dengan menggunakan uang untuk membeli barang-barang yang bertujuan membuat orang lain terkesan sehingga hal tersebut membuat ibu rumah tangga kurang mementingkan tabungan untuk masa mendatang karena kurangnya rasa percaya diri terhadap kemampuannya dalam urusan keuangan sehingga membuat ibu rumah tangga selalu merasa cemas terhadap masalah yang berkaitan dengan uang.

Berdasarkan pemaparan tentang sikap terhadap uang maka kondisi yang sebenarnya persepsi terhadap uang pada ibu rumah tangga di Kecamatan Bungatan Situbondo berdasarkan hasil wawancara adalah subjek menunjukkan sikap negatif dari hasil wawancara dapat dijelaskan bahwa ibu rumah tangga memiliki persepsi bahwa uang merupakan hal yang paling penting dalam kehidupan yang digunakan sebagai alat pembayaran selain itu uang juga dianggap suatu simbol dari kebahagiaan karena dengan uang subjek dapat membeli apapun yang diinginkannya. Ibu rumah tangga menganggap bahwa hidup akan menjadi lebih sulit ketika tidak memiliki uang karena dengan uang subjek dapat

mencukupi kebutuhan keluarga agar kesehatan gizi semua anggota keluarga tetap terjaga, meskipun ketika membeli kebutuhan sehari-hari dan juga kebutuhan pribadi terkadang melebihi anggaran dari penghasilan yang seharusnya. Pemenuhan kebutuhan yang melebihi penghasilan tersebut dikarenakan tujuan sebenarnya ibu rumah tangga adalah ingin menunjukkan pada orang lain bahwa keluarga mereka mampu meskipun terkadang harus berhutang ketika memang tidak ada uang cadangan dan penghasilan tidak cukup untuk membeli kebutuhan.

Kurangnya informasi serta pengalaman tentang investasi yang lebih menguntungkan membuat ibu rumah tangga cenderung lebih memilih menyimpan uangnya dalam bentuk barang-barang berharga bukan tabungan seperti perhiasan emas yang menurut mereka lebih menarik untuk disimpan sebagai tabungan juga aksesoris agar dapat menunjukkan kemampuan secara finansial. Sehingga, ketika membutuhkan uang secara mendadak ibu rumah tangga lebih memilih cara cepat dengan berhutang atau meminjam uang daripada harus menjual emas secara cepat namun waktunya tidak tepat dan menjadi rugi karena harga emas tidak dapat di prediksi kapan turun atau naiknya. Selain itu, meskipun subjek selalu berusaha melakukan pengelolaan keuangan yang baik dengan cara menabung untuk masa depan, subjek masih sering menggunakan tabungannya untuk kebutuhan yang mendesak karena subjek cenderung menabung hanya ketika ada kelebihan uang dari anggaran belanja yang sudah ditetapkan bukan menabung dengan uang yang memang sudah ditetapkan diawal untuk tabungan masa mendatang yang tidak boleh diambil meskipun sedang membutuhkan. Perencanaan anggaran ibu rumah tangga yang kurang matang terhadap keselarasan antara kebutuhan dan

pendapatan keluarga serta kurangnya kepercayaan terhadap kemampuan keuangan menjadi salah satu sebab terjadinya perilaku konsumtif dan berhutang yang dilakukan oleh ibu rumah tangga yang pada akhirnya akan menimbulkan kecemasan terhadap masalah terkait keuangan.

Tidak terlalu luas wawasan pengetahuan ibu rumah tangga tentang pentingnya menabung dengan perencanaan yang baik dan ilmu tentang investasi masa depan tersebut terjadi karena kurangnya literasi keuangan pada ibu rumah tangga khususnya di Indonesia dimana berdasarkan hasil survey *Financial Services Authority* (FSA) tahun 2013 diketahui bahwa tingkat literasi keuangan Indonesia sangat rendah yaitu 21,84%. Artinya hanya 21,84% orang Indonesia yang memahami dengan benar tentang hak, kewajiban, biaya dan resiko, serta manfaat dari produk dan layanan keuangan. Kusuma (2014) juga menyatakan bahwa tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia jauh lebih rendah dibandingkan Singapura dan Malaysia, bahkan masih berada pada level di bawah Thailand. Kondisi tersebut merupakan akibat dari masih banyak masyarakat Indonesia yang belum mengenal jasa keuangan. Diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Pulungan (2017) yang menunjukkan bahwa wanita lebih cenderung rendah tingkat edukasi keuangannya sehingga gagal mengelola keuangan dan mempersiapkan keuangannya di masa depan.

Memahami sikap terhadap uang menjadi suatu hal yang penting karena dapat menentukan bagaimana perilaku individu terhadap uang. Sehingga sikap sering digunakan untuk memprediksi perilaku, namun sikap yang ditunjukkan juga tidak selalu sesuai dengan perilaku yang nampak karena sikap tidak dapat secara

langsung mempengaruhi sebuah perilaku. Perilaku yang muncul harus didahului oleh niat untuk melakukan sesuatu (intensi). Sikap belum merupakan suatu tindakan atau aktivitas, akan tetapi merupakan predisposisi tindakan suatu perilaku atau kesiapan untuk bereaksi terhadap objek (Notoatmodjo, 2003). Menurut pendapat Dunn (dalam Shohib, 2015) perilaku sosial yang muncul dari individu dapat dilihat dari bagaimana individu tersebut memandang uang, sedangkan perilaku individu ketika berbelanja atau perilaku ekonomi lainnya (menabung, berutang, investasi dan kerja) dapat dihubungkan dengan sikap terhadap uang.

Sikap terhadap uang jika ditinjau dari jenis kelamin menunjukkan ada perbedaan, dimana pria melihat uang sebagai sebagai alat kekuasaan sementara, sehingga mengalami kecemasan yang berakibat pada sikap dapat menyimpan uang. Pada wanita yang memiliki pemikiran konservatif menganggap uang untuk memanjakan dirinya (Fatim & Paim, 2011). Selain itu, meskipun pendapatan dan keuangan berkaitan erat dengan sikap terhadap uang akan tetapi pendapatan belum dapat dikatakan menjadi faktor kuat dalam mempengaruhi sikap terhadap uang seorang individu karena Yamauchi & Templer (dalam Stumm, *et al.*, 2013) menyatakan bahwa sikap terhadap uang pada dasarnya tidak tergantung pada pendapatan seseorang, beberapa penelitian yang dilakukan secara empiris hasilnya masih tidak konsisten dan membutuhkan penelitian yang lebih mendalam mengenai pengaruh pendapatan terhadap sikap uang. Hal ini juga diperkuat dengan pendapat Tang dan rekan-rekannya yang menyatakan “Kaya atau miskin adalah kondisi pikiran. Orang mungkin miskin secara finansial tetapi kaya secara psikologis dan

sebaliknya” menunjukkan bahwa besar kecilnya pendapatan seseorang tidak dapat menjadi acuan kebahagiaan atau kecemasan individu terhadap uang (Gąsiorowska, 2008).

Fenomena sikap terhadap uang pada ibu rumah tangga merupakan fenomena yang menarik untuk dikaji, karena segala bentuk sikap yang ditunjukkan oleh ibu rumah tangga dalam pengelolaan keuangan, perilaku belanja dan juga gaya hidup merupakan hasil dari sikap terhadap uang. Sehingga, apabila sikap terhadap uang mengarah pada sikap yang negatif dengan lebih mengutamakan pemenuhan kebutuhan secara berlebihan tanpa perencanaan keuangan yang tepat maka akan memunculkan perilaku merugikan lainnya seperti perilaku berhutang dan perilaku konsumtif yang dapat menimbulkan kurangnya kepercayaan diri terhadap kemampuan keuangan dan kecemasan apabila tidak mampu mengontrol sikap terhadap uangnya (Shohib, 2015). Maka sebagai ibu rumah tangga yang bertanggung jawab terhadap keuangan keluarga harus memiliki sikap terhadap uang yang baik dengan lebih bijaksana saat memperlakukan uang yang di miliki agar tidak terjadi pemborosan ataupun masalah keuangan lainnya yang dapat merugikan dan berdampak pada kesejahteraan keluarganya (Siregar, 2019). Selain memunculkan perilaku berhutang dan konsumtif, dampak negatif lainnya ialah pengeluaran yang tidak dapat dikendalikan, kecemasan yang berlebihan, kurangnya rasa percaya diri dan rasa penyesalan yang di kaitkan dengan masalah *financial* (Paramita & Rita, 2017).

Penelitian ini juga dilakukan untuk mendapatkan gambaran sikap terhadap uang berdasarkan faktor demografi. Jadi, demografi yang digunakan dalam

penelitian ini yaitu usia, pendidikan dan status pekerjaan. Dikarenakan belum ada penelitian yang mendeskripsikan secara *detail* dan teoritis tentang gambaran *money attitude* pada ibu rumah tangga sebagai subjek penelitian. Sehingga, hal tersebut juga menjadi salah satu alasan bagi peneliti untuk menjadikan permasalahan dalam sebuah penelitian yang berjudul **“Sikap Terhadap Uang (*Money Attitude*) Pada Ibu Rumah Tangga Di Kecamatan Bungatan Kabupaten Situbondo”**. Selain itu, alasan lain mengapa peneliti melakukan penelitian ini adalah saran dari peneliti terdahulu untuk penelitian selanjutnya agar dapat lebih memperluas variasi populasi atau subjek penelitian. Sehingga, yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah karakteristik populasi yang belum pernah digunakan pada penelitian-penelitian terdahulu yakni ibu rumah tangga karena penelitian terdahulu lebih banyak menggunakan populasi mahasiswa dan karyawan sebagai subjek penelitiannya.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah gambaran sikap terhadap uang (*money attitude*) ibu rumah tangga di Kecamatan Bungatan Kabupaten Situbondo?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin di capai yaitu mengetahui bagaimana gambaran sikap terhadap uang (*money attitude*) ibu rumah tangga di Kecamatan Bungatan Kabupaten Situbondo.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai kontribusi terhadap pengembangan ilmu psikologi industri serta hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai penguatan teori sikap terhadap uang (*money attitude*) pada ibu rumah tangga, dan menjadi bahan bacaan kepustakaan mengenai sikap terhadap uang (*money attitude*) yang masih sangat perlu diketahui.

2. Manfaat Praktis

a. Manfaat Bagi Ibu Rumah Tangga

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan bukti empiris dalam bentuk suatu informasi berdasarkan hasil penelitian mengenai dimensi-dimensi sikap terhadap uang (*money attitude*) pada ibu rumah tangga, sehingga dapat di jadikan sebagai bahan bacaan serta kajian terkait gambaran sikap terhadap uang (*money attitude*) pada ibu rumah tangga khususnya di Kecamatan Bungatan Kabupaten Situbondo.

E. Keaslian Penelitian

Penulis menggunakan kajian dari penelitiannya sebelumnya yang berkaitan dengan perbedaan *money attitude* ibu rumah tangga yang bekerja dan tidak bekerja. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh :

1. Supriono & Renanita (2018) dengan judul “Hubungan antara Sikap Terhadap Uang dan Pembelian Komplusif pada Wanita Karir di Surabaya”. Penelitian ini bertujuan untuk melihat hubungan dari setiap dimensi sikap terhadap uang (*power-prestige, retention time, distrust dan anxiety*) dengan perilaku konsumtif pada wanita karir di Surabaya. Kriteria subjek dalam penelitian ini

merupakan wanita karir di Yayasan X Surabaya, Komunitas X di Surabaya, dan Universitas X di Surabaya sebanyak 183 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan *incidental sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya hubungan positif antara dimensi *power- prestige*, *distrust*, *anxiety* dengan pembelian kompulsif pada wanita karir di Surabaya. Semakin tinggi *power-prestige*, *distrust*, *anxiety* maka semakin tinggi kecenderungan pembelian kompulsif pada wanita karir di Surabaya begitu pula sebaliknya. Kemudian, ada hubungan negatif antara dimensi *retention-time* dengan pembelian kompulsif pada wanita karir di Surabaya. Semakin tinggi *retention-time* maka semakin rendah kecenderungan pembelian kompulsif pada wanita karir di Surabaya begitu juga sebaliknya.

2. Rita & Paramita (2017) dengan judul “*Money Attitude Dan Self Control Terhadap Perilaku Konsumtif Karyawan*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana gambaran *personal finance*, mengenai aspek psikologis *money attitude* dan aspek pengontrolan diri dengan *self-control* dalam perilaku konsumtif seseorang dan apakah ada pengaruh antara *money attitude* dan *self control* terhadap perilaku konsumtif. Kriteria subjek dalam penelitian ini merupakan individu yang sudah bekerja dan bersedia mengisi kuesioner, dengan metode *purposive sampling*. Hasilnya *money attitude* tidak memiliki pengaruh terhadap pola hidup konsumtif pada karyawan. Hasil penelitian ini berbeda dari penelitian sebelumnya yang menerangkan bahwa *money attitude* mempengaruhi perilaku konsumtif hal tersebut terjadi karena populasi yang digunakan kurang luas dan tidak mempertimbangkan segi

pendapatan subjek. Namun, *money attitude* memiliki pengaruh terhadap *self control* dimana karyawan memiliki pengendalian dalam melakukan pengeluaran dana untuk kebutuhan atau keinginan. *Self control* memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif, dimana peran pengelolaan keuangan menjadi penting untuk mencegah pola hidup konsumtif.

3. Shohib (2015) dengan judul “Sikap Terhadap Uang Dan Perilaku Berhutang”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana gambaran hubungan sikap terhadap uang terhadap perilaku berhutang. Kriteria subjek penelitian ini adalah mahasiswa UM Malang dengan usia 18–21 tahun. Pengambilan sampel dengan menggunakan teknik quota sampling, dimana peneliti menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri–ciri tertentu sampai jumlah kuota yang diinginkan. Hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa ada hubungan signifikan antara *money attitude* dengan perilaku berhutang.
4. Twenty Mariza Syafitri & Fitri Santi (2017) dengan judul “*The Impact of Money Attitude on Personal Financial Management Behavior, and Self-Control as Moderation Variables*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana dampak sikap terhadap uang terhadap perilaku manajemen keuangan pribadi dengan *self control* sebagai variabel moderasi. Kriteria subjek penelitian ini adalah mahasiswa aktif program sarjana-reguler dan pascasarjana di FEB angkatan 2013-2016 yang berjumlah 2.494 orang dengan metode *insidental sampling*. Hasil dari penelitian ini : (1) Hasil uji H1 menunjukkan ada pengaruh signifikan antara sikap terhadap uang dan perilaku pengelolaan keuangan pribadi, (2) Hasil uji H2 menunjukkan ada

pengaruh signifikan antara pengendalian diri dan perilaku pengelolaan keuangan pribadi, (3) Hasil uji H3 menunjukkan bahwa konstruk *moderating effect* tidak berpengaruh signifikan atau konstruk pengendalian diri bukan merupakan konstruk moderasi pada hubungan langsung antara sikap terhadap uang dan perilaku pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa di FEB.

5. Duravasula & Lysonsni (2007) dengan judul “*Money Attitudes, Materialism, and Achievement Vanity: An Investigation of Young Chinese Consumers’ Perceptions*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara sikap uang, kesombongan prestasi, dan materialisme dengan melakukan investigasi pada persepsi konsumen muda di Tiongkok. Subjek yang digunakan dalam penelitian ini ialah 124 responden konsumen muda Cina. Hasil penelitian ini menunjukkan hubungan yang signifikan antara beberapa dimensi sikap uang yang diukur dengan skala sikap uang (MAS), kesombongan prestasi, dan materialisme.

Berdasarkan uraian diatas terdapat kesamaan yaitu dalam menjelaskan mengenai *Money Attitudes*, namun walaupun telah ada penelitian sebelumnya tetap ada perbedaan dengan penelitian yang peneliti lakukan. Perbedaan terletak pada subjek populasi, peneliti menggunakan populasi ibu rumah tangga agar dapat melihat gambaran *money attitude* secara signifikan, penelitian ini juga berfokus pada gambaran dimensi-dimensi *money attitude* pada subjek penelitian. Dengan demikian topic penelitian yang dilakukan ini benar-benar asli.