

## **Pengaruh Sikap Keuangan, Literasi Keuangan, dan Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Manajemen Keuangan (Studi Kasus UMKM di Kecamatan Banjaran Kabupaten Bandung)**

<sup>1</sup>Huda Fitrianti Gunawan, <sup>2</sup>Devyanthi Syarif

<sup>1</sup>Manajemen, Universitas Indonesia Membangun, Bandung

<sup>1</sup>Universitas Indonesia Membangun, Bandung

Email: <sup>1</sup>*noor.huda.fitrianti.gunawan@student.inaba.ac.id*, <sup>2</sup>*devyanthi.syarif@inaba.ac.id*

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh sikap keuangan, literasi keuangan, dan gaya hidup hedonisme terhadap manajemen keuangan pelaku UMKM di Kecamatan Banjaran, Kabupaten Bandung. Latar belakang penelitian adalah lemahnya pengelolaan keuangan UMKM akibat tekanan sosial era digital yang memicu perilaku konsumtif. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain kausal terhadap 100 pelaku UMKM yang dipilih melalui *accidental sampling* (rumus Slovin). Data dikumpulkan menggunakan kuesioner skala Likert 5 poin dan dianalisis dengan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan: (1) sikap keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen keuangan ( $t=4,111$ ;  $p=0,000$ ), (2) literasi keuangan berpengaruh positif signifikan dengan pengaruh paling dominan ( $t=5,087$ ;  $p=0,000$ ), (3) gaya hidup hedonis berpengaruh negatif signifikan ( $t=-2,815$ ;  $p=0,006$ ). Secara simultan, ketiga variabel berpengaruh signifikan ( $F=36,978$ ;  $p=0,000$ ) dengan kontribusi 53,6% terhadap manajemen keuangan pelaku UMKM. Implikasi praktis penelitian menekankan pentingnya peningkatan literasi keuangan, pembentukan sikap keuangan positif, dan pengendalian perilaku hedonistik sebagai kunci keberhasilan manajemen keuangan UMKM.

**Kata Kunci:** Gaya Hidup Hedonisme, Literasi Keuangan, Manajemen Keuangan, Sikap Keuangan, UMKM

### **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the influence of financial attitudes, financial literacy, and hedonistic lifestyles on the financial management of MSME actors in Banjaran District, Bandung Regency. The background of this study is the weak financial management of MSMEs due to social pressures in the digital era that trigger consumptive behavior. The study used a quantitative approach with a causal design on 100 MSME actors selected through accidental sampling (Slovin formula). Data were collected using a 5-point Likert scale questionnaire and analyzed using multiple linear regression. The results showed that: (1) financial attitude had a significant positive effect on financial management ( $t=4.111$ ;  $p=0.000$ ), (2) financial literacy has a significant positive effect with the most dominant influence ( $t=5.087$ ;  $p=0.000$ ), (3) hedonistic lifestyle has a significant negative effect ( $t=-2.815$ ;  $p=0.006$ ). Simultaneously, the three variables have a significant effect ( $F=36.978$ ;  $p=0.000$ ) with a 53.6% contribution to the financial management of MSME actors. The practical implications of this study emphasize the importance of improving financial literacy, forming positive financial attitudes, and controlling hedonistic behavior as the keys to successful MSME financial management.*

**Keywords:** Hedonistic Lifestyle, Financial Literacy, Financial Management, Financial Attitude, MSMEs

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era digital telah mengubah smartphone menjadi kebutuhan esensial masyarakat. Industri smartphone global menunjukkan pertumbuhan stabil dengan proyeksi pengiriman mencapai 1,24 miliar unit pada tahun 2025, didorong oleh peningkatan pengiriman iPhone sekitar 3,9% (Selular.id, 2025). Di Indonesia, penetrasi smartphone sangat tinggi dengan 370,1 juta koneksi perangkat seluler atau 133,3% dari total populasi, menandakan banyak masyarakat memiliki lebih dari satu perangkat (Wulan et al., 2024). Rata-rata orang Indonesia menghabiskan hampir 9 jam per hari mengakses internet melalui perangkat mobile (DataReportal, 2022), mencerminkan betapa masifnya peran smartphone dalam kehidupan sehari-hari.

Apple Inc. menerapkan strategi diferensiasi khas dengan memposisikan iPhone sebagai produk premium di segmen menengah ke atas (Kotler & Keller, 2016). Posisi ini diperkuat oleh tingkat loyalitas pengguna tertinggi di industri, dengan 89% pengguna iPhone tetap setia per Maret 2024 (Kompas.com, 2025). Konsumen memilih iPhone terutama karena kualitas kamera yang sangat bagus (74,2%), integrasi ekosistem Apple (51,6%), kualitas prosesor (50,9%), dan branding yang eksklusif (48,9%) (GoodStats, 2023).

Namun, fenomena menarik mulai muncul yang menggambarkan *Trade-off* signifikan antara kualitas produk dengan harga premium. Loyalitas pengguna iPhone mengalami penurunan dari 94% menjadi 89% dalam dua tahun, dikaitkan dengan harga premium seperti iPhone 16 Pro yang dijual mulai dari 999 dolar AS atau sekitar Rp 16,2 juta (Kompas.com, 2025). Fenomena ini semakin nyata dari pergeseran pola pembelian konsumen. iPhone 16e dengan harga lebih terjangkau (Rp 12,5 juta) menyumbang 7% dari total

penjualan iPhone di Amerika Serikat pada kuartal pertama 2025, sementara iPhone 16 Pro justru mengalami penurunan minat (CNBC Indonesia, 2025). Kondisi ekonomi yang tidak menentu membuat konsumen lebih memilih varian yang lebih murah meskipun dengan spesifikasi lebih rendah, mencerminkan perilaku keuangan konsumen yang rasional dalam menghadapi keterbatasan ekonomi.

Kota Bandung merupakan lokus penelitian yang relevan karena memiliki karakteristik pasar unik. Berdasarkan data APJII (2025), Pulau Jawa mencatat penetrasi internet tertinggi di Indonesia (84,69%), dengan Kota Bandung sebagai salah satu kota yang memiliki penetrasi teknologi sangat tinggi. Data Telkomsel (2025) menunjukkan penetrasi perangkat 5G di Bandung mencapai 26% dengan 172 BTS 5G aktif. Kelompok usia produktif mendominasi pengguna smartphone, dengan generasi milenial mencatat penetrasi tertinggi (89,12%) dan generasi Z (87,80%) (APJII, 2025). Bandung memiliki komunitas pengguna Apple yang loyal dengan target pasar kalangan eksekutif muda, profesional, pebisnis, dan mahasiswa dari keluarga mampu yang menganggap iPhone sebagai *lifestyle statement*.

Dalam konteks ini, iPhone 16 menghadirkan dilema keputusan finansial yang kompleks. Harga premium yang diterapkan Apple memaksa konsumen melakukan pertimbangan finansial yang matang. Menurut Kotler & Keller (2021), keputusan membeli baru terjadi jika konsumen merasa mampu secara ekonomi dan harga dirasa sepadan dengan manfaatnya. Di sisi lain, kualitas produk iPhone 16 dengan berbagai inovasi teknologi menjadi faktor pemberian utama pembelian. Aprillia & Putra (2023:777) mendefinisikan Kualitas produk dapat juga diartikan sebagai kemampuan suatu produk untuk menawarkan nilai lebih kepada konsumen dibandingkan dengan produk pesaing. *Trade-off* antara kualitas tinggi dan harga

tinggi menciptakan dinamika perilaku keuangan konsumen yang kompleks, di mana konsumen harus menyeimbangkan aspek utilitarian (manfaat fungsional), hedonic (kepuasan emosional), dan finansial (kemampuan ekonomi).

Penelitian ini menyoroti kualitas produk dan harga sebagai variabel kunci yang memengaruhi keputusan pembelian. Secara empiris, penelitian terdahulu menunjukkan kedua variabel ini berpengaruh signifikan. Lestari & Rahmi (2025) menemukan kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, sementara Pratiwi & Sumawidjaja (2025) mengonfirmasi harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun, terdapat kesenjangan literatur yang secara spesifik mengupas kedua variabel ini pada iPhone 16 di Kota Bandung. Al-Djufri & Wahyuni (2017) meneliti brand image dan harga terhadap pembelian iPhone di Surabaya, namun tidak menyoroti kualitas produk secara tersendiri. Romadhoni & Siregar (2025) meneliti citra merek dan kualitas produk iPhone di Bandung, namun tidak memasukkan variabel harga.

Penelitian ini mengisi kesenjangan dengan menelaah pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian iPhone 16 di Kota Bandung. Secara akademis, studi ini memperluas literatur perilaku konsumen produk teknologi tinggi dengan fokus pada dinamika perilaku keuangan konsumen dalam menghadapi produk premium. Secara praktis, penelitian ini bermanfaat bagi pelaku industri untuk memahami faktor dominan yang mendorong pembelian iPhone 16 di tengah dilema finansial konsumen, sehingga dapat merumuskan strategi pemasaran yang tepat.

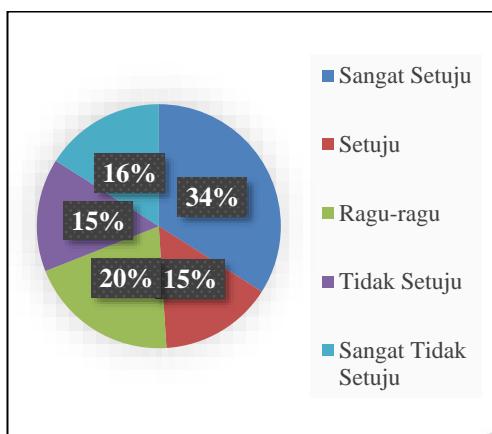
Memasuki era transformasi digital, kemajuan teknologi informasi membawa dampak besar terhadap pola perilaku dan gaya hidup pelaku usaha. Kemudahan memperoleh informasi melalui media sosial mendorong komunikasi yang cepat,

namun juga memunculkan fenomena persaingan sosial di mana pelaku usaha saling menampilkan kesuksesan dan gaya hidup ideal. Kondisi ini menciptakan tekanan psikologis yang mendorong perilaku konsumtif dan pengelolaan dana yang tidak rasional.

*Financial Fitness Index (FFI) 2024* mengungkapkan 80% generasi muda mengakui pengeluarannya dipengaruhi gaya hidup teman sebaya, naik dari 73% pada tahun sebelumnya, memperlihatkan kuatnya pengaruh Fear of Missing Out (FOMO). Laporan Global Consumer Insights (2024) mencatat 48% konsumen sering melakukan pembelian spontan melalui platform e-commerce, menandakan lemahnya perencanaan finansial.

Pelaku UMKM di Kecamatan Banjaran Kabupaten Bandung menghadapi tantangan ganda: mengelola operasional usaha dengan modal terbatas sambil terpapar tren digital yang memicu konsumsi simbolik. Menurut Inrawan (2024:1), manajemen keuangan adalah “disiplin yang berkaitan dengan pengelolaan sumber daya keuangan suatu organisasi atau individu untuk mencapai tujuan finansial secara efisien dan efektif”. Ketidakseimbangan pengeluaran menjadikan manajemen keuangan sebagai persoalan serius bagi keberlanjutan usaha.

Untuk memotret kondisi manajemen keuangan pelaku UMKM, peneliti melakukan pra-survei terhadap 30 pelaku UMKM di Kecamatan Banjaran dengan pernyataan: “Saya mampu mengendalikan pengeluaran dengan tidak membeli barang yang sebenarnya tidak saya butuhkan meskipun terdapat diskon atau promo menarik”.



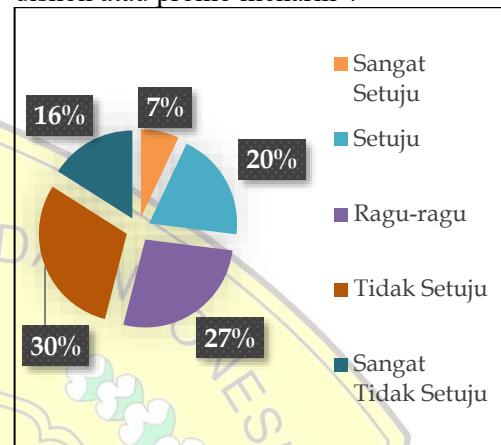
**Gambar 1. Hasil Kuisioner Pra-Survei Pelaku UMKM di Kecamatan Banjaran Kabupaten Bandung Mengenai Manajemen Keuangan**

Berdasarkan Gambar 1, terlihat bahwa hanya 24% responden yang sangat setuju dan 18% setuju mampu mengendalikan pengeluaran, sementara 27% ragu-ragu, 15% tidak setuju, dan 16% sangat tidak setuju. Data ini menunjukkan fenomena yang memprihatinkan: hampir setengah responden (31% tidak setuju dan sangat tidak setuju) mengalami kesulitan menahan diri dari pembelian impulsif, ditambah 27% yang masih ragu-ragu mengenai kemampuan kontrol keuangan mereka. Kondisi ini menggambarkan lemahnya pemantauan dan pengendalian keuangan yang dapat mengganggu keseimbangan arus kas usaha dan mengurangi kapasitas investasi produktif.

Fenomena lemahnya pengendalian keuangan tersebut sangat berkaitan dengan sikap keuangan (*financial attitude*) sebagai faktor internal yang memengaruhi perilaku seseorang. Menurut Suriani (2022:100), sikap keuangan merupakan “perilaku seseorang dalam urusan keuangan, baik dalam hal pengelolaan keuangan, perencanaan keuangan, maupun keputusan seseorang tentang investasi yang akan diambil”. Individu dengan sikap keuangan positif cenderung berhati-hati dan menyusun anggaran, sebaliknya sikap negatif

ditandai kecenderungan impulsif dan mudah terpengaruh tekanan sosial.

Untuk memahami lebih dalam sikap keuangan pelaku UMKM, peneliti melakukan pra-survei dengan pernyataan: “Saya mampu menahan diri untuk tidak membeli barang yang sebenarnya tidak saya butuhkan meskipun sedang ada diskon atau promo menarik”.



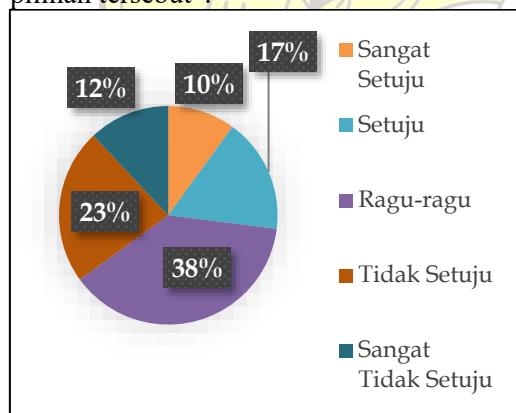
**Gambar 2. Hasil Kuisioner Pra-Survei Pelaku UMKM di Kecamatan Banjaran Kabupaten Bandung Mengenai Sikap Keuangan dalam Manajemen Keuangan**

Berdasarkan Gambar 2, terlihat fenomena yang lebih mengkhawatirkan dibandingkan kondisi manajemen keuangan secara umum. Hanya 7% responden sangat setuju dan 20% setuju mampu menahan diri dari pembelian tidak perlu, sementara 27% ragu-ragu, 30% tidak setuju, dan 16% sangat tidak setuju. Mayoritas responden (46%) berada pada posisi tidak mampu menahan diri, menandakan lemahnya sikap keuangan dalam mengendalikan pengeluaran impulsif. Walaupun beberapa pelaku UMKM memahami pentingnya pengelolaan keuangan, sikap permisif terhadap konsumsi berlebih dapat menimbulkan ketidakseimbangan arus kas dan ketergantungan terhadap pembiayaan eksternal jangka pendek. Penelitian Nurhanifah & Syarif (2024) serta Yuniawati et al. (2024) mendukung temuan ini dengan menemukan sikap

keuangan berpengaruh signifikan terhadap financial behavior.

Selain sikap keuangan, literasi keuangan juga berperan penting dalam kemampuan mengelola keuangan. Menurut Otoritas Jasa Keuangan Nomor 76/POJK.07/2016, literasi keuangan adalah pengetahuan tentang pengelolaan keuangan yang dimiliki agar berkembang untuk hidup yang lebih sejahtera di masa depan. Literasi tinggi memampukan seseorang mengalokasikan penghasilan sesuai prioritas dan menghindari utang konsumtif, sebaliknya literasi rendah membuat seseorang mudah tergoda konsumsi impulsif.

Untuk mengukur tingkat literasi keuangan, peneliti melakukan pra-survei dengan pernyataan: "Saya memahami perbedaan antara menabung di bank dan berutang melalui pinjaman online, serta konsekuensi finansial dari masing-masing pilihan tersebut".



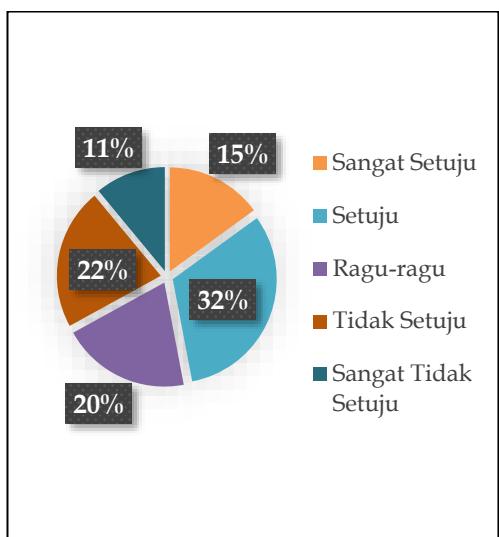
**Gambar 3. Hasil Kuisioner Pra-Survei Pelaku UMKM di Kecamatan Banjaran Kabupaten Bandung Mengenai Literasi Keuangan dalam Manajemen Keuangan**

Berdasarkan Gambar 3, terlihat bahwa hanya 10% responden sangat setuju dan 17% setuju memahami perbedaan antara tabungan dan pinjaman, sementara 38% ragu-ragu, 23% tidak setuju, dan 12% sangat tidak setuju. Fenomena ini menunjukkan sebagian besar pelaku UMKM (35%) belum memahami konsep dasar pengelolaan

tabungan dan pinjaman, sedangkan 38% lainnya menunjukkan ketidakpastian yang tinggi. Rendahnya literasi keuangan ini mencerminkan lemahnya kesadaran finansial jangka panjang yang dapat menyebabkan penggunaan modal tidak efisien, ketergantungan pada pinjaman jangka pendek, serta ketidaksiapan menghadapi risiko keuangan seperti penurunan penjualan atau kenaikan biaya operasional. Penelitian Putri & Ridwan (2024) serta Sahara & Ridwan (2024) menegaskan literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap kemampuan mengelola keuangan.

Faktor lain yang juga berpengaruh terhadap manajemen keuangan adalah gaya hidup hedonisme. Menurut Nazarudin & Widiastuti (2022:29), gaya hidup hedonisme merupakan pola hidup yang melakukan aktivitas untuk mencari kesenangan hidup, menghabiskan waktu untuk bersenang-senang, membeli barang yang tidak dibutuhkan dengan tujuan menjadi pusat perhatian. Pada pelaku UMKM, gaya hidup hedonisme tampak dari kebiasaan konsumtif seperti membeli produk bermerek, nongkrong di kafe modern, hingga mengikuti tren traveling yang tidak diimbangi kemampuan pengelolaan keuangan yang baik.

Untuk mengidentifikasi kecenderungan gaya hidup hedonisme, peneliti melakukan pra-survei dengan pernyataan: "Saya sering menghabiskan uang untuk kegiatan hiburan dan bersenang-senang bersama teman meskipun hal tersebut membuat tabungan saya berkurang".



**Gambar 4 Hasil Kuisioner Pra-Survei Pelaku UMKM di Kecamatan Banjaran Kabupaten Bandung Mengenai Gaya Hidup Hedonisme terhadap Manajemen Keuangan**

Berdasarkan Gambar 4, terlihat bahwa 15% responden sangat setuju dan 32% setuju sering menghabiskan uang untuk hiburan meskipun mengurangi tabungan, sementara 20% ragu-ragu, 22% tidak setuju, dan 11% sangat tidak setuju. Fenomena ini menunjukkan hampir setengah responden (47%) mengakui kecenderungan hedonistik dalam pola konsumsinya. Perilaku ini mencerminkan orientasi pada pemenuhan keinginan jangka pendek yang dapat mengakibatkan pelaku UMKM kehilangan kemampuan menabung dan berinvestasi untuk pengembangan usaha. Minimnya kesadaran akan dampak jangka panjang dari pengeluaran hedonistik dapat menjebak pelaku UMKM dalam perilaku konsumtif yang tidak sejalan dengan kemampuan pendapatan, bahkan berpotensi menggunakan modal usaha untuk pengeluaran yang tidak produktif. Penelitian Regista et al. (2021) mendukung temuan ini dengan menunjukkan semakin tinggi gaya hidup seseorang, semakin buruk pengelolaan keuangannya.

Beberapa penelitian menunjukkan hasil tidak konsisten. Fauziah &

Kusumawardani (2024) menemukan literasi keuangan berpengaruh positif terhadap manajemen keuangan. Sebaliknya, Regista et al. (2021) dan Khoirunnisa & Rochmawati (2021) menunjukkan gaya hidup hedonisme berpengaruh negatif. Ketidakkonsistensi ini mengindikasikan research gap yang perlu dikaji mendalam pada konteks pelaku UMKM di daerah berkembang.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini berjudul **“Pengaruh Sikap Keuangan, Literasi Keuangan, dan Gaya Hidup Hedonisme terhadap Manajemen Keuangan Pelaku UMKM (Studi Kasus UMKM di Kecamatan Banjaran Kabupaten Bandung)”**.

## 2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain kausal untuk menganalisis pengaruh sikap keuangan, literasi keuangan, dan gaya hidup hedonisme terhadap manajemen keuangan pelaku UMKM di Kecamatan Banjaran Kabupaten Bandung. Populasi penelitian adalah seluruh pelaku UMKM yang terdaftar di Kecamatan Banjaran Kabupaten Bandung.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini yaitu non probability sampling. Menurut Sugiyono (2019:131), non probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dalam penelitian ini, metode pengambilan sampel yang diterapkan adalah teknik accidental sampling, yaitu pemilihan sampel berdasarkan kecocokan dan kebetulan tanpa perencanaan sebelumnya, di mana peneliti yakin bahwa responden tersebut memenuhi syarat sebagai sumber informasi penelitian (Sugiyono, 2019:85). Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%.

Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh sampel sebanyak 100 responden. Variabel penelitian terdiri dari tiga variabel independen yaitu Sikap Keuangan ( $X_1$ ), Literasi Keuangan ( $X_2$ ), dan Gaya Hidup Hedonisme ( $X_3$ ), serta satu variabel dependen yaitu Manajemen Keuangan ( $Y$ ). Untuk mengukur variabel-variabel tersebut secara sistematis,

penelitian ini menggunakan operasionalisasi variabel yang menjabarkan setiap variabel menjadi dimensi-dimensi dan indikator-indikator yang dapat diukur. Operasionalisasi variabel dalam penelitian ini disajikan pada tabel berikut:

**Tabel 5. Operasionalisasi Variabel**

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Manajemen Keuangan ( $Y$ )	Menurut Aziz (2023:7) Manajemen keuangan merupakan proses pengendalian terhadap penggunaan keuangan individu yang mencakup kegiatan perencanaan anggaran, pengeluaran, tabungan, serta investasi.	1)Penyusunan anggaran atau perencanaan keuangan, 2)Pemanfaatan dana atau sumber keuangan, dan 3)Pemantauan serta pengendalian terhadap keuangan.	Ordinal
Sikap Keuangan ( $X_1$ )	Menurut Suriani (2022:100) sikap keuangan merupakan perilaku seseorang dalam urusan keuangan, baik dalam hal pengelolaan keuangan, perencanaan keuangan, maupun keputusan seseorang tentang investasi yang akan diambil.	1) <i>Obsession</i> 2) <i>Power</i> 3) <i>Effort</i> 4) <i>Inadequacy</i> 5) <i>Retention</i> 6) <i>(Security)</i>	Ordinal
Literasi Keuangan( $X_2$ )	Literasi keuangan adalah pengetahuan tentang pengelolaan keuangan yang dimiliki agar berkembang untuk hidup yang lebih sejahtera di masa depan.  Otoritas Jasa Keuangan Nomor 76/POJK.07/ 2016	1)Pengetahuan tentang keuangan 2)Tabungan dan Pinjaman 3)Ansuransi 4)Investasi	Ordinal
Gaya Hidup Hedonisme ( $X_3$ )	Menurut Nazarudin & Widiastuti (2022:29) gaya hidup hedonisme merupakan suatu pola hidup seseorang yang melakukan aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup, menghabiskan waktunya untuk bersenang-senang dengan temannya, membeli	1) Aktivitas ( <i>Activities</i> ) 2) Minat ( <i>Interest</i> ) 3) Pendapat ( <i>Opinion</i> )	Ordinal

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
	barang yang seringkali tidak dibutuhkan dengan tujuan ingin menjadi pusat perhatian di lingkungan sekitarnya.		

Sumber: Olah Peneliti (2025)

Pengumpulan data primer dilakukan melalui kuesioner terstruktur dengan skala Likert 5 poin yang disebarluaskan secara langsung kepada pelaku UMKM di Kecamatan Banjaran Kabupaten Bandung. Data sekunder diperoleh dari studi literatur, jurnal ilmiah, dan data profil UMKM dari Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Bandung. Instrumen penelitian diuji validitasnya menggunakan korelasi Pearson Product Moment ( $r$  hitung  $>$   $r$  tabel) dan reliabilitasnya menggunakan Cronbach's Alpha ( $> 0,60$ ).

Teknik analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif dan analisis regresi linear berganda. Uji asumsi klasik meliputi uji normalitas (Kolmogorov-Smirnov), uji multikolinearitas (Tolerance dan VIF), dan uji heteroskedastisitas (Glejser). Pengujian

hipotesis dilakukan melalui uji t untuk menguji pengaruh parsial, uji F untuk menguji pengaruh simultan, dan koefisien determinasi ( $R^2$ ) untuk mengukur kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen dengan tingkat signifikansi  $\alpha = 0,05$  (Ghozali, 2021).

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Hasil Penelitian

##### 1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik data dari variabel-variabel yang diteliti. Statistik deskriptif menyajikan informasi mengenai nilai minimum, maksimum, rata-rata (*mean*), dan standar deviasi dari masing-masing variabel penelitian yang disajikan pada Tabel 1.

**Tabel 1. Rekapitulasi Analisis Deskriptif Variabel Penelitian**

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Sikap Keuangan	100	12.00	30.00	23.2700	4.23276
Literasi Keuangan	100	8.00	20.00	16.2000	2.88500
Gaya Hidup Hedonis	100	16.00	30.00	24.1800	3.62756
Manajemen Keuangan	100	16.00	30.00	23.3500	3.42709

Sumber: Olah data SPSS (2025)

Berdasarkan Tabel 1, hasil analisis deskriptif menunjukkan variasi yang cukup signifikan di antara variabel penelitian. Variabel Gaya Hidup Hedonis memiliki mean tertinggi sebesar 24,18 dengan standar deviasi 3,63, mengindikasikan bahwa pelaku UMKM di Kecamatan Banjaran cenderung memiliki gaya hidup yang berorientasi pada kesenangan dan konsumsi dengan variasi yang relatif tinggi. Variabel Sikap Keuangan memiliki mean 23,27 dengan

standar deviasi tertinggi 4,23, menunjukkan bahwa terdapat perbedaan sikap yang cukup beragam di antara pelaku UMKM dalam mengelola keuangan mereka. Variabel Manajemen Keuangan memiliki mean 23,35 dengan standar deviasi 3,43, mengindikasikan kemampuan pengelolaan keuangan pelaku UMKM berada pada tingkat yang cukup baik namun masih memerlukan peningkatan. Sementara itu, variabel Literasi Keuangan memiliki mean terendah sebesar 16,20 dengan standar

deviasi 2,89, menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan dan pemahaman pelaku UMKM tentang konsep keuangan masih relatif rendah dengan variasi jawaban yang lebih homogen dibandingkan variabel lainnya. Standar deviasi yang berkisar antara 2,89 hingga 4,23 menunjukkan adanya keberagaman kondisi di antara responden, yang mengindikasikan perlunya pendekatan yang berbeda dalam meningkatkan kemampuan manajemen keuangan pelaku UMKM.

## 2. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi, dilakukan pengujian asumsi klasik. Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah residual dalam model regresi terdistribusi secara normal, yang merupakan prasyarat penting dalam analisis regresi linier. Hasil uji normalitas menggunakan Normal P-P Plot disajikan pada Tabel 2.

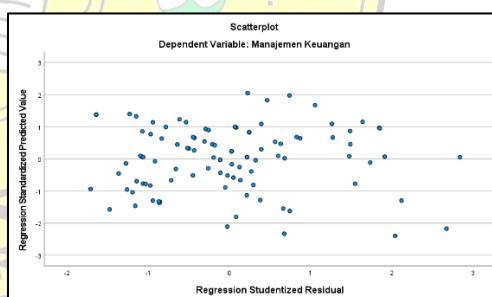
**Tabel 2. Operasionalisasi Variabel**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	.0000000	,0000000
	2.33424581	,57507483
Most Extreme Differences	.077	,042
	.077	,042
	-.060	-,029
Test Statistic		.077
Asymp. Sig. (2-tailed)		.156

Sumber: Olah data SPSS (2025)

Berdasarkan Tabel 2, hasil output SPSS pada uji normalitas diketahui bahwa nilai signifikansi pada variabel Sikap Keuangan, Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Hedonis terhadap Manajemen Keuangan adalah  $0,156 > 0,05$ , jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal

Pengujian heteroskedastisitas dilaksanakan dengan tujuan untuk mengidentifikasi ada tidaknya ketidakkonsistensi varians residual antara satu observasi dengan observasi lainnya dalam model regresi. Sebuah model regresi dapat dikategorikan baik apabila memiliki sifat homoskedastis atau dengan kata lain tidak mengalami masalah heteroskedastisitas. Hasil dari pengujian heteroskedastisitas yang divisualisasikan menggunakan diagram scatterplot dapat dilihat pada Gambar 5.



**Gambar 5. Scatterplot Regression Standardized Residual**

Sumber: Olah data SPSS (2025)

Berdasarkan Gambar 5, terlihat bahwa nilai signifikansi *Store Atmosphere* dan Harga sebesar menyebar merata diatas 0 dan di bawah 0. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas, hingga model regresi yang baik dan ideal dapat terpenuhi. Selanjutnya, pengujian multikolinearitas dilakukan untuk memastikan tidak terdapat korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel independen dalam model penelitian,

dengan hasil pengujian disajikan secara lengkap pada Tabel 3.

**Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas**

Variabel	Tolerance	VIF
Sikap Keuangan	.687	1.456
Literasi Keuangan	.698	1.433
Gaya Hidup Hedonis	.975	1.026

Sumber: Olah data SPSS (2025)

Berdasarkan Tabel 3, dapat diketahui nilai Tolerance variabel Sikap Keuangan ( $X_1$ ), Literasi Keuangan ( $X_2$ ), dan Gaya Hidup Hedonis ( $X_3$ ) masing-masing sebesar 0,687, 0,698, dan 0,975 yakni lebih besar dari 0,100. Kemudian nilai VIF ketiga variabel tersebut berturut-turut sebesar 1,456, 1,433, dan 1,026 yakni lebih kecil dari 10,00. Sehingga dapat disimpulkan model regresi tidak terjadi multikolinearitas.

### 3. Analisis Regresi Linear Berganda

**Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1(Constat)	13.234	2.379		5.562	.000
Sikap Keuangan	.279	.068	.345	4.111	.000
Literasi Keuangan	.503	.099	.423	5.087	.000
Gaya Hidup Hedonis	-.187	.067	-.198	-2.815	.006

a. Dependent Variable: Manajemen Keuangan

Sumber: Olah data SPSS (2025)

Berdasarkan Tabel 4, diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 13,234 + 0,279X_1 + 0,503X_2 - 0,187X_3$$

Dari persamaan regresi linear berganda tersebut, dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Konstanta ( $\alpha$ ) sebesar 13,234, menunjukkan apabila Sikap Keuangan ( $X_1$ ), Literasi Keuangan ( $X_2$ ), dan Gaya Hidup Hedonis ( $X_3$ ) bernilai 0 dan tidak ada perubahan, maka Manajemen Keuangan akan bernilai 13,234.
2. Nilai variabel  $X_1$  yaitu Sikap Keuangan memiliki koefisien regresi sebesar 0,279, artinya jika Sikap Keuangan mengalami peningkatan satu satuan sementara Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Hedonis konstan, maka Manajemen Keuangan akan meningkat sebesar 0,279.
3. Nilai variabel  $X_2$  yaitu Literasi Keuangan memiliki koefisien regresi sebesar 0,503, artinya jika Literasi Keuangan mengalami peningkatan satu satuan sementara Sikap Keuangan dan Gaya Hidup Hedonis konstan, maka Manajemen Keuangan akan meningkat sebesar 0,503.
4. Nilai variabel  $X_3$  yaitu Gaya Hidup Hedonis memiliki koefisien regresi sebesar -0,187, artinya jika Gaya Hidup Hedonis mengalami peningkatan satu satuan sementara Sikap Keuangan dan Literasi Keuangan konstan, maka Manajemen Keuangan akan menurun sebesar 0,187

#### 4. Uji T

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Hasil uji t adalah sebagai berikut:

##### 1. Sikap Keuangan

Tingkat signifikan ( $\alpha$ ) sebesar 5%, dan derajat kebebasan ( $v$ ) =  $100 - 3 - 1 = 96$  didapat nilai t Tabel 1,985. Dari Tabel 4 menunjukkan Sikap Keuangan memiliki nilai t hitung  $> t$  Tabel ( $4,111 > 1,985$ ) serta dengan nilai Sig yaitu  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima yang artinya secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan dari Sikap Keuangan terhadap Manajemen Keuangan.

##### 2. Literasi Keuangan

Tingkat signifikan ( $\alpha$ ) sebesar 5%, dan derajat kebebasan ( $v$ ) =  $100 - 3 - 1 = 96$  didapat nilai t Tabel 1,985. Dari Tabel 4 menunjukkan variabel Literasi Keuangan memiliki nilai t hitung  $> t$  Tabel ( $5,087 > 1,985$ ) serta dengan nilai Sig yaitu  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima yang

artinya secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan dari Literasi Keuangan terhadap Manajemen Keuangan.

##### 3. Gaya Hidup Hedonis

Tingkat signifikan ( $\alpha$ ) sebesar 5%, dan derajat kebebasan ( $v$ ) =  $100 - 3 - 1 = 96$  didapat nilai t Tabel 1,985. Dari Tabel 4 menunjukkan variabel Gaya Hidup Hedonis memiliki nilai t hitung  $> t$  Tabel ( $2,815 > 1,985$ ) serta dengan nilai Sig yaitu  $0,006 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima yang artinya secara parsial terdapat pengaruh negatif dan signifikan dari Gaya Hidup Hedonis terhadap Manajemen Keuangan.

#### 5. Uji Simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis secara simultan dilaksanakan dengan tujuan untuk menguji apakah keseluruhan variabel independen secara kolektif memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Hasil dari uji F (simultan) dipresentasikan pada Tabel 5.

**Tabel 5. Hasil Uji F (Simultan)**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	623.328	3	207.776	36.978	.000 <sup>b</sup>
Residual	539.422	96	5.619		
Total	1162.750	99			

a. Dependent Variable: Manajemen Keuangan  
b. Predictors: (Constant), Gaya Hidup Hedonis, Literasi Keuangan, Sikap Keuangan

Sumber: Olah data SPSS (2025)

Berdasarkan Tabel 5, dapat diketahui F hitung sebesar 36,978 dengan p-value (sig) 0,000. Dengan  $\alpha=0,05$  serta derajat kebebasan  $v_1 = 3$  dan  $v_2 = 96$ , maka didapat nilai F Tabel sebesar 2,70. Artinya F hitung lebih besar dari F Tabel ( $36,978 > 2,70$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Dengan demikian hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa Sikap

Keuangan ( $X_1$ ), Literasi Keuangan ( $X_2$ ), dan Gaya Hidup Hedonis ( $X_3$ ) secara simultan memberikan pengaruh signifikan terhadap Manajemen Keuangan ( $Y$ ) diterima secara statistik.

#### 6. Uji Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi dilakukan untuk mengukur seberapa besar

kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hasil analisis koefisien determinasi disajikan pada Tabel 6.

**Tabel 6. Hasil Analisis Koefisien Determinasi**

R	R Square	Adjusted R Square
.732 <sup>a</sup>	.536	.522

Sumber: Olah data SPSS (2025)

Berdasarkan Tabel 6, diketahui R-Square adalah sebesar 0,536 hal ini menunjukkan pengaruh Sikap Keuangan, Literasi Keuangan, dan Gaya Hidup Hedonis terhadap Manajemen Keuangan Pelaku UMKM di Kecamatan Banjaran Kabupaten Bandung adalah sebesar 53,6%, sisanya 46,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti.

### Pembahasan

#### 1. Pengaruh Sikap Keuangan terhadap Manajemen Keuangan Pelaku UMKM

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Sikap Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Manajemen Keuangan pelaku UMKM di Kecamatan Banjaran Kabupaten Bandung dengan nilai t hitung 4,111 dan signifikansi 0,000 ( $p < 0,05$ ). Koefisien regresi sebesar 0,279 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada sikap keuangan akan meningkatkan manajemen keuangan sebesar 0,279 satuan. Hal ini menunjukkan bahwa sikap keuangan memiliki kontribusi yang cukup substansial dalam membentuk perilaku pengelolaan keuangan yang efektif.

Temuan ini mengindikasikan bahwa pelaku UMKM yang memiliki sikap keuangan positif—ditandai dengan kehati-hatian dalam mengambil keputusan finansial, kemampuan menyusun anggaran, dan kecenderungan untuk menabung—cenderung lebih

mampu mengelola keuangan usaha mereka dengan baik. Sikap keuangan yang positif membentuk pola pikir jangka panjang dalam pengambilan keputusan ekonomi, di mana pelaku UMKM tidak hanya berfokus pada keuntungan jangka pendek tetapi juga mempertimbangkan keberlanjutan dan stabilitas keuangan usaha. Dalam konteks Kecamatan Banjaran, di mana pelaku UMKM menghadapi tekanan sosial dari lingkungan digital yang mendorong konsumsi simbolik, sikap keuangan yang positif berfungsi sebagai filter psikologis yang membantu mereka membedakan antara kebutuhan usaha yang esensial dan keinginan konsumtif yang tidak produktif.

Lebih lanjut, sikap keuangan yang positif juga berkaitan dengan tingkat disiplin dalam pemantauan dan pengendalian pengeluaran. Berdasarkan data pra-survei, sebagian besar pelaku UMKM (46%) mengalami kesulitan menahan diri dari pembelian impulsif ketika menghadapi diskon atau promo menarik. Kondisi ini menunjukkan bahwa sikap keuangan yang lemah dapat mengakibatkan kebocoran dana yang seharusnya dialokasikan untuk keperluan operasional atau investasi usaha. Ketika pelaku UMKM memiliki sikap keuangan yang kuat, mereka akan lebih mampu mengendalikan impuls konsumtif tersebut, memprioritaskan kebutuhan usaha, dan mengalokasikan sumber daya finansial secara lebih rasional. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Nurhanifah & Syarif (2024) dan Yuniawati et al (2024) yang menemukan bahwa sikap keuangan berpengaruh signifikan terhadap financial behavior, menegaskan bahwa sikap keuangan merupakan prediktor penting dalam menentukan kualitas manajemen keuangan.

#### 2. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Manajemen Keuangan Pelaku UMKM

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Manajemen Keuangan pelaku UMKM di Kecamatan Banjaran Kabupaten Bandung dengan nilai t hitung 5,087 dan signifikansi 0,000 ( $p < 0,05$ ). Dengan koefisien regresi sebesar 0,503, literasi keuangan merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling dominan di antara ketiga variabel independen dalam penelitian ini. Temuan ini mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam literasi keuangan akan meningkatkan manajemen keuangan sebesar 0,503 satuan, hampir dua kali lipat pengaruh sikap keuangan.

Dominasi pengaruh literasi keuangan mencerminkan pentingnya pengetahuan dan pemahaman konsep-konsep finansial dasar dalam praktik pengelolaan keuangan yang efektif. Data pra-survei menunjukkan bahwa 35% pelaku UMKM tidak memahami perbedaan antara menabung di bank dan berutang melalui pinjaman online, sementara 38% lainnya masih ragu-ragu mengenai konsekuensi finansial dari masing-masing pilihan tersebut. Kondisi ini menunjukkan bahwa literasi keuangan yang rendah dapat menyebabkan pelaku UMKM membuat keputusan keuangan yang tidak optimal, seperti menggunakan pinjaman digital untuk kebutuhan konsumtif jangka pendek tanpa mempertimbangkan beban bunga dan dampak terhadap likuiditas usaha.

Literasi keuangan yang tinggi memampukan pelaku UMKM untuk memahami konsep-konsep penting seperti arus kas, modal kerja, pengelolaan utang, investasi, dan manajemen risiko keuangan. Dengan pemahaman yang baik, pelaku UMKM dapat membuat keputusan yang lebih terukur dan rasional dalam mengalokasikan sumber daya keuangan, memilih produk dan layanan keuangan yang tepat, serta merencanakan strategi keuangan jangka panjang untuk keberlanjutan usaha. Dalam konteks

Kecamatan Banjaran, di mana banyak pelaku UMKM sudah familiar dengan teknologi finansial seperti mobile banking dan e-wallet namun belum sepenuhnya memahami cara menggunakannya secara bertanggung jawab, peningkatan literasi keuangan menjadi sangat krusial. Literasi yang memadai akan membantu mereka menghindari jebakan utang konsumtif, memanfaatkan produk keuangan untuk kepentingan produktif, dan membangun ketahanan finansial usaha terhadap guncangan ekonomi.

Temuan ini juga menggarisbawahi bahwa literasi keuangan tidak hanya tentang pengetahuan teoretis, tetapi juga tentang kemampuan aplikatif dalam mengambil keputusan finansial yang tepat dalam situasi nyata. Pelaku UMKM dengan literasi tinggi cenderung lebih mampu mengidentifikasi peluang investasi yang menguntungkan, menghindari risiko keuangan yang tidak perlu, dan mengoptimalkan penggunaan modal untuk pengembangan usaha. Temuan ini juga di dukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Apriani et al. (2024); Ariandini et al. (2024); Dwyanti (2024); Ratnasari et al. (2025); Shah (2025) yang menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap manajemen keuangan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Putri & Ridwan (2024) serta Sahara & Ridwan (2024) yang menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap kemampuan mengelola keuangan, memperkuat argumen bahwa peningkatan literasi keuangan harus menjadi prioritas utama dalam program pemberdayaan UMKM.

### 3. Pengaruh Gaya Hidup Hedonis terhadap Manajemen Keuangan Pelaku UMKM

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Gaya Hidup Hedonis berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Manajemen Keuangan pelaku

UMKM di Kecamatan Banjaran Kabupaten Bandung dengan nilai t hitung -2,815 dan signifikansi 0,006 ( $p < 0,05$ ). Koefisien regresi negatif sebesar -0,187 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam kecenderungan gaya hidup hedonistik akan menurunkan kualitas manajemen keuangan sebesar 0,187 satuan. Meskipun pengaruhnya relatif lebih kecil dibandingkan dengan literasi keuangan dan sikap keuangan, dampak negatif dari gaya hidup hedonis tetap signifikan dan tidak dapat diabaikan.

Temuan ini mengkonfirmasi fenomena yang telah diidentifikasi dalam pra-survei, di mana 47% pelaku UMKM mengakui sering menghabiskan uang untuk kegiatan hiburan dan bersenang-senang bersama teman meskipun hal tersebut mengurangi tabungan mereka. Dalam era transformasi digital, di mana media sosial menjadi ajang untuk menampilkan gaya hidup ideal dan status sosial, pelaku UMKM—khususnya generasi muda—menghadapi tekanan sosial yang kuat untuk mengikuti tren konsumsi seperti membeli produk bermerek, nongkrong di kafe modern, berlangganan layanan hiburan digital, dan mengikuti tren traveling. Perilaku konsumtif ini, meskipun memberikan kepuasan emosional sesaat, berpotensi menimbulkan ketidakseimbangan finansial yang serius ketika tidak diimbangi dengan kemampuan pengelolaan keuangan yang baik.

Gaya hidup hedonis berdampak negatif pada manajemen keuangan melalui beberapa mekanisme. Pertama, orientasi pada kesenangan jangka pendek mendorong pengeluaran impulsif yang tidak terencana, mengakibatkan alokasi dana yang tidak efisien dan menurunkan kapasitas untuk menabung atau berinvestasi. Kedua, kebiasaan konsumtif hedonistik dapat menyebabkan pelaku UMKM mencampuradukkan keuangan pribadi dengan keuangan usaha, menggunakan modal kerja untuk

membiayai gaya hidup pribadi yang pada akhirnya mengurangi likuiditas dan menghambat pengembangan usaha. Ketiga, perilaku hedonistik cenderung menciptakan siklus ketergantungan pada pembiayaan eksternal jangka pendek untuk menutupi kebutuhan operasional, yang dapat berujung pada akumulasi utang yang membebani usaha.

Dalam konteks pelaku UMKM di Kecamatan Banjaran, fenomena ini semakin diperparah oleh pengaruh Fear of Missing Out (FOMO) yang kuat, sebagaimana ditunjukkan oleh Financial Fitness Index (2024) bahwa 80% generasi muda mengakui pengeluarannya dipengaruhi oleh gaya hidup teman sebaya. Tekanan untuk menyesuaikan diri dengan standar hidup yang ditampilkan di media sosial membuat pelaku UMKM kesulitan membedakan antara kebutuhan esensial usaha dan keinginan konsumtif yang tidak produktif. Akibatnya, alokasi sumber daya finansial menjadi tidak optimal, prioritas usaha terabaikan, dan keberlanjutan usaha terancam. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Febrianti et al. (2025); Khoirunnisa & Rochmawati (2021); Nginayah & Maryani (2025); Regista et al. (2021); Tanoni et al. (2025); Wismar`ein & Aji Saputra (2023) yang menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis berpengaruh negatif terhadap kemampuan pengelolaan keuangan, menegaskan bahwa pengendalian perilaku hedonistik merupakan aspek penting dalam meningkatkan kualitas manajemen keuangan UMKM.

#### **4. Pengaruh Sikap Keuangan, Literasi Keuangan, dan Gaya Hidup Hedonis secara Simultan terhadap Manajemen Keuangan Pelaku UMKM**

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, ketiga variabel independen yaitu Sikap Keuangan, Literasi Keuangan, dan Gaya Hidup

Hedonis secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Manajemen Keuangan pelaku UMKM dengan F hitung 36,978 ( $p < 0,05$ ). Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,536 menunjukkan bahwa 53,6% variasi dalam manajemen keuangan pelaku UMKM dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut, sementara sisanya 46,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Temuan ini mengindikasikan bahwa manajemen keuangan pelaku UMKM merupakan hasil dari interaksi kompleks antara faktor kognitif (literasi keuangan), faktor afektif (sikap keuangan), dan faktor perilaku (gaya hidup hedonis). Literasi keuangan sebagai variabel paling dominan (koefisien 0,503) menyediakan fondasi pengetahuan yang diperlukan untuk membuat keputusan keuangan yang rasional. Sikap keuangan (koefisien 0,279) berfungsi sebagai filter psikologis yang membentuk pola pikir dan preferensi dalam pengelolaan keuangan. Sementara itu, gaya hidup hedonis (koefisien -0,187) berperan sebagai faktor penghambat yang dapat menggerogoti efektivitas manajemen keuangan melalui dorongan konsumsi yang tidak produktif.

Interaksi antara ketiga variabel ini menciptakan dinamika yang menarik dalam konteks pelaku UMKM di Kecamatan Banjaran. Di satu sisi, peningkatan literasi keuangan dan pembentukan sikap keuangan yang positif dapat memperkuat kemampuan manajemen keuangan dan memberikan resiliensi terhadap tekanan konsumtif. Di sisi lain, kecenderungan gaya hidup hedonistik yang kuat dapat menghambat efektivitas literasi dan sikap keuangan, mengakibatkan gap antara pengetahuan dan praktik dalam pengelolaan keuangan. Fenomena ini menjelaskan mengapa banyak pelaku UMKM yang memiliki pemahaman tentang pentingnya manajemen keuangan namun masih kesulitan mengimplementasikannya

dalam kehidupan nyata karena terpengaruh oleh dorongan hedonistik dan tekanan sosial.

Nilai  $R^2$  sebesar 53,6% juga menunjukkan bahwa meskipun ketiga variabel ini penting, masih terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi manajemen keuangan pelaku UMKM. Faktor-faktor tersebut dapat mencakup dukungan sosial, akses terhadap layanan keuangan formal, kondisi ekonomi makro, karakteristik usaha, pengalaman bisnis, serta faktor lingkungan eksternal lainnya. Namun, kontribusi sebesar 53,6% menunjukkan bahwa kombinasi literasi keuangan, sikap keuangan, dan pengendalian gaya hidup hedonis merupakan determinan yang sangat penting dan dapat diintervensi melalui program-program pemberdayaan yang terstruktur.

Secara praktis, temuan ini memberikan implikasi strategis bahwa upaya peningkatan manajemen keuangan pelaku UMKM harus bersifat holistik dan multi-dimensi. Program pemberdayaan tidak cukup hanya fokus pada peningkatan literasi keuangan melalui pelatihan dan edukasi, tetapi juga harus mencakup pembentukan sikap keuangan yang positif melalui pendampingan intensif dan pemberian contoh praktik terbaik, serta pengendalian perilaku hedonistik melalui pembentukan komunitas UMKM yang saling mendukung dan promosi budaya keuangan yang sehat. Dengan pendekatan yang komprehensif, pelaku UMKM di Kecamatan Banjaran Kabupaten Bandung dapat meningkatkan kemampuan manajemen keuangan mereka secara signifikan, yang pada akhirnya akan berkontribusi pada keberlanjutan dan pertumbuhan usaha di tengah dinamika ekonomi yang semakin kompetitif.

#### 4. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh sikap keuangan, literasi keuangan, dan gaya

hidup hedonisme terhadap manajemen keuangan pelaku UMKM di Kecamatan Banjaran Kabupaten Bandung, dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel independen berpengaruh signifikan terhadap manajemen keuangan. Sikap keuangan dan literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan, dengan literasi keuangan memiliki pengaruh paling dominan (koefisien 0,503), mengindikasikan bahwa peningkatan pengetahuan dan pemahaman finansial merupakan faktor kunci dalam meningkatkan kemampuan manajemen keuangan pelaku UMKM. Sebaliknya, gaya hidup hedonis berpengaruh negatif dan signifikan (koefisien -0,187), menunjukkan bahwa semakin tinggi kecenderungan hedonistik pelaku UMKM, semakin buruk kemampuan mereka dalam mengelola keuangan. Secara simultan, ketiga variabel mampu menjelaskan 53,6% variasi dalam manajemen keuangan pelaku UMKM. Untuk meningkatkan kemampuan manajemen keuangan, pelaku UMKM disarankan untuk terus meningkatkan literasi keuangan melalui pelatihan dan pendampingan, membangun sikap keuangan yang positif dengan perencanaan dan pengendalian yang baik, serta mengendalikan perilaku konsumtif hedonistik agar alokasi dana lebih produktif dan mendukung keberlanjutan usaha.

## 5. DAFTAR PUSTAKA

### 1. Journal

Apriani, D. N., Kadori, & Sutrisno. (2024). The Effect of Financial Literacy on Financial Management of Teachers and Employees in Islamic Boarding Schools. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 5(3), 407–420.  
<https://doi.org/10.62794/je3s.v5i3.3727>

- Ariandini, A., Hermuningsih, S., & Wiyono, G. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Pendapatan terhadap Pengelolaan Keuangan Keluarga di Desa Sudimoro Timbulharjo Sewon. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 15(2), 226–233. <https://doi.org/10.33059/jseb.v15i2.9237>
- Dwyanti, D. (2024). The Importance of Financial Literacy in Financial Management in Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). *Journal of Applied Management and Business*, 5(1), 1–6. <https://doi.org/10.37802/jamb.v5i1.661>
- Fauziah, R., & Kusumawardani, A. (2024). Pengaruh Efikasi Diri Keuangan, Literasi Keuangan, Uang Saku Dan Pendidikan Keuangan Keluarga Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)*, 4(2), 1106–1115. <https://doi.org/10.47709/jebma.v4i2.4080>
- Febrianti, P. regina, Sudirman, I. F., & Mubarok, D. (2025). Pengaruh Kecerdasan Spiritual Dan Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Manajemen Keuangan Pribadi Gen Z. *Jurnal Akuntansi, Manajemen, Bisnis Dan Teknologi*, 5(2), 534–546. <https://doi.org/10.56870/ehw9ch85>
- Khoirunnisa, I. R., & Rochmawati, R. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Sikap Keuangan, dan Pendidikan Keuangan Keluarga Terhadap Manajemen Keuangan Pribadi dengan Locus Of Control Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 9(2), 210–219. <https://doi.org/10.26740/jpak.v9n2.210-219>

- Nginayah, S., & Maryani, T. (2025). Hedonistic Lifestyle and Income Level: Determining Factors in Student Financial Management. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 7(3), 1084–1090. <https://doi.org/10.34007/jehss.v7i3.2551>
- Nurhanifah, S., & Syarif, D. (2024). Financial Behaviour Mahasiswa di Kota Bandung dan Faktor – Faktor yang Mempengaruhinya. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(2), 1115–1124. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i2.2268>
- Putri, & Ridwan. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Sikap Keuangan Dan Pengalaman Keuangan Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Usaha Mikro Di Kecamatan Bandung Kulon. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(3), 1861–1871. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i3.32466>
- Ratnasari, P., Nurjannah, R. A., & Karoma, Y. (2025). An Empirical Study on the Influence of Financial Literacy on Personal Financial Management among University Students in Indonesia. *Jurnal Informasi Dan Teknologi*, 152–160. <https://doi.org/10.60083/jidt.vi0.679>
- Regista, Y. A. M., Fuad, M., & Dewi, M. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Gender, Gaya Hidup Dan Pembelajaran Di Universitas Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa. *JIM Manajemen: Managerial Terapan*, 1(1), 63–71.
- Sahara, A. P., & Ridwan. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Kepribadian, Dan Locus Of Control Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Pada Usaha Mikro Kecamatan Bandung Kulon Kota Bandung. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(3), 2089–2100. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i3.2522>
- Shah, S. (2025). The Impact of Financial Literacy Programs on Personal Finance Management: A Case Study of Ahmedabad, Gujarat. *International Journal of Scientific Research in Humanities and Social Sciences*, 2(3), 110–120. <https://doi.org/10.32628/IJSRHSS252337>
- Tanoni, M. E., Ann, S., & Amelinda, R. (2025). Exploring The Relationship between Financial Awareness and Lifestyle Indulgence in Influencing Personal Finance Strategies and Investment Decisions Among Generation Z. *Journal of International Conference Proceedings*, 8(1), 418–433. <https://doi.org/10.32535/jicp.v8i1.3943>
- Wismar`ein, D., & Aji Saputra, N. (2023). Analisis Hubungan Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme, Pendidikan Keuangan Di Keluarga Dan Literasi Keuangan Terhadap Manajemen Keuangan Pribadi. *Journal of Industrial Engineering and Technology*, 3(2), 53–61. <https://doi.org/10.24176/jointech.v3i2.10074>
- Yuniawati, W., Devyanthi Syarif, & Tjipto Sajekti. (2024). Pengaruh Financial Knowledge, Financial Attitude, Locus of Control dan Lifestyle terhadap Financial Behaviour pada Mahasiswa di Kota Bandung. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(2), 1098–1108. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i2.2270>

## 2. Book

- Aziz, F. A. (2023). *Cara Pintar Mengelola Keuangan Pribadi*  
*Manajemen Keuangan Pribadi*  
*Untuk ASN Siap Menghadapi Masa Pensiun*. Rizquna.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Inrawan, A. (2024). *Buku Ajar Manajemen Keuangan*. Zahir Publishing.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alphabet.
- Suriani, S. (2022). *Financial Behavior*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

