



CALL FOR PAPER

Conference on Economic and Business Innovation
Sekretariat: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Widyagama Malang
Jalan Borobudur No. 35, Malang, Jawa Timur, 65142
Email: febiuwg@gmail.com



IKATAN AKUNTAN INDONESIA
KOMPARTEMEN AKUNTAN PENDIDIK
FORUM DOSEN AKUNTANSI PUBLIK

FINANCIAL LITERACY BERDASARKAN BUDGET PLANNING DAN CONSUMPTION HABITS KETIKA PANIC BUYING DI MASA COVID-19

Selma Putri Safira, Indrawati Yuhertiana

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
email: selmaputrisafira@gmail.com

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
email: yuhertiana@gmail.com

Abstract

This study aims to carry out financial planning and overcome excessive consumptive habits during the COVID-19 pandemic or other economic crisis so that panic buying does not occur. This study uses a qualitative method with a phenomenological approach. Data collection used direct interviews and messages via Whatsapp to 10 housewife informants. The results of this study are divided into two types, namely the budgeting plan and consumption habits. For the budgeting plan, housewives, they prefer to set aside monthly money from their husband's income for savings. This fund is just in case something unexpected happens to the family. Even though this money saving only lasts a few months, the family can still buy necessities for primary needs, even though the price of goods or services during the COVID-19 period was soaring and goods or services are also scarce. With a note, the needs they buy must be planned, such as needs that must be prioritized. The second is consumption habits, families looking for necessities such as sugar which is very rare and expensive not found in supermarkets, they usually buy at the grocery store where in the days before COVID-19 most people did not buy there.

Keywords: Financial Literacy, Budgeting Plan, Consumption Habits, Panic Buying, Covid-19

PENDAHULUAN

Hampir seluruh dunia saat ini sedang dilanda kecemasan dan kekacauan yang sangat luar biasa, disebabkan oleh munculnya wabah baru yang lebih dikenal sebagai Corona Virus Disease-19 (COVID-19). Menurut Worldometers (2021) dimana wabah ini sedang berlangsung lebih dari 200 negara di dunia tepatnya 221 negara, dan terdapat 114.738.582 kasus. Di Indonesia COVID-19 mulai terdeteksi sejak 2 Maret 2020 dengan kasus positif pertama berasal dari dua orang yaitu wanita berusia 31 tahun dan wanita berusia 64 tahun (Kementrian Kesehatan RI, 2020). Dan pada tahun 2021, kasus positif COVID-19 di Indonesia mencapai 1,341,314 jiwa dengan angka kesembuhan 1,151,915 jiwa dan kematian 36,325 jiwa (Worldometers, 2021).

Pada 11 Maret 2020 WHO menyatakan bahwa wabah COVID-19 adalah sebagai pandemi. Indonesia telah menjadi salah satu negara di dunia yang terpapar virus COVID-19 sejak pertama kali terdeteksi pada 2 Maret 2020. Seperti yang disampaikan oleh Presiden Republik Indonesia Joko Widodo yang mengumumkan dua kasus positif pertama berasal dari dua orang yaitu wanita berusia 31 tahun dan wanita berusia 64 tahun (Kementrian Kesehatan RI, 2020). Sejak kasus pertama di Tanah Air diumumkan, jumlah kasus positif Covid-19 terus meningkat. Indonesia tercatat menjadi salah satu negara dengan jumlah kasus positif Covid-19 terbanyak di Asia Tenggara. Selain itu, Indonesia juga menjadi salah satu negara dengan angka kematian tertinggi karena COVID-19 dengan angka mencapai 8,9% pada akhir Maret 2020. Angka kematian yang tinggi disebabkan karena fasilitas kesehatan di Indonesia belum siap menangani pasien yang terinfeksi COVID-19. Hingga 21 Februari 2021, Indonesia sudah melaporkan total sebanyak 1.279 juta orang kasus positif dan 34.489 kasus meninggal.

Pada awal-awal COVID-19 masuk ke Indonesia dan mulai diberitakan bahwa sudah banyak orang yang terjangkit virus ini, pemerintah mengambil langkah PSSB untuk pembatasan pergerakan aktivitas manusia mulai dari sekolah, kantor, dan aktivitas lain diliburkan kecuali untuk toko-toko yang menjual kebutuhan primer dengan persyaratan toko-toko tersebut membatasi pembeli. Artinya para pembeli akan membeli kebutuhannya dalam jumlah yang sangat banyak untuk beberapa bulan kedepan. Pada akhirnya pembeli selanjutnya yang ingin membeli kebutuhan yang sama akan habis dan harus mencari ke toko yang lain. Kondisi *panic buying* ini lah yang akan menimbulkan harga barang atau jasa akan sangat mahal dan langka.

Meningkatnya kasus COVID-19 telah mempengaruhi perekonomian dunia, termasuk Indonesia. Pandemi COVID-19 yang telah ditetapkan oleh PBB, tentu saja berdampak pada sektor transportasi, pariwisata, perdagangan, kesehatan, dan sektor lainnya. Oleh karenanya, beberapa negara menerapkan kebijakan "*lockdown*" untuk mencegah penyebaran virus COVID-19 lebih lanjut. Dalam hal ini, deputi V Staf Kepresidenan Republik Indonesia, Jaleswari Pramodhawardani menyampaikan, pemerintah tidak mengambil kebijakan untuk *lockdown* karena menyesuaikan banyak aspek di masyarakat Indonesia ini sendiri. Sehingga, negara Indonesia sendiri lebih memilih untuk melakukan karantina wilayah dari pada menerapkan "*lockdown*". Adapun alasan memilih karantina wilayah dalam rangka mengurangi penyebaran COVID-19 adalah antara lain mempertimbangkan aspek sosial budaya, aspek wilayah, dan aspek anggaran.

Hal yang sama juga disampaikan oleh Presiden Joko Widodo yang menyampaikan penanganan virus corona (Covid-19) di Indonesia berbasis lokal. Hal itu dinilai Jokowi lebih efektif bila menggunakan pembatasan yang lebih besar. Jokowi menyebut penanganan berbasis lokal tersebut dengan sebutan *mini lockdown*. *Mini lockdown* akan menerapkan pembatasan dalam skala mikro. Jokowi menyebut pembatasan bisa dilakukan dalam skala RT, RW, Kantor, atau Pondok Pesantren. Dimana penanganan ini lebih dikenal dengan sebutan PPKM (Pelaksanaan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) yang diterapkan pada tingkat mikro mulai tanggal 9 Februari 2020 dalam rangka menekan penyebaran COVID-19. Melalui langkah ini, Airlangga Hartanto selaku Ketua Komite Penanganan Covid-19 bahwa dalam aturan PPKM Mikro juga terdapat pembentukan posko penanganan Covid-19 di tingkat desa dan kelurahan. Namun, pada saat

FINANCIAL LITERACY BERDASARKAN BUDGET PLANNING DAN CONSUMPTION HABITS KETIKA PANIC BUYING DI MASA COVID-19

bersamaan, pelanggaran dilakukan di tingkat umum seperti pusat perbelanjaan dan perkantoran. Jam operasional mal diperpanjang hingga pukul 21:00, dari sebelumnya pukul 20:00. Jumlah orang yang bekerja dari kantor (WFO) juga ditingkatkan menjadi 50%, dari yang sebelumnya 25%.

Sebelumnya di awal pandemi pada Maret 2020, di beberapa daerah telah berlaku pembatasan sosial berskala besar (PSBB). PSBB merupakan peraturan yang diterbitkan Kementerian Kesehatan (Kemenkes) dalam rangka Percepatan Penanganan Covid-19 di berbagai daerah, seperti DKI Jakarta, Bogor, Bandung, Makassar, Sumatera Barat, Banjarmasin, Tangerang, Pekanbaru, bahkan Tegal. Adapun perbedaan PSBB dan PPKM antara lain dari segi pekerja, pada PSBB 100% WFH sedangkan saat PPKM 75% WFH, kemudian untuk aspek pendidikan sama-sama menjalankan sistem online, tempat ibadah dan pariwisata pada saat PSBB ditutup sedangkan pada saat PPKM 50% dari total kapasitas, untuk aspek perdagangan, pada saat PSBB hanya toko tertentu saja yang boleh buka, sedangkan pada saat PPKM semua toko diperbolehkan untuk buka tetapi hanya sampai pukul 7 malam.

Akibatnya, dari segala cara yang digunakan pemerintah untuk melakukan penanganan guna mengurangi penyebaran COVID-19 membuat masyarakat merasa ketakutan. Sejak pandemi COVID-19 masuk ke Indonesia bulan Maret, masyarakat merasakan kepanikan akan keluar rumah, bahkan hanya sekedar membeli kebutuhan pokok. Kepanikan ini menimbulkan rasa takut masyarakat terhadap kebutuhan primer yang langka dan mahal sehingga akan mengarah pada perilaku pembelian yang impulsif dan obsesif (Islam *Dr et al*, 2020). Dengan perilaku seperti itu, masyarakat cenderung membeli kebutuhan primer untuk jangka panjang dalam satu waktu, ini-lah yang menimbulkan kelangkaan barang.

Disamping itu, banyak sekali informasi yang beredar mengenai COVID-19 sehingga menyebabkan perilaku kepanikan konsumen. Dimana masyarakat berbondong-bondong untuk membeli masker dan *hand sanitizer*. Dalam hal ini *panic buying* didefinisikan dengan pembelian beberapa produk dalam jumlah yang besar yang dilakukan oleh konsumen dengan tujuan agar memiliki stok atau cadangan untuk kebutuhan di masa depan (Shou, 2011). Honigsbaum (2013) mengatakan bahwa *panic buying* pertama kali muncul ketika wabah flu Spanyol pada tahun 1918. Selain wabah, *panic buying* juga dapat terjadi saat muncul perkiraan bencana alam (Fung & Loke, 2010). Menurut Garfin (2020) Pada pandemi COVID-19, perilaku *panic buying* muncul sebagai respon dari stres.

Menurut pernyataan Steven Taylor yang dikutip oleh CNN Indonesia (2020) mengungkapkan bahwa kepanikan itu menular, begitu pula dengan *panic buying*. Umumnya, *panic buying* dilakukan dengan tujuan *stockpiling*. *Stockpiling* adalah tindakan menumpuk atau mengumpulkan sebanyak-banyaknya barang dengan tujuan tertentu. Biasanya, fenomena *panic buying* dan *stockpiling* muncul ketika terjadi suatu peristiwa yang mengharuskan masyarakat untuk menyediakan persiapan darurat di rumah. Misalnya, saat terjadi kemarau berkepanjangan pada tahun 2008, masyarakat di berbagai negara di Asia langsung menyerbu pasar dan supermarket untuk membeli persediaan beras sebanyak mungkin (Shou, 2011). Media massa melaporkan rak-rak kosong di supermarket, kelangkaan barang, dan komentar orang yang panik membeli barang sehingga memicu orang untuk melakukan hal serupa (Rahman, 2020).

Kepanikan yang terjadi lantaran wabah virus corona adalah aksi *panic buying* atau *panic shopping*. Masyarakat jadi ramai-ramai memborong sembako, masker, cairan pembersih tangan atau hand sanitizer, sabun, hingga alat pengukur suhu tubuh. Dalam aksi mencegah penimbunan Satgas pangan polri lalu mengeluarkan surat edaran berisi pembatasan pembelian sembako (Fiki ariyanti, 2020). Anggota Dewan Penasihat Himpunan Penyewa Pusat Perbelanjaan Indonesia (Hippindo) Tutum Rahanta, mengatakan tiga periode *panic buying* itu, pertama pada 2 Maret 2020 saat kali pertama Presiden Jokowi mengumumkan dua kasus positif corona di Indonesia. Kedua, *panic buying* pada tanggal 14 Maret 2020, saat himbuan kerja di rumah dan diliburkannya kegiatan belajar selama dua pekan. Ketiga, pada 19 Maret, saat pengumuman kasus positif corona di Indonesia mencapai 308 kasus dan 25 orang meninggal (Putri, 2020).

FINANCIAL LITERACY BERDASARKAN BUDGET PLANNING DAN CONSUMPTION HABITS KETIKA PANIC BUYING DI MASA COVID-19

Alasan masyarakat melakukan *panic buying* antara lain, yang pertama karena dikendalikan oleh penularan emosi, ketika ditanya mengenai alasan penimbunan, beberapa orang mengatakan bahwa, setelah melihat antrian panjang para penimbun di depan supermarket dan *panic buying* yang di berita di Internet, “mereka merasakan tekanan untuk melakukan hal yang sama dengan para penimbun karena mereka berpikir mungkin pembeli tahu atau meramalkan sesuatu yang tidak mereka ketahui”. Kedua, keinginan mereka untuk menekan resiko yang dapat dirangsang oleh hasrat diri, serta usaha untuk menghindari penderitaan yang muncul saat krisis. Penderitaan tersebut dapat berupa penderitaan emosional dan fisik, serta penderitaan yang memang terjadi atau yang masih dalam bayangan. Terakhir, Ketidakpastian krisis yang dihadapi menurut Dr. Dimitrios Tsivrikos *panic buying* dapat terjadi karena kita tak dapat menerka berapa lama krisis COVID-19 akan berlangsung dan informasi dari media pun memicu masyarakat untuk menjadi panik (Time, 2015)

Dengan kondisi krisis seperti yang sudah dijelaskan di atas, bahwa keluarga sangat perlu menerapkan literasi keuangan agar dapat menyusun dan memilah kebutuhan primer, sekunder, dan tersier. Manajemen keuangan dapat diukur dengan tingkat literasi keuangan yang dimiliki oleh setiap individu atau kelompok. Artinya setiap orang mempunyai keterampilan untuk dapat mengatur keuangan, sayangnya menurut OJK (2017) hanya 29,7 persen masyarakat yang paham terkait literasi keuangan ini.

Literasi keuangan menurut Dewan Pendidikan Keuangan Nasional Amerika Serikat dalam penelitian Rakow (2019) mendefinisikan literasi keuangan adalah memiliki keterampilan dan pengetahuan tentang masalah keuangan untuk dengan percaya diri mengambil tindakan efektif yang paling memenuhi tujuan pribadi, keluarga, dan komunitas global individu. Menurut Souza dan Mustaro (2015) literasi keuangan dibagi atas delapan unsur. Unsur 1 sampai 5 adalah level dasar, di mana masalah yang berkaitan dengan konsumsi dan hutang yang harus diutamakan. Dengan menyelesaikan tahap dasar tersebut dan mulai untuk menabung secara teratur, suatu individu maupun kelompok harus pindah ke pengetahuan tingkat lebih lanjut yakni terdiri dari unsur 6 hingga 8 untuk jangka panjang.

Dengan menerapkan literasi keuangan pada keluarga berdasarkan perencanaan anggaran dan kebiasaan berbelanja, setiap keluarga akan lebih dewasa dalam mengelola keuangannya baik itu dalam kondisi normal ataupun sedang krisis. Apabila setiap keluarga telah berhasil menerapkan perencanaan anggaran dan kebiasaan dalam berbelanja (konsumtif), keluarga akan memikirkan langkah selanjutnya yaitu bagaimana cara untuk investasi jangka panjang.

Sebagai contoh kasus, ada kondisi ekonomi masyarakat yang terguncang di tengah pandemi Covid 19, membuat perceraian di Jakarta Barat meningkat. Pasalnya, hingga 26 Agustus 2020 sebanyak 2.288 kasus perceraian ditangani Pengadilan Agama Jakarta Barat. Angka perceraian sendiri sempat alami sedikit kenaikan khususnya di bulan Juni 2020 selesai Pandemi Covid 19. Ketua Pengadilan Agama (PA) Jakarta Barat Mohamad Yamin mengatakan penyebab perceraian terbesar disebabkan karena faktor ekonomi. Karena itu, ketika pengadilan buka kembali di pertengahan Juni, Yamin mengaku sempat terjadi peningkatan gugatan cerai di PA Jakarta Barat. Mayoritas penyebab perceraian di Jakarta Barat dilandasi faktor ekonomi. Misalnya saja karena tidak dinafkahi oleh suami. Sehingga mayoritas penggugat cerai datang dari pihak perempuan. "Saat kami buka Juni sempat terjadi lonjakan gugatan cerai. Namun kami arahkan untuk gunakan eCourt agar tidak terjadi penumpukan," paparnya. Lewat eCourt masyarakat hanya tinggal mendaftarkan perceraian melalui internet. Meski demikian, masih terdapat masyarakat yang mengantre langsung ke PA Jakarta Barat untuk mendaftarkan perceraian. Umumnya kata Yamin mereka adalah masyarakat menengah ke bawah yang tidak terlalu paham dengan pendaftaran online. Yamin memastikan meski terdapat antrean perceraian, pihaknya tetap menerapkan protokol kesehatan. Misalnya saja dengan membatasi 17 antrean untuk pendaftaran cerai.

Masa pandemi yang terjadi saat ini berdampak serius pada sektor ekonomi. Banyak perusahaan tutup yang menyebabkan lebih dari 3 juta kepala keluarga kehilangan pekerjaan. Badan Pusat Statistik

FINANCIAL LITERACY BERDASARKAN BUDGET PLANNING DAN CONSUMPTION HABITS KETIKA PANIC BUYING DI MASA COVID-19

(BPS) mencatat, angka kemiskinan bertambah menjadi 9,7 juta jiwa akibat pandemi Covid 19. Bahkan, angka perceraian pun meningkat drastis disebabkan kesulitan ekonomi. Menanggapi hal itu, Anggota Komisi XI DPR RI Anis Byarwati mengatakan kondisi berat tersebut harus dihadapi oleh keluarga-keluarga Indonesia, khususnya menjadi tantangan yang berat bagi kaum ibu sebagai pilar keluarga. Dalam kegiatan reses virtual bertemakan “Serap Aspirasi dan Peringatan Hari Ibu Bersama Warga Masyarakat Kecamatan Cakung”, Anis menyampaikan apresiasinya terhadap para ibu yang di masa pandemi yang semakin kesulitan. Menurutnya, para ibu harus terus mendampingi anak-anaknya untuk melakukan pembelajaran jarak jauh dari rumah, mendukung ketahanan keluarga saat senang maupun sempit, mengelola keuangan keluarga saat terdampak secara ekonomi, dan lain sebagainya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hall (2020) menyatakan bahwa dengan adanya fenomena panic buying, menyebabkan terjaidnya pergeseran pembelian melalui toko offline maupun online. Selanjutnya menurut Rosita (2020), adapun faktor-faktor penyebab perilaku panic buying yaitu faktor dari perilaku konsumen (munculnya persepsi kelangkaan barang), adanya kecemasan, ketakutan, perasaan tidak aman, stres, persepsi ketidakpastian, dan ekspos media. Menurut Widyastuti (2020), pada masa pandemic Covid-19, keputusan konsumen dalam membeli produk secara signifikan dipengaruhi oleh kecemasan antisipatif jika harga barang mengalami kenaikan, dipengaruhi oleh kawanan atau kelompok (Herd Behaviour) dan terhasutnya paparan media atau rumor yang menyatakan bahwa barang-barang menjadi langka. Kebaruan dalam penelitian ini adalah mencoba untuk menghubungkan fenomena *panic buying* dengan manajemen keuangan keluarga, khususnya aspek *financial literacy*. Harapannya, untuk di masa yang akan datang, penelitian ini dapat menjadi wawasan bagi keluarga di Indonesia untuk lebih siap menghadapi segala krisis ekonomi atau bencana yang akan datang.

Dengan menerapkan literasi keuangan pada keluarga berdasarkan perencanaan anggaran dan kebiasaan berbelanja, setiap keluarga akan lebih dewasa dalam mengelola keuangannya baik itu dalam kondisi normal ataupun sedang krisis. Apabila setiap keluarga telah berhasil menerapkan perencanaan anggaran dan kebiasaan dalam berbelanja (konsumtif), keluarga akan memikirkan langkah selanjutnya yaitu bagaimana cara untuk investasi jangka panjang. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti membuat penelitian dengan judul “Literasi Keuangan Keluarga Berdasarkan *Budget Planning* dan *Consumption Habits* Ketika Panic Buying Di Masa Pandemi Covid-19”

Rumusan masalah yang dibahas melalui program ini pada dasarnya tidak lepas dari ruang lingkup masalah diatas, adapun perumusan masalah dalam kegiatan ini adalah:

1. Bagaimana melakukan perencanaan anggaran keluarga di tengah pandemi COVID-19 ?
2. Bagaimana mengatasi konsumerisme dalam keluarga agar tidak terjadi panic buying ?

Adapun tujuan masalah sebagai berikut:

1. Untuk melakukan perencanaan anggaran keluarga di tengah pandemi COVID-19 ?
2. Untuk mengatasi konsumerisme dalam keluarga agar tidak terjadi panic buying ?

KAJIAN TEORI

1. *Concept of Literacy*

Remund (2010) menjelaskan bahwa konsep literasi pada dasarnya berhubungan dengan kumpulan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk memenuhi tuntutan hidup dalam masyarakat yang demokratis. Dengan demikian, literasi terdapat dalam berbagai bidang kehidupan termasuk berkeluarga.

2. *Finance Literacy*

Literasi keuangan menurut Dinas Perpustakaan dan Kearsipan (2019) adalah pengetahuan dan kecakapan untuk mengaplikasikan pemahaman tentang suatu konsep dan resiko, keterampilan agar

FINANCIAL LITERACY BERDASARKAN BUDGET PLANNING DAN CONSUMPTION HABITS KETIKA PANIC BUYING DI MASA COVID-19

dapat membuat keputusan yang efektif dalam konteks keuangan untuk dapat meningkatkan kesejahteraan keuangan, baik itu untuk individu maupun kelompok.

Robert T. Kiyosaki (2008) menjelaskan financial literacy sebagai kemampuan untuk membaca dan memahami hal-hal yang berhubungan dengan masalah finansial/keuangan. Financial literacy menurut Huston (2010:307-308) diartikan sebagai komponen sumber daya manusia yang dapat digunakan untuk meningkatkan kesejahteraan keuangan, seseorang dikatakan melek keuangan ketika memiliki pengetahuan dan kemampuan untuk menerapkan pengetahuan tersebut. (Kim et al., 2001) literasi keuangan adalah kemampuan untuk memahami konsep keuangan utama yang diperlukan untuk berfungsi dalam masyarakat Amerika yang normal.

Menurut (Souza dan Mustaro, 2015) literasi keuangan adalah proses dimana individu mencari kesejahteraan melalui pengetahuan dalam keuangan pribadi dan tujuannya menggunakan penerapan pembelajaran yang diasimulasi tentang cara-cara berurusan dengan uang dan produk keuangan, untuk meningkatkan standar hidup. Selanjutnya Souza dan Mustaro (2015) mengurutkan literasi keuangan menjadi delapan topik seperti gambar berikut ini



Gambar 1 Financial Literacy topics (Souza and Mustaro, 2015, p. 900)

Topik seperti gambar di atas dipisahkan dalam dua bagian. Bagian pertama (terdiri dari topik 1 sampai 5) adalah tingkat dasar, di mana masalah terkait kebutuhan-kebutuhan dasar yang harus diselesaikan terlebih dahulu. Setelah kebutuhan dasar (1 sampai 5) dapat ditangani, maka ada bagian kedua (6 sampai 8) yaitu tentang investasi.

Sedangkan menurut Remund (2010), definisi financial literacy terbagi menjadi dua bagian, yaitu definisi secara konseptual dan operasional. Definisi secara konseptual dibagi menjadi empat bagian, yaitu, kemampuan dalam memahami konsep keuangan, kemampuan mengatur keuangan, kemampuan dalam mengambil keputusan, dan perencanaan keuangan. Sedangkan definisi operasional dapat dibagi menjadi empat golongan yaitu, penganggaran, tabungan, pinjaman, dan investasi.

3. Pengertian Perilaku Keuangan

Financial Management Behavior berhubungan dengan tanggung jawab seseorang mengenai cara mengelola keuangan. Tanggung jawab keuangan artinya proses mengelola uang atau aset lainnya dengan cara yang efektif. Menurut Ida dan Dwinta (2010) manajemen keuangan adalah proses

FINANCIAL LITERACY BERDASARKAN BUDGET PLANNING DAN CONSUMPTION HABITS KETIKA PANIC BUYING DI MASA COVID-19

menggunakan aset keuangan dengan pengelolaan yang baik, maka seseorang akan terhindar dari perilaku yang konsumtif sehingga akan menimbulkan keinginan yang tidak terbatas.

Financial Management Behaviour adalah kemampuan seseorang dalam mengelola baik itu perencanaan, penganggaran, pemeriksaan, pengendalian, pencarian, dan penyimpanan uang/harta dalam sehari-hari. Teori Financial Management Behaviour muncul karena adanya hasrat yang tinggi seseorang dalam memenuhi kebutuhan hidup yang sesuai dengan pendapatan yang diperoleh (Al-Kholilah dan Iramani, 2013)

Financial Management Behaviour yang baik dapat dinilai dari bagaimana seseorang mengelola anggaran dan mengendalikan pengeluaran agar bisa menabung untuk kebutuhan yang lainnya dan serta berinvestasi apabila memungkinkan. Komponen pengelolaan keuangan yang efektif yaitu, mengendalikan pengeluaran, merencanakan keuangan untuk masa depan, menabung (*saving*) serta dapat memenuhi kebutuhan keluarga. Pengelolaan keuangan yang baik bisa dilakukan untuk jangka pendek maupun jangka panjang. (Anugrah, 2018)

METODE PENELITIAN

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian misalnya perilaku persepsi, motivasi, dan lain-lain secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Kelvianto & Mustamu, 2018; Moleong, 2016). Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi. Sebuah studi yang mempelajari manusia sebagai sebuah fenomena. Menurut Muhadjir (2000, 116) dalam penelitian Fauzia (2020) pendekatan fenomenologi ini mengakui adanya kebenaran empiris etik yang memerlukan akal budi untuk melacak, menjelaskan dan berargumen. Makna akal budi adalah perlunya penggunaan kriteria yang lebih tinggi lagi dari pada kebenaran atau kekeliruan. Dalam penelitian ini peneliti harus menggunakan akal budi untuk melacak bagaimana kran-kran pengeluaran dan pemasukan rumah tangga, dengan cara yang santun sehingga informan tidak berkeberatan mengungkapkan sisi terdalam di kehidupan mereka.

Terkait informan, penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan analisis fenomenologi. Informan dari penelitian ini adalah 10 perempuan, ibu rumah tangga. Muhajir (2000) menjelaskan bahwa umumnya penelitian kualitatif mengambil sampel lebih kecil, dan cenderung memilih purposive (tidak dilakukan secara acak). Lebih lanjut lagi, Creswell (2011) dan Herdiansyah (2011) menjelaskan jumlah informan tidak ditentukan besaran ukuran partisipan dengan menggunakan statistik. Jadi penelitian kualitatif dilakukan hanya dengan menentukan perkiraan jumlah sampel, yaitu antara 6-8 informan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Budget Planning

Ibu Rumah Tangga berperan sangat penting pada keluarga. Mereka dengan amanah dapat mengatur keuangan suami agar gaji atau pendapatan bulanan tidak kurang dari pengeluaran bulanan. Para Ibu Rumah Tangga menyusun perencanaan anggaran dengan menyimpan uang berjaga-jaga untuk sesuatu yang tidak pernah terpikirkan. Seperti sebelum COVID-19 menyerang dunia khususnya Indonesia, para Ibu Rumah Tangga selalu menyisihkan sebagian pendapatan dari hasil kerja suami mereka untuk dimasukkan ke *saving*. Uang *saving* ini lah yang biasanya membantu ketika hal-hal yang tidak diinginkan terjadi. Meskipun uang *saving* ini hanya bertahan beberapa bulan, akan tetapi keluarga masih bisa membeli keperluan untuk kebutuhan primer, walaupun harga barang atau jasa pada masa COVID-19 menjulang tinggi dan barang atau jasa juga langka.

FINANCIAL LITERACY BERDASARKAN BUDGET PLANNING DAN CONSUMPTION HABITS KETIKA PANIC BUYING DI MASA COVID-19

Consumption Habits

Sejak awal-awal COVID-19 harga barang dan jasa tiba-tiba menjadi tinggi dan langka. Dengan alasan semua orang melakukan *panic buying* pada kala itu. Mereka membeli kebutuhan pokok untuk beberapa bulan kedepan, meskipun harganya mahal. Kebiasaan konsumsi pada saat krisis ini lah yang mengakibatkan *panic buying* sehingga harga dimana-mana menjadi mahal. Ketika masyarakat membeli kebutuhan pokok di supermarket besar dengan harga mahal dan menjadi langka, sebetulnya banyak pedagang toko kelontong yang menyediakan kebutuhan serupa dan tersedia disana. Ini adalah pengalaman peneliti ketika hendak membeli gula dimana di semua supermarket dan minimarket tidak ada barangnya. Selain kebutuhan pokok seperti gula, masker dan *handsanitizer* sangat dibutuhkan pada awal-awal COVID-19, padahal ketika masker medis sangat mahal dan langka banyak pengrajin membuat masker kain untuk alternatif dan membawa sabun cuci tangan kemana-mana agar menjadi solusi atas kelangkaan *handsanitizer*. Apabila masyarakat sadar dan tidak panik pada saat itu, kebutuhan pokok tidak akan naik begitu tinggi dan menjadi langka.

SIMPULAN

Merubah sikap dan perilaku perencanaan dan pengelolaan keluarga merupakan salah satu pintu untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat, karena keluarga adalah kelompok terkecil dalam masyarakat. Maka dari itu diperlukan peran banyak kalangan untuk bisa mengubah kebiasaan yang ada, agar *saving* bisa meningkat dan masyarakat pada akhirnya akan merubah kebiasaan buruknya untuk berhutang barang-barang yang tidak bermanfaat. Diperlukan pakar-pakar keuangan untuk bisa mengedukasi keluarga Indonesia, agar pembelajaran finansial tidak hanya berkutat seputar instansi saja, akan tetapi pembelajaran keluarga bisa menegaskan bagaimana manusia harus bisa mengelola keuangannya untuk bisa mengelola masa depannya.

Budget planning yang baik merupakan salah satu jalan untuk mensejahterakan kehidupan manusia agar bisa dewasa dalam pemakaian uang. Sebagaimana para narasumber yang diteliti oleh peneliti bahwa mereka sudah pandai dalam pengelolaan uang. Uang yang para keluarga dapatkan disisihkan untuk konsumsi bulanan, *saving*, dan lain-lain. Dengan begitu ketika pandemi COVID-19 menyebar ke seluruh Indonesia, para keluarga tersebut sudah siap karena memiliki simpanan yang cukup. Akan tetapi untuk *consumption habits* sebagian besar mereka ketika pandemi cenderung membeli kebutuhan dalam jumlah yang banyak

FINANCIAL LITERACY BERDASARKAN BUDGET PLANNING DAN CONSUMPTION HABITS KETIKA PANIC BUYING DI MASA COVID-19

REFERENSI

- Al-Kholilah, N. & Iramani, Studi Financial Management Behavior Pada Masyarakat Surabaya, *Journal of Business and Banking*, 2013, Vol.3. No 1, h. 7
- Byarwati, Anis 2020. Ekonomi Keluarga Terdampak Pandemi, Jadi Tantangan Kaum Ibu [On line]. From: <https://www.dpr.go.id/berita/detail/id/31191/t/Ekonomi+Keluarga+Terdampak+Pandemi%2C+Jadi+Tantangan+Kaum+Ibu>
- Darmawan, A., & Pratiwi, F. A. (2020). Pengaruh Pendidikan Keuangan Keluarga, Pembelajaran Keuangan di Perguruan Tinggi, Sikap Keuangan dan Teman Sebaya Terhadap Literasi Keuangan Mahasiswa. *Fokus Bisnis : Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi*, 19(1), 27–37. <https://doi.org/10.32639/fokusbisnis.v19i1.499>
- Dispupip. (2019). Konsep Dasar Literasi. Retrieved from <https://dispupip.pekanbaru.go.id/konsep-dasar-literasi/>
- Fauzia, I. Y. (2020). Studi Fenomenologi Budaya Perencanaan Keuangan Keluarga Muslim Di Sidoarjo & Surabaya. *AKUNSIKA: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 1(1). <https://doi.org/10.31963/akunsika.v1i1.1731>
- Grediani, E. (2020). Mengungkap fenomena anggaran perubahan dan partisipasi masyarakat akibat Pandemi Covid 19. *Imanensi: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi Islam*, 5(2), 69–78. <https://doi.org/10.34202/imanensi.5.2.2020.69-78>
- Houston, (2010). Measuring Financial literacy. *The Journal of Consumer Affair* Vol. 44 No. 2
- Ida dan Dwinta, C.Y, Pengaruh Locus Of Control, Financial Knowledge, Income Terhadap *Financial Manajement Behavior*, *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, Vol. 12, No. 3, Desember 2010, h. 132-133
- Kesejahteraan, M., & Desa, M. (2020). Konsumerisme, Manajemen keuangan, keuangan keluarga. 2(1), 1–7.
- Kiyosaki., T Robert (2008). *Increase Your Financial IQ : Get Smarter with Your Money*. Boston : Business Plus
- Loxton, M., Truskett, R., Scarf, B., Sindone, L., Baldry, G., & Zhao, Y. (2020). Consumer Behaviour during Crises: Preliminary Research on How Coronavirus Has Manifested Consumer Panic Buying, Herd Mentality, Changing Discretionary Spending and the Role of the Media in Influencing Behaviour. *Journal of Risk and Financial Management*, 13(8), 166. <https://doi.org/10.3390/jrfm13080166>
- Musianto, L. S. (2002). Perbedaan Pendekatan Kuantitatif Dengan Pendekatan Kualitatif Dalam Metode Penelitian. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(2), 123–136. <https://doi.org/10.9744/jmk.4.2.pp.123-136>
- Remund, D.L. (2010). Financial literacy explicated : The case for a clear definition in an increasingly complex economy. *The Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 276-295.
- Sina, P. G. (2014). Motivasi Sebagai Penentu Perencanaan Keuangan (Suatu Studi Pustaka). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 9(1), 42–48.
- Suryanto, W., Irnawati, J., Anismadiyah, V., Rismanty, V. A., & Febriana, H. (2020). Upgrade Literasi Keuangan Untuk Meningkatkan Kualitas Keuangan Di Masa New Normal. *Jurnal Abdimas*, 1(2), 56–66.
- Swiecka, B., Yeşildağ, E., Özen, E., & Grima, S. (2020). Financial literacy: The case of Poland. *Sustainability (Switzerland)*, 12(2), 1–17. <https://doi.org/10.3390/su12020700>

FINANCIAL LITERACY BERDASARKAN BUDGET PLANNING DAN CONSUMPTION HABITS
KETIKA PANIC BUYING DI MASA COVID-19

Yusuf, Yan 2020. Ekonomi Keluarga Terdampak Corono, Perceraian Di Jakbar Meningkat [On line].

From: <https://metro.sindonews.com/read/146982/170/ekonomi-keluarga-terdampak-corona-perceraian-di-jakbar-meningkat-1598598487>