**HEDONIC TREADMILL SYNDROME, FINANCIAL MANAGEMENT BEHAVIOR, DAN GENERASI MILENIAL**

**Wirdaniya Binti Rohana[[1]](#footnote-1)**

Email: wirdaniyabr02@gmail.com

**Sulis Rochayatun[[2]](#footnote-2)**

Email: sulis@uin-malang.ac.id

***Abstract***

*The students consumptive behavior is the impact of increased consumption and economic growth. The continued impact of consumptive behavior is hedonism. Every student needs a tool called money to make ends meet as a student and his daily needs. However, the desire and dissatisfaction of students with what they already have can cause financial problems to arise, so that every student needs an increase in financial management behavior. Descriptive qualitative method with an interpretive approach is used in this research.*

*This reserach aim to find out the students' hedonic treadmill syndrome and how to implement the concept of their financial management behavior considering the many cafes around UIN Malang. This study concluded that the environment affects students' hedonic treadmill syndrome. The meaning of the concept of financial management behavior by Accounting students of UIN Malang as a form of responsibility because their parents have entrusted them with pocket money. Thus, students feel they must be able to manage these funds, take them into account, distribute them properly, and use them logically.*

***Keywords:*** *Hedonic Treadmill Sundrome, Financial Management Behavior, University Student*

1. **PENDAHULUAN**

Zaman yang selalu berkembang berbanding lurus dengan pertumbuhan ekonomi masyarakat dan pendapatan mereka. Hal ini membuat tingkat konsumsi barang dan jasa yang dilakukan oleh masyarakat semakin tinggi. Sebab, masyarakat memiliki sifat dasar konsumtif, yaitu pengeluaran semakin besar karena pendapatan juga meningkat. Perilaku tersebut didukung pula oleh keinginan mencukupi kebutuhan dan pendapatan yang cukup tinggi, sehingga perilaku konsumtif yang dilakukan pun akan cukup berlebihan. Menurut Ratnasari (2018), perilaku semacam itu dapat berdampak pada permasalahan keuangan seseorang. Perilaku hidup konsumtif semacam itu seringkali dilakukan oleh generasi milenial. Generasi milenial umumnya ditandai dengan penggunaan gadget, alat komunikasi, dan media elektronik yang berlebihan dengan rentang usia antara 17-37 tahun. Selain itu, *milenials generation* ini juga kuran g pintar dalam mengelola keuangan, sangat konsumtif, dan *gadget oriented*. Berdasarkan ciri-ciri tersebut, Arifin menyebutkan bahwa generasi milenial ini sedang terjebak dengan *hedonic treadmill syndrome* berkat kehadiran *financial technology* atau *fintech* (Arifin 2019).

Munculnya inovasi dibidang teknologi, membuat generasi milenial semakin konsumtif. Selain itu, perilaku konsumtif generasi milenial tersebut bisa berlanjut ke tahap hedonisme. Perilaku konsumtif dapat berlanjut pula kepada munculnya *hedonic treadmill syndrome* yang disebabkan oleh pribadi yang hanya memikirkan kebutuhan atau keinginan jangka pendek dan berfokus kepada kepuasan semu daripada kebutuhan jangka panjang yang lebih penting. *Hedonic treadmill syndrome* diartikan sebagai keadaan seseorang yang selalu merasa kurang puas dan berusaha untuk mendapatkan kebahagiaan lain melalui *treadmill* dan berjalan secara terus pada lokasi yang keliru. Kondisi tersebut muncul karena adanya pendapatan yang semakin bertambah lalu berdampak terhadap gaya hidup yang juga naik (Hadinata 2016).

Perilaku hedon pada kalangan mahasiswa disinyalir terjadi karena perkembangan kehidupan masyarakat modern dan juga proses individu yang terus berkembang. Kecenderungan hedonisme pada masyarakat terutama kalangan mahasiswa terjadi pula karena dorongan mengikuti *trend* yang sedang terjadi sehingga tidak akan mendapatkan label *kids zaman old*. Agar tidak mendapatkan label ketinggalan zaman, maka para mahasiswa dan juga masyarakat pada umumnya menggunakan media sosial sebagai bentuk aktualisasi diri. Salah satu indikator gaya hidup hedonisme adalah tidak jarang para mahasiswa mengunggah momen-momen ketika mereka berada di kafe dengan label hits untuk sekadar nongkrong atau mengerjakan tugas dan dilakukan setiap hari (Mufidah dan Wulansari 2018).

Dewasa ini, tidak jarang masyarakat yang melakukan dan menerapkan gaya hidup hedonisme seperti berbelanja barang-barang yang kurang dibutuhkan, menonton film di bioskop, hingga kegiatan hiburan yang lain yang semuanya itu dapat kita lihat pada perilaku mahasiswa (Yuliyasinta dan Edwina DS 2017). Sebenarnya, setiap orang termasuk ke dalam perilaku hedonis namun yang membedakan adalah kadar tingkatan hedonisme setiap orang, ada yang sedang dan berat tergantung pada kesenangan yang menjadi tujuan mereka. Sebagian besar mahasiswa merupakan perantau yang menggantungkan pendapatan dari orang tua mereka untuk memenuhi kebutuhan hidup selama diperantauan. Oleh karenanya, setiap mahasiswa harus memiliki kemampuan yang baik dalam mengelola keuangan agar tidak terjadi kesulitan atau kekurangan keuangan. Imbas dari gaya hidup hedonisme adalah sulitnya setiap individu dalam membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Sehingga, setiap mahasiswa khususnya dan individu pada umumnya memerlukan keputusan pengelolaan keuangan yang baik yang disebut *Financial management behavior*.

Purwidianti dan Mudjiyanti (2016) mengartikan *financial management behavior* sebagai kecakapan seseorang dalam membuat perencanaan, penganggaran, pemeriksaan, pengelolaan, dan pengendalian keuangan pribadi untuk kebutuhan keseharian. Pengelolaan keuangan tersebut sangat diperlukan terutama bagi mahasiswa yang merantau, sehingga pengeluaran dan pendapatan mahasiswa seimbang. Perilaku yang tepat di dalam manajemen keuangan individu terutama mahasiswa sangat diperlukan agar sikap konsumtif dan hedonis dapat dikontrol dengan baik. F*inancial management behavior* yang tidak diterapkan dengan baik pada individu dapat memicu timbulnya permasalahan keuangan di kemudian hari (Ratnasari 2018). Sehingga *financial management behavior* harus dapat diterapkan dengan baik agar masalah keuangan tersebut tidak terjadi atau dapat ditekan.

Salah satu kota yang menjadi tempat berkumpulnya para mahasiswa adalah Kota Malang. Sebab, universitas di kota ini tergolong banyak dengan jumlah 59 perguruan tinggi. Data yang didapatkan dari Kementerian Riset (2020), rata-rata jumlah mahasiswa di malang pada tahun 2018/2019 adalah 252.671 mahasiswa. Sehingga, penduduk yang berdomisili di Kota Malang adalah generasi milenial. Banyaknya mahasiswa yang ada di Kota Malang menjadi ladang bisnis tersendiri bagi pengusaha kafe. Pertumbuhan kafe di Kota Malang cukup pesat mengingat para generasi milenial sering nongkrong di kafe. Pada tahun 2018 dilaporkan oleh Malangtoday.net, bahwa Kota Malang menerima kedatangan mahasiswa baru sebanyak 22.678 jiwa. Disisi lain, menurut data yang dilaporkan oleh Suryamalang.com, jumlah pertumbuhan mahasiswa di Kota Malang meningkat sebesar lima hingga sepuluh persen setiap tahun. Dikarenakan hal tersebut, menumpuknya mahasiswa di Kota Malang membuat bisnis kafe di Kota Malang juga menjamur (Malang 2019).

Menurut survey yang dilakukan oleh peneliti, terdapat sekitar lima puluh kafe yang ada di sekitar UIN Maulana Malik Ibrahim. Kampus tersebut termasuk salah satu universitas negeri di malang dengan latar belakang mahasiswa yang sangat beragam karena berasal dari berbagai daerah yang berbeda. Menurut Prabowo (2014) UIN Maulana Malik Ibrahim merupakan kampus dengan basis islam dengan landasan budaya ULUL ALBAB yang diharapkan UIN Maulana Malik Ibrahim dapat menjadi kampus yang mampu menciptakan manusia dengan aqidah yang kokoh, spiritual yang dalam, akhlak yang luhur, ilmu yang luas, dan profesional.

Sejalan dengan prinsip ULUL ALBAB yang dimiliki oleh kampus UIN Maulana Malik Ibrahim tersebut, maka diharapkan para mahasiswa memiliki prinsip konsumsi yang selaras dengan prinsul Ulul Albab tersebut yaitu kesederhanaan. Oleh karena itu, mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim tidak berperilaku hedonis setinggi mahasiswa luar UIN Maulana Malik Ibrahim. Dan karenanya, peneliti akan menjadikan mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim sebagai objek penelitian karena pertumbuhan kafe yang terus meningkat di sekitar kampus ini dan juga terkait dengan prinsip Ulul Albab yang menjadi *background* kampus ini.

Perkembangan kafe yang semakin marak dan juga angka pertumbuhan mahasiswa yang terus meningkat di Kota Malang, maka membuat fenomena ini menjadi menarik untuk dilakukan kajian yang lebih mendalam. Oleh karena itu, peneliti sangat tertarik untuk meneliti mengenai perilaku *hedonic treadmill syndrom* terhadap penerapan konsep *financial management behavior* pada generasi milenial mahasiswa akuntansi FE UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Maksud dari penelitian ini adalah melakukan kajian dan analisis terhadap *financial management behavior* pada mahasiswa Akuntansi di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, cara mengatur keuangan dalam membelanjakannya untuk kebutuhan, dan cara menghadapi pengaruh global terkait keuangan mereka.

1. **KAJIAN LITERATUR**
2. ***Millenial Generation***

Budiati (2018) menyampaikan bahwa pada tahun 2017 - 2018, generasi milenial dengan kisaran tahun lahir 1980-2000 mendominasi jumlah penduduk Indonesia sebesar 33,75 persen dengan jumlah laki-laki dan perempuan yang hampir sama. Strauss dan Howe (2000) memaparkan pengertian istilah milenial sebagai seseorang (anak-anak) yang dilahirkan pada tahun 1982 dan memasuki waktu pra-sekolah. Pada saat itu media mulai menyebutkan bahwa kelompok yang baru lulus SMA di tahun 2000, maka disebut sebagai kelompok yang terhubung ke milenial baru. Sedangkan menurut (Carlson 2008) istilah generasi milenial merupakan kelompok yang lahir dalam rentang tahun 1983 sampai dengan 2001. Generasi milenial juga disebut sebagai generasi Y. Istiah ini mulai dikenal dan dipakai pada editorial koran besar Amerika Serikat pada Agustus 1993.

1. ***Hedonic Treadmill Syndrome***

Untuk melihat pengertian *hedonic treadmill syndrome*, terlebih dahulu bisa mengartikan kata hedonis. Hedonis atau hedonisme merupakan sifat seseorang yang menempatkan kesenangan dan kepuasan materi sebagai tujuan utama di dalam hidup. Sedangkan berdasarkan kamus psikologi keuangan, *hedonic treadmill* disebabkan karena manusia yang hanya terus berjalan dan tidak pernah maju di atas sebuah *treadmill*, yang artinya orang tersebut hanya jalan di tempat saja. Menurut Suparto (2019), *Hedonic Treadmill Syndrome* merupakan suatu keadaan yang dialami oleh seseorang dimana level dari kebahagiannya tidak pernah akan berubah, hanya ditempat, atau justru kembali ke asal. Hal tersebut berarti bahwa, seseorang tidak pernah berpindah tempat dalam berlari dan mengejar sesuatu, juga dalam hal merasakan kebahagiaan.

1. ***Financial Management Behavior***

Berikut ini merupakan penjelasan dari pengertian *financial management behavior* atau perilaku pengelolaan keuangan, diantaranya yaitu: Amanah et al. (2016), menjelaskan *financial management behavior* yaitu ilmu yang mempelajari tentang perilaku individu dalam mengatur dan mengelola keuangan berdasarkan sudut pandang psikologi dan kebiasaan individu yang bersangkutan, sedangkan Kholilah dan Iramani (2013), menyebutkan bahwa *financial management behavior* merupakan kemampuan yang dimiliki oleh seseorang di dalam membuat perencanaan, penganggaran, pengelolaan, dan pengendalian terhadap dana keuangan sehari-hari. Nababan dan Sadalia (2013) menjelaskan bahwa *financial management behavior* memiliki kaitan terhadap cara yang dilakukan oleh seseorang terkait bagaimna pengelolaan keuangan mereka. Kesimpulannya adalah *financial management behavior* merupakan kemampuan atau perilaku seseorang terkait pengelolaan keuangan yang dimiliki.

1. ***Financial Attitude***

Pengertian etika keuangan menurut Humaira dan Sagor (2018) yaitu sikap yang melekat dalam diri seseorang terkait dengan keuangan personalnya berdasarkan apa yang ada dipikiran atau pendapatnya, selain itu Marsh (2006) menjelaskan bahwa etika keuangan merupakan perilaku seseorang ketika dihadapkan dalam kondisi adanya permasalahan dengan keuangannya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa etika keuangan merupakan prinsip-prinsip yang ada dalam diri seseorang terkait pengelolaan keuangan dan sumber dayaa keuangan mereka agar dapat mencapai keputusan yang tepat berdasarkan rasio.

1. ***Parental* *Income* (*Personal* *Income*)**

Menutut Ida dan Dwinta (2010), *income* adalah jumlah pendapatan kotor seseorang selama setahun yang didapat dari upah, perusahaan bisnis dan berbagai investasi, sedangkan *income* menurut Rizkiawati dan Asandimitra (2018) adalah keseluruhan uang yang diterima individu dalam jangka waktu tertentu. Herawati et al. (2018), berpendapat bahwa *income* adalah uang yang diperoleh dari bisnis, upah, sewa, dan royalti. Sehingga dapat disimpulkan *income* adalah seluruh pendapatan kotor yang diterima seseorang dalam jangka waktu tertentu. *Personal income* merupakan pendapatan pribadi yang diukur berdasarkan pendapatan dari semua sumber.

1. **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kualitatif deskriptif, sebab sesuai dengan tujuan penelitian agar meneliti subjek penelitian secara alami tanpa adanya rekayasa data. Penelitian kualitatif ini menggunakan alur berpikir induktif, dimana hasilnya lebih menekankan makna daripada generalisasi (Sugiono 2017). Mengenai pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan interpretatif, yaitu kegiatan mendalami fenomena dan menggali makna dari objek yang diteliti. Pendekatan interpretatif tersebut merupakan pendekatan yang mana peneliti menggali langsung data penelitian dari lapangan melalu observasi atau pengamatan (Ernams 2008). Selaras dengan penjelasan tersebut, maka relevan apabila penelitian ini bertujuan untuk menggali informasi mengenai *financial management behavior* yang dilakukan oleh mahasiswa Jurusan Akuntansi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

Penelitian ini mengambil lokasi di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Perilaku *hedonic treadmill syndrome* dan penerapan konsep *financial management behavior* merupakan objek penelitian ini. Mahasiswa akuntansi fakultas ekonomi UIN Maliki Malang yang sudah berstatus mahasiswa semester akhir pada tahun ini ditetapkan sebagai informan penelitian. Pengumpulan data penelitian dilakukan menggunakan metode wawancara yang telah dilakukan bulan Februari 2020 – Maret 2020. Wawancara dilakukan secara tidak terstruktur dan informal agar data yang didapatkan lebih meluas.

Proses analisis data dilakukan pada saat dan setelah pengumpulan data hingga mencapai data jenuh. Analisis data yang dilakukan yaitu (1) mengumpulkan data, (2) Identifikasi dan analisis data, dan (3) penarikan kesimpulan hasil penelitian.

1. **HASIL DAN PEMBAHASAN**
2. **Perilaku Konsumsi Mahasiswa Akuntansi UIN Maliki Malang**

Penelitian ini diawali dengan menggali data dari informan 1 sebagai informasi awal untuk mengetahui perilaku konsumtif yang dilakukan oleh mahasiswa akuntansi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Informasi tersebut didapatkan dengan cara melakukan wawancara. Hasilnya adalah bahwa informan melakukan konsumsi paling banyak terhadap makanan berat dan ringan. Motif utama yang mendasari informan tersebut melakukan perilaku konsumsi adalah adanya keinginan juga kebutuhan. Dalam memenuhi kebutuhan akan makanan, informan mempertimbangkan lokasi dan cita rasa sebagai pertimbangan nomor satu. Lokasi yang bersih, nyaman, dan rasa makanan yang dijual menjadi hal yang utama. Hal ini disampaikan oleh informan 1, dengan kutipan wawancara sebagai berikut:

*“...untuk tempat makan pasti aku pilih yang sesuai dengan keinginanku, terutama kenyamanan, kebersihan, tempat, sama rasa, engga harus yang interiornya bagus ataupun mewah karena niatnya buat makan jadi interior bukan patokan utamanya...”*

Hal serupa disampaikan oleh informan 2, menurut pemaparannya ketika diwawancara pada sebuah kafe, pengeluaran untuk makanan lebih mengutamakan keinginannya dan seberapa nyaman lokasinya. Kutipan wawancara dengan informan 2, terlihat bahwa membeli makanan hanya karena faktor keinginannya dan tempat yang nyaman serta tidak terlalu ramai sehingga tidak perlu antri.

Berbeda dari apa yang disampaikan oleh informan sebelumnya, informan 4 dan 5 menjelaskan bahwa lokasi menjadi tafsiran yang kesekian dibandingkan keinginan yang menjadi faktor utama. Informasi tersebut didapatkan pada wawancara yang dilakukan pada bulan februari dengan informan 4 dan 5, dengan kutipan sebagai berikut:

*“...aku tiap harinya matok buat makan berapa duit, kalau bisa jangan sampai melebihi batas maksimum patokanku. Biasanya aku beli makan sehari 2 kali aja. Aku beli makanan kalo pas pingin, misal aku hari ini lagi pingin makan apa ya aku beli asal engga mahal-mahal. Kalo pingin makan yang mahal aku nyisihin uang. Kalo akhir minggu ada sisanya aku buat njajan atau main ke mall...”*

*“...biasanya aku nyisihin uangku 50% buat beli makan, terus 30% nya buat kebutuhan pokok kayak sabun gitu. Aku kalo beli makan engga terlalu mikirin tempat harus dimana sih, yang penting cocok sama aku dan lagi pingin makan itu...”*

Selain melakukan konsumsi untuk mencukupi kebutuhan akan makanan, para informan kerap menggunakan dana yang mereka miliki untuk belanja di *mall*, tamasya, hingga membeli peralatan kecantikan. Tujuan dari tindakan itu adalah *refreshing*. Menurut pemaparan informan, kegiatan konsumsi tersebut tidak pernah dilakukan seorang diri namun bersama teman-teman. Dari sini dapat dilihat bahwa keberadaan teman mempengaruhi keputusan konsumsi para informan. Hasil wawancara dengan informan 1 adalah sebagai berikut :

*“...kadang tu kalo pas lagi keluar jalan-jalan sama temen-temen gitu pengeluaranku lumayan banyak. Pas temen pengen makan apa atau beli sesuatu aku jadi ikut-ikutan pengen dan akhirnya beli juga deh...”*

Pendapat yang disampaikan oleh informan 1 seperti di atas, didukung oleh informan 2 yang menyampaikan bahwa perilaku konsumsi juga dipengaruhi oleh keberadaan teman. Informan 2 menyatakan bahwa keberadaan teman sangat berpengaruh terhadap konsumsinya sehingga pengeluarannya akan meningkat. Berbeda dengan informan 3 yang menyatakan bahwa kenyaman yang didapatkan seseorang ketika berada di kafe akan menjadi nilai tersendiri bagi mereka. Serupa dengan yang disampaikan oleh informan tiga, bahwa ketika ia telah mendapatkan tempat yang nyaman untuk nongkrong maka ia akan sering berkunjung ke tenpat tersebut. Selain itu, innforman 4 dan 5 menyatakan bahwa konsumsi untuk pembelian makanan yang paling utama dipengaruhi oleh faktor keinginan, dimana kenyamanan tempat menjadi faktor yang kesekian. Dari paparan data yang disampaikan oleh informan-informan tersebut dapat diketahui bahwa keberadaan teman, keinginan, tempat mempengaruhi perilaku konsumsi Mahasiswa UIN. Oleh karenanya, hal tersebut memiliki pengaruh terhadap perilaku hedonisme dan keuangan mahasiswa Jurusan Akuntansi UIN Maulana Malik Ibrahim.

1. ***Financial Management* Mahasiswa Akuntansi UIN Maliki Malang**

Aktivitas seseorang dalam proses mengelola keuangan di sebut sebagai manajemen keuangan. Aktivitas manajemen keuangan ini dilakukan oleh mahasiswa Jurusan Akuntansi UIN Malang dengan dua tindakan, yaitu penggunaan dana dan perolehan dana. Para informan mengatakan bahwa mayoritas dari mereka mendapatkan perolehan dan dari kiriman orang tua. Sedangkan pengeluaran mereka lebih banyak digunakan untuk mencukupi kebutuhan pokok sehari-hari.

Hasil penggalian data menunjukkan bahwa mayoritas Mahasiswa Akuntansi UIN Malang memperoleh pemasukan dari orang tua karena status mereka yang masih pelajar/mahasiswa. Pendapatan yang diterima oleh para mahasiswa tersebut berbeda satu dan lainnya, namun mengenai pengeluarannya relatif sama. Pemasukan yang didapatkan para mahasiswa yaitu di atas Rp800.000 per bulan. Dari perolehan dana tersebut, informan selalu menyisihkan dananya untuk ditabung. Selain itu, sebagian besar dananya untuk memenuhi kebutuhan pokok dan kuliah, jalan-jalan, membeli kebutuhan *fashion* atau *skincare.*

Disamping menggunakan uang untuk *fashion* dan *skincare*, dana yang mereka miliki digunakan untuk berkunjung ke kafe dengan bermacam alasan, seperti mengerjakan tugas, sekadar nongkrong bersama teman, atau rapat organisasi. Selain berkunjung ke kafe, alokasi keuangan mereka juga digunakan untuk membeli makanan melalui aplikasi GoFood dan GrabFood. Alasanya adalah adanya rasa malas dan promo yang ditawarkan kedua aplikasi tersebut.

1. **Analisis *Hedonic Treadmill Syndrome* Mahasiswa Akuntansi UIN Maliki Malang**

Para ahli menjelaskan bahwa *Hedonic Treatmil Syndrome* merupakan sebuah pandang dimana kesenangan dan kebahagian merupakan hal yang utama dalam kehidupan. Pandangan tersebut dimiliki oleh orang-orang yang memiliki tujuan hidup untuk memenuhi kesenangan dan kepuasan hati mereka semata. Dahulu sindrom tersebut hanya diukur dari hal materi saja seperti uang atau aset lain. Sedangkan sindrom *hedonic treadmill*  lebih kepada memenuhi keinginan dan nafsu mereka untuk mencapai kepuasan menggunakan waktu yang sebenarnya bisa digunakan untuk hal yang lebih bermanfaat lainnya. Perilaku atau sindrom tersebut dapat dilihat pada generasi milenial saat ini yang memiliki sifat konsumtif. Hal yang membuat munculnya sindrom hedonik tersebut adalah adanya digitalisasi yang semakin masif pada generasi milenila tersebut. Fakta tersebut dibuktikna dengan adanya fenomena bahwa mayoritas pengguna *gadget*, teknologi, dan media sosial adalah generasi milenial.

Para generasi milenial sekarang ini memanfaatkan media sosial untukmencari informasi yang sangat beragam di internet. Salah satu media sosial tersebut yang sangat banyak disukai adalah aplikasi instagram. Instagram sendiri berfungsi untuk membagikan foto, promosi pakaian dan makanan, dan berbagai fungsi lainnya. Sehingga, hal tersebut membuat banyak generasi milenial menjadi tertarik. Dalam konteks penelitian ini, generasi milenial yang dimaksud adalah mahasiswa Akuntansi UIN Malang. Selain instagram, *gadget* pada kalangan mahasiswa juga banyak digunakan seperti aplikasi ojek online yang banyak digunakan oleh para mahasiswa yang tidur di indekos untuk memesan makanan karen mendapatkan banyak promo, rasa malas untuk keluar membeli makanan, atau masak di kos. Dari fakta tersebut, terlihat bahwa mahasiswa banyak membeli sesuatu karena adanya promo. Sehingga dapat dikatakan bahwa teknologi sangat mempengaruhi sifat konsumtif seseorang.

Sifat yang dimiliki oleh para mahasiswa tersebut bisa dikatakan sebagai sifat konsumtif dan menuju hedonis. Hedonis sendiri bisa diartikan sebagai tindakan membelanjakan uang secara banyak karena pendapatan yang diterima juga banyak. Berdasarkan pemaparan tersebut diatas, maka dapat dilihat apakah tindakan yang dilakukan oleh para mahasiswa tergolong ke dalam sifat konsumtif, hedonis, atau bukan. Dari kelima informan, 1 diantaranya yaitu informan 3 banyak menggunakan uangnya untuk makan di kafe atau tempat makan lainnya dan untuk *travelling* juga. Hal tersebut dapat dilihat dari jumlah pengeluaran yang dilakukan, untuk kebutuhan makan kurang lebih Rp50.000 dalam sehari dan *travelling* jarak dekat dapat menghabiskan uang kurang lebih Rp100.000 dalam sekali jalan. Sedangkan dalam seminggu informan 3 dapat pergi *travelling* sebanyak dua hingga tiga kali. Sehingga dalam satu bulan informan 3 menghabiskan uangnya rata-rata sebesar Rp1.500.000 hanya untuk makan dan Rp1.000.000 untuk *travelling* selama satu bulan.

Selain itu, informan 3 juga sering mengunjungi kafe ketika merasa jenuh untuk mengerjakan tugas kuliah di kos. Informan 3 mengatakan bahwa hampir setiap hari ia mengunjungi kafe, entah hanya untuk makan, nongkrong, atau mengerjakan tugas kuliah. Rata-rata pengeluaran informan 3 untuk “ngafe” sebesar Rp30.000 per harinya. Sehingga rata-rata pengeluaran untuk mengunjungi kafe dalam satu bulan mencapai Rp900.000. Selain itu informan 3 juga menggunakan jasa ojek online untuk membeli di kedai kopi, informan 3 biasanya melakukan pembelian tiga kali dalam seminggu dengan rata-rata pemesanan Rp35.000 dalam sekali pesan, sehingga rata-rata informan mengeluarkan dananya untuk pemesanan tersebut sebesar Rp420.000. Nominal tersebut cukup besar karena pengeluaran untuk “ngafe” mencapai 88% dari jumlah pengeluaran untuk makan sehari-hari. Hal tersebut dapat dikatakan *hedonic treadmill syndrome* karena informan 3 terus berjalan pada sebuah *treadmill*, yaitu sering mengunjungi kafe hampir setiap harinya. Sekalipun informan 3 berkunjung ke kafe dengan berbagai alasan, akan tetapi informan 3 melakukan hal tersebut demi mencapai kepuasannya.

Berdasarkan pemaparan hasil penggalian data di atas, dapat ditarik bahwa sifat hedonisme yang muncul dalam diri seseorang dipengaruhi oleh lingkungan dan teman. Sebab, menurut penjelasan informan-informan dalam penelitian ini, pengeluaran mereka akan membengkak ketika mereka keluar jalan-jalan bersama teman. Namun, hal ini juga terkait dengan tingkatan sifat konsumtif yang dimiliki oleh teman mereka. Meskipun begitu, sebenernya perilaku atau sifat hedonis tersebut dapat ditekan melalui rasa syukur yang tinggi terhadap apa yang telah dimiliki dan selalu merasa cukup. Selain itu, mahasiswa Akuntansi UIN Malang memiliki basic keagamaan yang cukup kuat dengan prinsip kampus UIN yaitu Uulul Albab.

1. **Analisis Perilaku Manajemen Keuangan Mahasiswa Akuntansi UIN Maliki Malang**

Tanggung jawab terkait *financial* seseorang atau individu disebut *Financial Management Behavior*. Para informan yan notabene merupakan mahasiswa dibekali dengan uang oleh orang tua mereka dalam periode tertentu untuk mencukupi kebutuhan mereka sebagai mahasiswa, sehingga para informan tersebut memiliki tanggung jawab mengelola uang tersebut dengan benar. Oleh sebab itu, para informan yang notabene mahasiswa tersebut harus mampu menjalankan amanah dengan baik dan memanfaatkan atau menggunakan uang mereka dengan penuh tanggung dan memanfaatkannya untuk hal yang berguna saja. Munculnya banyak kafe di sekitar kampus UIN, membuat para mahasiswa menjadi sering berkunjung ke kafe dengan berbagai alasan yang mereka miliki. Karena kesadaran yang dimiliki, para mahasiswa tersebut akhirnya menyisihkan uang yang mereka miliki untuk kepentingan membayar produk yang dijual di kafe yang mereka kunjungi.

Berkat kesadaran yang timbul karena merasa bahwa ketika mengunjungi kafe akan mengeluarkan banyak biaya maka diperlukan pemaknaan yang tepat terhadap *financial management behavior*. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan 5, diketahui kalau “*Financial* *management behavior* merupakan hal penting yang digunakan untuk mengatur keuangan agar tidak keteteran”. Berdasarkan persepsi tersebut, maka dapat diketahui bahwa *financial management behavior* sangat penting agar tidak keteteran ketika dihadapkan dengan kebutuhan yang banyak atau agar keuangan dapat tertata dengan baik.

Informan-informan menyampaikan bahwa mereka berusaha untuk mengantisipasi kemungkinan-kemungkinan yang bisa timbul di masa depan. Hal yang dilakukan untuk mengantisipasi kemungkinan-kemungkinna terkait keuangan tersebut adalah dengan cara menabung agar kebutuhan dan keinginan di masa depan dapat terpenuhi. Selain itu, alasan para informan menabung adalah agar tidak membebani para orang tua ketika mereka dihadapkan pada situasi yang membutuhkan uang lebih. Bukan hanya itu, uang yang disisihkan oleh para informan juga dialokasikan untuk membeli barang yang mereka inginkan atau nongkrong di kafe mengerjakan tugas, rapat, dan lain sebagainya. Sadar bahwa kebutuhan banyak, maka muncul sikap hati-hati soal keuangan. Wujud dari sikap tersebut adalah informan 2,3,4, dan 5 yang selalu menyisihkan uang mereka ketika mendapat kiriman uang dari orang tua. Informan 4 mengatakan sebagai berikut ini :

*“...kalau saving itu harus ada pokok per bulan wajib. Soalnya kan kita gatau kalau misal tiba-tiba sakit atau ada keperluan yang mendesak, aku ambil uang tabunganku tadi. Jadi aku nabung ya karena buat jaga-jaga aja...”*

Frasa “*saving itu harus*” bermakna bahwa menyisihkan uang atau menabung merupakan satu keharusan untuk mencukupi kebutuhan yang tidak terduga.

Perilaku bertanggung jawab terhadap keuangan yang terbentuk dalam diri para informan, didasarkan pada keinginan untuk mencapai tujuan suatu saat dan usaha untuk menghindari diri dari keuangan yang memburuk. Istilah yang digunakan untuk menyebut seseorang yang berusaha agar lebih siap dalam mengelola keuangan disebut ilmu akuntansi manajemen. Menurut Dew dan Jian (2011) *financial management behavior* diterapkan oleh seseorang dengan meliputi empat hal, yakni:

1. *Consumption*

Penggunaan uang untuk barang dan jasa disebut sebagai konsumsi. Terkait hal tersebut, seseorang dapat melihat tingkat konsumsi orang lain dengan cara melihat konsumsi yang dilakukan. Apabila dihubungkan dengan konsep tersebut, dapat dilihat dari hasil penelitian ini bahwa tindakan konsumsi dilakukan oleh mayoritas informan karena adanya kebutuhan dan keinginan. Pembelian barang karena memang dibutuhkan (pertimbangan utama) disampaikan oleh informan 2 dan 4. Dikutip dalam wawancara di bawah ini:

*”...biasanya aku beli sesuatu karena ada diskon atau memang karena butuh sih...”*

Lain halnya dengan apa yang disampaikan oleh informan 3 dan 5, bahwa menurut mereka tindakan konsumsi terhadap suatu barang timbul karena memang ada rasa ingin memiliki. Dapat dilihat melalui kutipan wawancara di bawah ini:

*“...kalau aku lagi pingin sesuatu gitu ya aku beli tapi kalau pas lagi ada uangnya juga, apalagi pas lagi diskonan kan lumayan...”*

Menurut informan 1, pertimbangannya dalam membeli barang terutama keinginan yang teramat dan memang karena kebutuhan. Hasil wawancaranya dapat dilihat pada kutipan di bawah ini :

*“...kalau aku lagi pingin beli sesuatu, aku pikir-pikir dulu barang tersebut lagi aku butuhkan apa engga, trus nanti kepakai engga, baru aku memutuskan buat beli atau engga. Yang penting barang tersebut berguna buat aku...”*

1. *Cash-Flow Management* (Manajemen Arus Kas)

Untuk melihat kesehatan keuangan seseorang adalah dengan melihat arus kasa mereka yang dikeluarkan untuk memenuhi kebutuhan pokok dan keperluan pribadi. Untuk melihat bagaimana arus kas yang baik adalah dengan melihat pengeluaran dan pemasukan individu apakah siembang. Berdasarkan hasil penggalian data dengan para informan melalui wawancara, diperoleh hasil bahwa pengelolaan arus kas yang dilakukan oleh para informan adalah dengan mengaturnya untuk satu bulan kemuka. Hal tersebut memiliki kesamaan dengan perilaku informan 5, yang mana hasil uang masuk informan 5 akan yang dialokasikan untk keperluan makan sebesar 50%, kebutuhan lain 30%, dan sisanya untuk melakukan *saving*.

Hal yang dilakukan oleh informan 5 sama dengan yang dilakukan oleh informan 2 dan 4, namun berbeda dalam jumlah persentasenya. Selain itu, apa yang dilakukan oleh informan 1 dan 3 berbeda dengan yang dilakukan oleh informan 2,4, dan 5. Pembagian uang pemasukan yang dilakukan oleh informan 3 yaitu ke dalam lima kategori, makan, uang belanja bulanan, tamasya, belanja di mall, dan disisakan untuk tabunga (saving). Meskipun sama-sama mengkategorikan dalam lima hal, informan 1 sedikit berbeda yakni menyisihkan untuk kebutuhan makan, perawatan kulit, tamasya, kebutuhan kampus, dan kebutuhan lain-lain. Tindakan yang dilakukan oleh para informan tersebut merupakan hal yang tepat karena dapat mengatur keuangan mereka dengan baik dan mengalokasikan dananya dengan tepat.

1. *Saving and Investment*

Tabungan berarti dana yang tidak digunakan untuk konsumsi dalam jangka waktu tertentu, sedangkan investasi merupakan penyisihan uang dengan tujuan agar di masa mendatang mendapatkan manfaat dari tindakannya dengan hasil yang berlipat.Oleh sebab masa depan yang tidak bisa diketahui, maka setiap individu harus mampu melakukan *saving* dan *investment* agar mampu membayar kejadian tidak terduga yang membutuhkan uang. Tindakan *saving* dilakukan oleh informan 2,3,4, dan 5 pada awal bulan. Mengenai jumlah *saving*  yang dilakukan berbeda setiap informan, namun tujuannya sama yaitu berjaga-jaga apabila terdapat kebutuhan tidak terduga. Berbeda dari informan sebelumnya, informan 1 hanya akan melakukan *saving* apabila masih memiliki dana tersisa di akhir bulan.

1. *Credit Management* (Manajemen Utang)

*Credit management* atau menajemen utang merupakan komponen terakhir dari *financial management behavior*. Manajemen utang merupakan kemampuan individu untuk mengambil manfaat dari uang dalam rangka meningkatkan kemakmuran (Sina 2014). Sedangkan terkait dengan *research* ini, inofrman-inorman nihil hutang karena mereka telah memiliki *saving* dari uang yang selalu mereka sisihkan.Uang *saving* tersebut disisihkan dengan tujuan untuk apabila terdapat keperluan mendadak. Sehingga, kesimpulan yang bisa diambil dari hal tersebut adalah manajemen utang tidak dimiliki oleh para informan dalam penelitian ini.

Mengutip dari tulisan Kholilah dan Iramani (2013), dijelaskan bahwa analisis *financial management behavior* merupakan kemampuan yang dimiliki oleh seseorang dalam membuat perencanaan, anggaran, pengelolaan, dan kemampuan dalam mengendalikan keuangan dalam kegiatan sehari-hari. Sedangkan apabila dikaitkan berdasarkan *financial management behavior concept* oleh Dew dan Jian (2011), dapat dikatakan bahwa pengelolaan keuangan secara rutin telah dilakukan oleh informan-informan dalam penelitian ini. Berdasarkan pada apa yang dikonsepkan oleh Furmham mengenai etika keuangan, apa yang dilakukan oleh para informan merupakan *obsessio*n yaitu cara seseorang dala memandang uang dan mengelolanya untuk masa depan dengan bijak (Furham 1984). Hal ini terlihat dari para informan yang mengatur keuangan mereka dengan jalan mengklasifikasikan uang yang mereka keluarkan ke dalam beberapa klasifikasi.

Berdasarkan pemaparan di atas, perilaku sindrom hedonik *treadmill* yang dilakukan mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim khususnya jurusan akuntansi ini terjadi karena pengaruh lingkungan sekitar. Meskipun begitu, mahasiswa akuntansi ini bisa dikatakan mampu untuk mengelola keuangan dengan baik. Hla tersebut dapat dibuktikan dengan adanya pengalokasi dana dan anggaran yang dibuat dengan cara membatasi setiap pengeluaran yang dilakukan oleh mereka.

1. **KESIMPULAN**

Lingkungan mempengaruhi terciptanya *hedonic treadmill syndrome* *behavior* yang dilakuken olah mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Jurusan Akuntansi. Tingkat hedonisme yang terjadi pada mahasiswa ini sangat dipengaruhi oleh peran teman. Sedangkan mengenai *financial management* *behavior* pada mahasiswa ini diinterpretasikan sebagai wujud dari adanya rasa tanggung jawab kepada orang tua karena telah mempercayakan uang saku yang mereka berikan. Konsep tersebut dilakukan dengan cara melakukan perhitungan dana, memanfaatkan dana, dan mendistribusikan dana dengan cara dan pertimbangan yang logis. Penerapan *financial management behavior* yang dilakukan oleh para mahasiswa Jurusan Akuntansi ini dinilai telah selarasa dengan literasi dan dilakukan pada ruang lingkup yang lebih sempit yakni diri pribadi mereka.

**DAFTAR PUSTAKA**

Amanah, E., D. Rahadian, dan A. Iradianty. 2016. Pengaruh Financial Knowledge, Financial Attitude dan External Locus Of Control Terhadap Personal Financial Management Behavior Pada Mahasiswa S1 Universitas Telkom. *E-Proceeding of Management* 3 (2):1228-1235.

Arifin, A. H. 2019. *Hedonic Treadmill Syndrome Terhadap Penggunaan Financial Technology Pada Generasi Millennial* 2019 [cited 1 September 2019]. Available from <https://www.academia.edu/36319478/Hedonic_Treadmill_Syndrome_pada_Penggunaan_Fintech_di_Generasi_Millenial_.pdf>

Budiati, I., Susianto, Y., Adi, W. P., Ayuni, S., Reagan, H. A., Larasaty, P., Setiyawati. N., Pratiwi. A. I., Saputra. V. G. 2018. *Profil Generasi Milenial Indonesia*. Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak.

Carlson, E. 2008. *The Lucky Few: Between the Greatest Generation and The Baby Boom*. USA: Springer.

Dew, J., dan X. J. Jian. 2011. The Financial Management Behaviour Scale: Development and Validation. *Journal of Financial Counseling and Planning* 22:43-59.

Ernams. 2019. *Pendekatan Interpretif* 2008 [cited 20 November 2019]. Available from <https://ernams.wordpress.com/2008/01/07/pendekatan-interpretif/>.

Furham, A. 1984. Many Sides of The Coin: The Psychology of Money Usage. *Personal and Individual Difference* 5 (5):501-509.

Hadinata, H. 2019. *Hedonic Treadmill dan Perencanaan Keuangan* 2016 [cited 19 November 2019]. Available from <https://personalfinance.kontan.co.id/news/hedonic-treadmill-dan-perencanaan-keuangan>.

Herawati, N. T., I. M. Candiasa, I. K. Yadnyana, dan N. Suharsono. 2018. Factors That Influence Financial Behavior Among Accounting Students in Bali. *International Journal of Business Administration* 9 (3):30-38.

Humaira, I., dan E. M. Sagor. 2018. Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Sikap Keuangan dan Kepribadian terhadao Perilaku Manajemen Keuangan pada Pelaku UMKM Sentra Kerajinan Batik Kabupaten Bantul. *Jurnal Nomina* 7 (1):96-110.

Ida, I., dan C. Y. Dwinta. 2010. Pengaruh Locus Of Control, Financial Knowledge, Income Terhadap Financial Management Behavior. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi* 12 (3):131-144.

Kementerian Riset, T. d. P. T. 2020. *Pangkalan Data Pendidikan Tinggi* 2020 [cited 6 Februari 2020]. Available from <https://forlap.ristekdikti.go.id/perguruantinggi>.

Kholilah, N. A., dan R. Iramani. 2013. Studi Financial Management Behavior Pada Masyarakat Surabaya. *Journal of Business Banking* 3 (1):69-80.

Malang, M. 2019. *Menilik Fenomena Menjamurnya Bisnis Kafe di Kota Malang* 2019 [cited 19 November 2019]. Available from <http://mocomalang.id/2019/06/20/menilik-fenomena-menjamurnya-bisnis-kafe-di-kota-malang/>.

Marsh, B. 2006. Examining The Personal Financial Attitudes Behavior and Knowledge Levels of First-Year and Senior Students at Baptist Universities in teh State of Texas. *Bowling Green State University*.

Mufidah, E. F., dan P. S. D. Wulansari. 2018. Gaya Hidup Hedonisme Mahasiswa Pascasarjana di Media Sosial. *Jurnal Konseling Indonesia* 3 (2):33-36.

Nababan, D., dan I. Sadalia. 2013. Analisis Personal Financial Literacy dan Financial Behavior Mahasiswa Strata I Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara. *Media Informasi Manajemen* 01 (1):1-16.

Prabowo, S. L. 2020. *Cita-cita Besar Kami Adalah Menuju World Class University (8)* 2014 [cited 6 Februari 2020]. Available from <https://www.uin-malang.ac.id/r/140401/cita-cita-besar-kami-adalah-menuju-world-class-university-8.html>.

Purwidianti, W., dan R. Mudjiyanti. 2016. Analisis Pengaruh Pengalaman Keuangan Dan Tingkat Pendapatan Terhadap Perilaku Keuangan Keluarga Di Kecamatan Purwokerto Timur. *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 1 (2):141-148.

Ratnasari, D. 2018. Pengaruh Locus Of Control, Financial Attitude, Dan Parental Income Terhadap Financial Management Behavior. Skripsi, Universitas Negeri Malang.

Rizkiawati, N. L., dan N. H. Asandimitra. 2018. Pengaruh Demografi, Financial Knowledge, Financial Attitude, Locus Of Control dan Financial Self-Efficacy Terhadap Financial Management Behavior Masyarakat Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen* 6 (3):93-107.

Sina, P. G. 2014. Tipe Kepribadian dalam Personal Finance. *Jurnal JIBEKA* 8 (1):54-59.

Strauss, W., dan N. Howe. 2000. *Millennials Rising: The Next Great Generation*. New York: Vintage Original.

Sugiono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: Alfabeda.

Suparto, N. 2019. *Hedonic Treadmill* 2019 [cited 20 September 2019]. Available from <https://www.finansialku.com/hedonic-treadmill/>

Yuliyasinta, dan T. N. Edwina DS. 2017. Gaya Hidup Hedonis Pada Mahasiswa Ditinjau Dari Harga Diri. *Prosiding SEMNAS Penguatan Individu di Era Revolusi Informasi*:344-352.

1. *Corresponding author: UIN Maulana Malik Ibrahin Malang, Jl. Gajayana No.50, Dinoyo, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, 65144, Indonesia* [↑](#footnote-ref-1)
2. *UIN Maulana Malik Ibrahin Malang, Jl. Gajayana No.50, Dinoyo, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, 65144, Indonesia* [↑](#footnote-ref-2)