

## **FINANCIAL ATTITUDES DAN KOMUNIKASI KELUARGA TENTANG PENGELUARAN UANG SAKU : DITINJAU DARI PERBEDAAN GENDER**

**Retno Utaminingsih**

Fakultas Ekonomika dan Bisnis UKSW Salatiga

E-mail : [lydia.poenya@yahoo.com](mailto:lydia.poenya@yahoo.com)

**Maria Rio Rita**

Dosen Tetap Fakultas Ekonomika dan Bisnis UKSW Salatiga  
Fakultas Ekonomika dan Bisnis; Universitas Kristen Satya Wacana

Jl. Diponegoro 52-60 Salatiga 50711. Jawa Tengah.

E-mail : [maria.riorita@staff.uksw.edu](mailto:maria.riorita@staff.uksw.edu)

### **ABSTRACT**

*Previous researches showed that the range of financial attitudes of male and female are different. In addition, communication patterns between men and women also different, men have a tendency to be less open than women. On the one hand, there is research says that financial issues can trigger conflict affects families and personal lives and academic success. This study attempts to examine the problems using student of Faculty of Economics and Business Satya Wacana Christian University (n = 302). The results showed that there are differences in various financial attitudes between women and men, women and men have the same level of openness in family communication about spending their pocket money and financial attitudes owned by women and men can affect family communication about spending their pocket money.*

**Keyword:** *Financial Attitudes, Family Communication, Gender*

## PENDAHULUAN

Pendidikan di perguruan tinggi ternyata sudah menjadi kebutuhan bagi warga negara Indonesia. Hal ini terlihat dari prosentase Angka Partisipasi Murni (APM) Perguruan Tinggi (PT) yang terus meningkat. Pada tahun 2005, APM PT di Indonesia adalah 8,71% kemudian meningkat pada tahun 2006 menjadi 8,87%. Di tahun 2007, APM PT di Indonesia sebesar 9,64%, tahun 2008 kembali meningkat menjadi 10,67% sedangkan untuk tahun 2009 prosentasenya sebesar 10,34% (BPS, 2010). Kesadaran orang tua terhadap pentingnya pendidikan di tingkat perguruan tinggi tampak pula mulai meningkat seiring meningkatnya prosentase Angka Partisipasi Sekolah (APS) penduduk usia 16 - 18 tahun di Propinsi Jawa Tengah. Tahun 2005 terdapat 53,86% penduduk usia 16-18 tahun yang berpartisipasi mengikuti pendidikan di Perguruan Tinggi. Kemudian tahun 2006 prosentase angka partisipasi sekolah tersebut meningkat menjadi 53,92%. Pada tahun 2007 terdapat 54,61%, tahun 2008 sebesar 54,70% serta tahun 2009 kembali meningkat menjadi 55,09% (BPS, 2010).

Pendidikan tingkat perguruan tinggi tidak hanya menuntut kemandirian dalam hal pembelajaran ilmu, tetapi juga dalam hal pengelolaan diri. Hal ini terjadi karena peserta didik dari perguruan tinggi sudah dianggap cukup dewasa untuk melewati proses tersebut. Tantangan yang sering dihadapi oleh anak muda yang menjalani pendidikan tersebut adalah pengelolaan keuangan. Kemampuan anak muda untuk mengelola keuangan memiliki dampak bagi kehidupan pribadi dan akademik. Weaver dalam Cummin, *et.al* (2009), anak muda yang mampu mengelola keuangan dengan baik pasti dapat mengatur waktu mereka dengan lebih bijaksana. Hal ini sesuai dengan apa yang diungkapkan oleh Cummin, *et.al* (2009) bahwa kemampuan seseorang untuk mengelola keuangannya menjadi salah satu faktor penting untuk mencapai sukses dalam hidup sehingga pengetahuan akan pengelolaan keuangan yang baik menjadi penting bagi semua anggota masyarakat, termasuk anak muda. Remaja seringkali mudah tergoda dan tidak dapat menolak penawaran-penawaran yang ada. Masa-masa tersebut merupakan periode di mana mereka mengalami kemerdekaan finansial untuk pertama kalinya. Perubahan gaya hidup dan kebebasan finansial dapat membuat remaja mudah sekali mengeluarkan uang. Komunikasi keluarga berhubungan dengan pengawasan orang tua dan pengendalian perilaku konsumsi anak-anak (Carlson, *et.al*, 1990). Sedangkan menurut Palan (1998) pembelajaran tentang perilaku konsumsi yang efektif kepada remaja juga dipengaruhi oleh jumlah dan kualitas komunikasi dalam keluarga.

Pemasukan keuangan anak muda bersumber dari orang tua atau yang sering kita kenal dengan istilah uang saku. Sehingga sewajarnya anak muda melibatkan orang tua dalam pengeluaran uang sakunya. Keterlibatan orang tua dapat ditunjukkan dengan adanya komunikasi dalam mengalokasikan uang saku yang diberikan serta komunikasi bila ada kesulitan keuangan yang dialami oleh anak muda. Orang tua

menjadi fokus karena selain sebagai sumber pendapatan tetapi juga sebagai sumber informasi yang sangat penting tentang berbagai hal (*American Saving Education Council*, 1999). Bahkan penelitian sebelumnya yang dilakukan Olson dalam Schrodtt (2009) menemukan bahwa isu keuangan ini dapat menjadi sumber konflik dalam keluarga. Hal ini menunjukkan bahwa keterbukaan komunikasi keluarga mengenai pengeluaran uang saku anak muda merupakan hal yang penting dan harus mendapat perhatian khusus. Selain itu, komunikasi orang tua dengan anak memiliki dampak penting pada sikap serta kegiatan berkonsumsi dari anak tersebut (Martin & Bush, 2000). Konselor dan pendidik keuangan memahami bahwa interaksi orang tua dan anak muda tentang kredit dan pengeluaran uang sakunya dapat mengembangkan pola komunikasi yang positif. Hayhoe, *et.al* (1999) juga menjabarkan bahwa hal tersebut penting bagi anak muda dan orangtua mereka untuk memahami *financial attitudes* dari anak muda serta hal-hal yang berpotensi mempengaruhi sikap tersebut.

Tiap individu memiliki perbedaan dalam keterbukaan dengan keluarga mengenai pengeluaran keuangannya. Perbedaan ini salah satunya dipengaruhi oleh perbedaan *gender*. Dindia dan Allen (1992) mengatakan bahwa dibanding dengan laki-laki, perempuan lebih terbuka ketika mereka berhubungan dengan orang lain termasuk dalam konteks sebagai anggota keluarga. Lippa dalam Edward, *et.al* (2007) juga menunjukkan bahwa orang tua lebih banyak berbicara dengan anak perempuan daripada anak lelaki mereka tentang peristiwa dan emosinya.

Perbedaan gender juga mempengaruhi ragam *financial attitudes* yang dimiliki masing-masing individu. Newcomb dan Rabow (1999) menemukan mahasiswa lebih banyak memiliki pengetahuan tentang pengelolaan keuangan dan lebih percaya diri dalam pengelolaan keuangan mereka daripada mahasiswi. Perbedaan ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Steinrock, *et.al* (1991) menemukan perempuan memiliki kecemasan yang lebih tinggi dalam soal keuangan dan lebih takut menanggung risiko dalam hal pengelolaan keuangan.

Penelitian mengenai *financial attitudes* dan komunikasi keluarga tentang pengeluaran uang saku berdasarkan perbedaan *gender* di Indonesia masih belum banyak diteliti. Selain karena belum banyak ditemukan di Indonesia, penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur mengenai *behavioural finance* khususnya pembahasan mengenai *financial attitudes*. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan pemahaman yang baru bahwa *gender* memiliki peran dalam *financial attitudes* dan komunikasi tentang keuangan dalam keluarga serta terdapat hubungan antara *financial attitudes* dan keterbukaan komunikasi mahasiswa dan mahasiswi dengan orangtua tentang pengeluaran uang saku mereka.

Melihat latar belakang yang diuraikan diatas, maka muncul tiga rumusan masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini yaitu : perbedaan *financial attitudes* yang dimiliki mahasiswa dan mahasiswi, perbedaan komunikasi keluarga tentang pengeluaran uang saku mahasiswa dan mahasiswi serta pengaruh *financial attitudes*

yang dimiliki mahasiswa dan mahasiswi terhadap komunikasi keluarga tentang pengeluaran uang saku mereka.

## TINJAUAN PUSTAKA

Pankow (2003) mendefinisikan *financial attitudes* sebagai keadaan pikiran, pendapat serta penilaian tentang keuangan. Hayhoe, *et.al* (1999) telah melaporkan bahwa ada suatu hubungan antara *financial attitudes* dan tingkat masalah keuangan. Lim dan Teo (1997) memberikan bukti sejumlah *financial attitudes* juga terkait dengan kesulitan keuangan yang seringkali dihadapi oleh anak muda. Furnham (1984) mengidentifikasi enam konsep secara umum yang mencerminkan *financial attitudes* bagi anak muda, yaitu: *Obsession, Power, Effort, Inadequacy, Retention, Independence*.

Konsep *obsession* merujuk pada pola pikir seseorang tentang uang dan persepsinya tentang masa depan untuk mengelola uang dengan baik. Konsep *power* merujuk seseorang yang menggunakan uang sebagai alat untuk mengendalikan orang lain dan menurutnya uang dapat menyelesaikan masalah dan konsep *effort* merujuk pada seseorang yang merasa pantas memiliki uang dari apa yang sudah dikerjakannya.

Konsep *inadequacy* merujuk pada seseorang yang selalu merasa tidak cukup memiliki uang, konsep *retention* merujuk pada seseorang yang memiliki kecenderungan tidak ingin menghabiskan uang sedangkan konsep *independence* merujuk pada seseorang mendapatkan hak untuk mengendalikan uang tanpa campur tangan orang lain dan atau tidak bergantung pada orang lain lagi.

Konsep *gender* berbeda dengan konsep jenis kelamin. Jenis kelamin merupakan pembagian 2 jenis kelamin manusia yang ditentukan secara biologis. Sedangkan *gender* mengacu pada status legal, sosial dan individual seseorang sebagai laki-laki atau perempuan atas dasar kriteria perilaku dan fisik. Perbedaan dalam *gender* juga tampak dalam sifat dan perilaku. Laki-laki lebih maskulin dan perempuan lebih feminim. Dilihat dari segi maskulin, laki-laki lebih menggunakan logika secara objektif, mudah memisahkan pikiran dan perasaan. Sedangkan jika dilihat dari segi feminim, perempuan tidak suka menggunakan logika, sangat subjektif serta susah memisahkan pikiran dan perasaan. Konsep *gender* adalah konsep sosial bukan biologis (Putra, 2000).

Edward, *et.al* (2007) menjabarkan peran perbedaan *gender* meliputi perilaku, minat, sikap, dan nilai-nilai berlabel feminin atau maskulin. Hasil temuannya menyatakan bahwa beberapa anak muda merasa santai tentang kondisi keuangan mereka, karena masih dijamin dari orangtua, sementara yang lainnya ceroboh, cemas atau takut tentang uang. *Gender* memiliki peran dalam hasil penelitian tersebut karena anak muda yang cemas, ceroboh atau takut dengan uang adalah perempuan. Kettle, *et.al* (2008) menunjukkan bahwa perbedaan tersebut terus berlanjut ke

masalah keuangan. Dimana perempuan merasa dirinya menjadi lebih buruk, lebih cemas dalam pengelolaan keuangan dan hal ini mengurangi rasa kesejahteraan. Kekhawatiran ini muncul karena uang yang mereka peroleh masih berasal dari orang tua dan hal tersebut memunculkan tanggungjawab yang cukup besar. Hal ini menunjukkan bahwa dalam pengeluaran uang saku, perempuan melakukannya secara emosional. Sehingga dapat ditetapkan hipotesis sebagai berikut :

**H<sub>1</sub> : Terdapat perbedaan ragam *financial attitudes* antara mahasiswa dan mahasiswi**

Komunikasi manusia adalah proses yang melibatkan individu-individu dalam suatu hubungan, kelompok, organisasi dan masyarakat yang merespon dan menciptakan pesan untuk beradaptasi dengan lingkungan satu sama lain (Ruben dan Steward, 2006). Keluarga adalah dua atau lebih pribadi yang tergabung karena hubungan darah, hubungan perkawinan atau pengangkatan dan mereka hidupnya dalam suatu rumah tangga, berinteraksi satu sama lain serta menciptakan dan mempertahankan suatu kebudayaan (Baron dan Byrne, 2003). Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pengertian komunikasi keluarga adalah proses penyampaian informasi atau pesan dari dua pribadi atau lebih yang tergabung karena hubungan darah, hubungan perkawinan atau pengangkatan yang berinteraksi satu sama lain dan menciptakan suatu kebudayaan.

Bentuk komunikasi dalam keluarga adalah *interpersonal communication* yaitu komunikasi antar pribadi. Fungsinya adalah untuk memberikan informasi, edukasi, persuasi dan hiburan. Tujuan komunikasi dalam keluarga adalah perubahan sosial, partisipasi sosial, perubahan sikap, perubahan opini dan juga perubahan tingkah laku (Winarno, 2003). Fitzpatrick & Ritchie dalam Schrodt (2009) menjelaskan tentang *Family Communication Environment Instrument (FCEI)* dan membagi komunikasi keluarga menjadi 3 subkonsep atau dimensi, meliputi : *Expressiveness*, *Structure-Traditionalism* dan *Conflict Avoidance*.

*Expressiveness* merujuk pada kemauan untuk mengungkapkan perasaannya kepada orang tua, subkonsep *structure-traditionalism* merujuk kepada sejauh mana peran keluarga berpengaruh terhadap anggota keluarga dan subkonsep *conflict avoidance* merujuk pada kemauan keluarga untuk menghindari atau terlibat dalam topik percakapan yang mengandung konflik.

Beberapa penelitian sebelumnya menyebutkan bahwa perempuan cenderung memiliki keterbukaan hubungan personal dengan yang lain, perempuan lebih mudah mendiskusikan perasaannya. Perempuan memiliki kemampuan untuk menjalin hubungan yang lebih baik daripada laki-laki.

Allen, *et.al* dalam Edward, *et.al* (2007) mewawancarai 103 peserta didik dari perguruan tinggi dan mengungkapkan bahwa anak laki-laki tidak terlalu menyukai topik keuangan sebagai topik pembicaraan dalam keluarga. Xiao, *et.al* (1995) juga

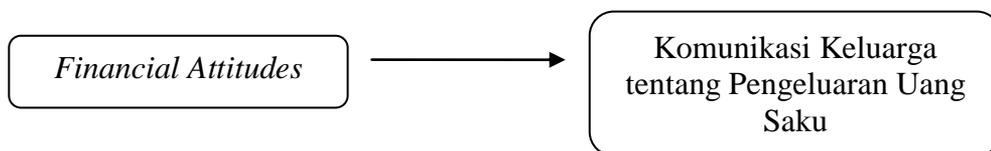
menyatakan walaupun orang tua lebih menyukai berbicara dengan anak laki-laki mengenai hal-hal yang bertopik keuangan, tapi anak perempuan memiliki keterbukaan yang lebih tentang situasi keuangan mereka daripada anak laki-laki Berdasarkan penalaran dan dukungan hasil penelitian di atas serta kesimpulan dari landasan teori yang ada maka ditetapkan hipotesis sebagai berikut :

**H<sub>2</sub> : Terdapat perbedaan keterbukaan komunikasi keluarga antara mahasiswa dan mahasiswi tentang pengeluaran uang sakunya**

Penelitian yang dilakukan oleh *The National Council on Economic Education* dalam Cummin, *et.al*, (2009) menyatakan bahwa *financial attitudes* berhubungan dengan komunikasi keluarga. Obsesi yang lebih besar mungkin berhubungan dengan kerahasiaan yang lebih besar tentang situasi keuangan seseorang. Kim dan Hunter dalam Edward, *et.al*, (2007) juga menemukan adanya hubungan yang positif dan kuat antara perilaku manusia dengan kebiasaan yang penting dan relevan. Edward, *et.al* (2007) menyebutkan bahwa *financial attitudes* dapat mempengaruhi komunikasi tentang pengeluaran uang saku mahasiswa dan mahasiswi dengan asumsi bahwa uang penting bagi manusia. Berdasarkan dukungan hasil penelitian di atas maka ditetapkan hipotesis sebagai berikut :

**H<sub>3</sub> : *Financial attitudes* yang dimiliki oleh mahasiswa dan mahasiswi mempengaruhi komunikasi keluarga tentang pengeluaran uang sakunya.**

**Model Penelitian**



**METODE**

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa dan mahasiswi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana. Pemilihan sampel penelitian dilakukan berdasarkan metode *nonprobability sampling*. Jumlah mahasiswa dan mahasiswi Fakultas Ekonomika dan Bisnis yang melakukan registrasi pada saat dilakukan penelitian adalah sebanyak 1.403 dengan rincian 763 mahasiswi dan 640 mahasiswa. Sehingga sampel yang digunakan untuk penelitian ini sebanyak 302 mahasiswa dan mahasiswi. Angka ini menyesuaikan pedoman ilmiah ukuran sampel untuk ukuran populasi tertentu menurut Krejcie dan Morgan (Ghozali, 2005).

Dalam penelitian ini, terdapat tiga konsep utama yang akan dibahas, yaitu : *I*) *Financial attitudes*. Penelitian Furnham (1984) menghasilkan teori *Money Beliefs*

and Behaviour Scale (MBBS) dan membagi *financial attitudes* menjadi enam subkonsep yaitu: *Obsession, Power, Effort, Inadequacy, Retention, Independence*. Masing-masing subkonsep tersebut akan diukur pada aras pengukuran interval dengan menggunakan Skala *Likert 5* dimana sangat setuju diberi nilai 5 dan tidak setuju diberi nilai 1. 2) Komunikasi keluarga tentang pengeluaran uang saku. Penelitian Fitzpatrick & Ritchie (dalam Schrodt, 2009) menghasilkan teori *Family Communication Environment Instrument (FCEI)* dan membagi komunikasi keluarga menjadi 3 subkonsep, meliputi: *Expressiveness, Structure-Traditionalism* dan *Conflict Avoidance*. Masing-masing subkonsep tersebut akan diukur pada aras pengukuran interval dengan menggunakan Skala *Likert 5* dimana sangat setuju diberi nilai 5 dan tidak setuju diberi nilai 1. 3) *Gender*. Konsep ini diukur dengan skala nominal dan dibedakan menjadi dua kelompok yaitu laki-laki dan perempuan.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari penelitian survei melalui penyebaran kuisioner. Kuisioner disebar ke 330 peserta didik Fakultas Ekonomika dan Bisnis UKSW selama 3 hari. Untuk mempermudah memperoleh data tersebut, peneliti masuk saat kelas berakhir di mata kuliah Matematika Bisnis, Metode Penelitian dan Bangunan Teori serta manajemen Keuangan. Jumlah responden yang akhirnya digunakan dalam penelitian selanjutnya adalah 302 responden yang terdiri dari 151 mahasiswa dan 151 mahasiswi.

Analisis data untuk penelitian ini diawali dengan uji reliabilitas dan validitas. Pengukuran reliabilitasnya menggunakan cara *One Shot*. Dimana pengukurannya hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Suatu variabel dikatakan handal jika memberikan nilai *cronbach`s alpha* > 0,60. Sedangkan pengukuran validitas dalam penelitian ini menggunakan cara melakukan korelasi *bivariate* antara masing-masing skor indikator dengan total skor konstruk. Suatu variabel dikatakan valid jika korelasi antara masing-masing indikator terhadap total skor konstruk menunjukkan hasil yang signifikan (Ghozali, 2005).

Penelitian ini merupakan penelitian keuangan berbasis perilaku maka analisis datanya perlu diperlengkapi dengan teknik analisis deskriptif. Dimana teknik analisis ini bertujuan memberi gambaran tentang variabel yang akan diteliti serta melihat hubungan antar variabel (Supramono dan Utami, 2010). Sedangkan untuk uji hipotesisnya, penelitian ini akan menggunakan uji beda *mean* dan uji regresi. Hipotesa pertama dan kedua akan menggunakan uji beda *mean*, yaitu uji t. Karena hipotesa tersebut ingin melihat perbedaan rata-rata dari dua variabel yang *independent* (mahasiswa dan mahasiswi). Sedangkan hipotesa ketiga akan digunakan uji regresi. Karena analisis tersebut ingin menguji apakah variabel *financial attitudes* dapat mempengaruhi komunikasi keluarga tentang pengeluaran uang saku para mahasiswa dan mahasiswi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

**Tabel 1.** Uji Reliabilitas Konsep *Financial Attitudes*

Sub konsep	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
<i>Obsession</i>	0.717*	0.734	4
<i>Power</i>	0.302	0.44	3
<i>Effort</i>	-0.467	-0.549	2
<i>Inadequacy</i>	0.623*	0.626	2
<i>Retention</i>	0.807*	0.807	2
<i>Independence</i>	0.751*	0.759	4

Sumber : Data primer (diolah)

Ket : \* reliabel (*Cronbach`s Alpha* > 0.60)

Tabel 1 menunjukkan bahwa subkonsep *power* dan *effort* tidak reliabel untuk digunakan dalam mengukur konsep *financial attitudes*. Hal ini dikarenakan *cronbach`s alpha* dari masing-masing subkonsep tersebut nilainya < 0,60.

Keempat subkonsep yang dinyatakan reliabel untuk digunakan dalam mengukur konsep *financial attitudes* kemudian diuji validitasnya. Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa terdapat 12 indikator yang harus diukur dengan total skor konstruksya. Hasil korelasi antara masing-masing skor indikator terhadap total skor konstruk menunjukkan hasil yang signifikan (tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ ), hal ini berarti keempat subkonsep tersebut valid untuk digunakan dalam penelitian ini. Sedangkan untuk konsep komunikasi keluarga pada akhirnya hanya diukur dengan 2 subkonsep, yaitu: *expressiveness* dan *conflict avoidance*. Karena subkonsep *structure-traditionalism* memiliki nilai *cronbach`s alpha* < 0.60.

**Tabel 2.** Uji Reliabilitas Konsep Komunikasi Keluarga

Sub konsep	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
<i>Expressiveness</i>	0.706	0.713	3
<i>Structural-Traditionalisme</i>	0.071*	0.094	3
<i>Conflict Avoidance</i>	0.698	0.7	3

Sumber : Data Primer (diolah)

Ket : \* reliabel (*Cronbach`s Alpha* > 0.60)

Kedua subkonsep yang dinyatakan reliabel untuk digunakan dalam mengukur konsep komunikasi keluarga kemudian diuji validitasnya. Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa terdapat 6 indikator yang harus diukur dengan masing-masing total

skor konstruksinya. Hasil korelasi antara masing-masing indikator terhadap total skor konstruk menunjukkan hasil yang signifikan ( $0,000 < 0,05$ ), hal ini berarti kedua subkonsep tersebut valid untuk digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 3 memberikan deskripsi mengenai sampel penelitian yang sudah digunakan. Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana yang memiliki 3 Program Studi Strata Satu (Manajemen, Ilmu Ekonomi dan Akuntansi) serta 2 Program Studi Diploma Tiga (*Personnel Management dan Secretary Program*).

**Tabel 3.** Analisis Deskriptif Program Studi

Program Studi	Personnel	Secretary	Ilmu			Total
	Management	Program	Manajemen	Ekonomi	Akuntansi	
Mahasiswa	0	0	62	4	85	151
Mahasiswi	2	4	38	5	102	151

Sumber : Data Primer

Dari data hasil penelitian juga terlihat distribusi tahun akademik dari mahasiswa dan mahasiswi yang digunakan sebagai sampel penelitian ini sebagai berikut:

**Tabel 4.** Analisis Deskriptif Tahun Akademik

Tahun Akademik	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Total
Mahasiswa	3	2	8	34	30	32	42	151
Mahasiswi	0	1	6	16	20	45	63	151

Sumber : Data Primer

Terlihat bahwa tahun akademik 2010 mendominasi jumlah sampel yaitu sebesar 35%. Hal ini terjadi karena pembagian kuisioner dalam penelitian ini dilakukan di kelas-kelas yang sebagian besar diikuti oleh angkatan 2010.

**Tabel 5.** Deskriptif Statistik Skor Rata-rata *Financial Attitudes*

Sub konsep	Gender	
	Laki-laki	Perempuan
<i>Obsession</i>	2.58	2.20
<i>Inadequacy</i>	2.94	2.54
<i>Retention</i>	3.68	3.62
<i>Independence</i>	2.97	2.59

Sumber : Data Primer

Tabel 5 menunjukkan perbedaan skor rata-rata sub konsep *financial attitudes* berdasarkan *gender*. Dimana terlihat bahwa lelaki memiliki skor yang lebih tinggi

untuk subkonsep *obsession*, *inadequacy* dan *independence*. Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Lynn (1993) yang sudah membandingkan skor rata-rata sub konsep *financial attitudes* antara pria dan wanita di 20 negara. Dan hasilnya skor rata-rata sub konsep *financial attitudes* untuk pria lebih tinggi untuk 14 negara yang ditelitinya.

**Tabel 6.** Hasil Analisis Hipotesis Pertama

Sub konsep	t-test for Equality of Means		
	t	df	Sig. (2-tailed)
<i>Obsession</i>	3.591	300	.000*
<i>Inadequacy</i>	4.802	300	.000*
<i>Retention</i>	-.621	289.855	.535
<i>Independence</i>	4.098	300	.000*

Sumber : Data Primer (diolah)

Ket : \* sign pada  $\alpha = 5\%$

Tabel 6 di atas merupakan hasil uji- t, yang menunjukkan bahwa masing-masing subkonsep dari *financial attitudes* berbeda antara responden laki-laki dan perempuan, kecuali subkonsep *retention*. Dikatakan berbeda karena terlihat tingkat signifikasinya menunjukkan hasil 0,000, dimana  $0,000 < 0,005$ . Hal ini berarti  $H_0$  ditolak atau terdapat *variance* berbeda antar kedua populasi.

Edward, *et.al* (2007) mengatakan bahwa perbedaan ragam *financial attitudes* yang disebabkan oleh perbedaan *gender* bisa terjadi karena perbedaan didikan yang diberikan orang tua kepada putra dan putrinya. Ditengah kondisi perekonomian Indonesia yang pernah mengalami krisis, ada kecenderungan para orang tua mendidik anak agar tidak menghabiskan uangnya untuk hal-hal yang tidak diperlukan. Hal ini yang diduga menyebabkan tingkat *retention* dari mahasiswa dan mahasiswi sama.

**Tabel 7.** Deskriptif Statistik Skor Rata-rata Komunikasi Keluarga

Sub konsep	Gender	
	Laki-laki	Perempuan
<i>Expressiveness</i>	3.58	3.74
<i>Conflict Avoidance</i>	3.62	3.74

Sumber : Data Primer (diolah)

Tabel 7 menunjukkan perbedaan skor rata-rata sub konsep komunikasi keluarga berdasarkan *gender*. Dimana terlihat bahwa perempuan memiliki skor yang lebih tinggi untuk subkonsep *expressiveness* dan *conflict avoidance*. Hasil yang berbeda ditunjukkan setelah dilakukan uji-t, dimana hasil dari masing-masing

subkonsep komunikasi keluarga tidak berbeda antara responden laki-laki dan perempuan. Dikatakan sama karena terlihat tingkat signifikasinya menunjukkan hasil yang lebih besar daripada 0,005. Hal ini berarti  $H_0$  diterima atau tidak terdapat *variance* berbeda antar kedua populasi.

**Tabel 8.** Hasil Analisis Hipotesis Kedua

Sub konsep	t-test for Equality of Means		
	t	df	Sig. (2-tailed)
<i>Expressiveness</i>	-1.453	300	.147
<i>Conflict Avoidance</i>	-1.020	300	.309

Sumber : Data Primer (diolah)

Tabel 8 menjelaskan bahwa tingkat kemauan untuk mengungkapkan kondisi keuangan serta kebutuhan kepada sesama anggota keluarga antara mahasiswa dan mahasiswi Fakultas Ekonomika dan Bisnis UKSW adalah sama. Begitu pula dengan kemauan untuk menghindar atau terlibat dalam topik percakapan keuangan yang mengandung konflik memiliki tingkat yang sama.

Persamaan hasil tersebut diduga disebabkan oleh keberadaan faktor lain yang mempengaruhi terjadinya komunikasi sehingga peran *gender* dalam penelitian ini tidak terlihat. Diduga faktor lain tersebut adalah tipe kepribadian, dimana Albanese dalam Gould (1991) menyatakan bahwa tipe kepribadian seseorang merupakan faktor kunci dalam memahami perilaku seseorang yang berkaitan dengan keuangan.

Myers dalam Ziegert (2000) membagi tipe kepribadian seseorang dalam 4 dimensi, yaitu: *sensing-intuiting*, *thinking-feeling*, *extroversion-introversion*, and *judging-perceiving*. Dimensi tipe kepribadian yang diduga membuat peran *gender* tidak terlihat dalam penelitian ini adalah *extroversion-introversion*. Gould (1991) mendefinisikan orang yang memiliki preferensi *extroversion* adalah orang yang mudah bersosialisasi dan berorientasi pada dunia luar sedangkan orang yang memiliki preferensi *introversion* adalah orang nyaman dengan pikiran dan dunianya sendiri. Terlepas dari *gender* yang dimilikinya, orang yang memiliki kecenderungan *introversion* memiliki tingkat keterbukaan komunikasi keluarga tentang pengeluaran uang saku yang lebih rendah karena lebih nyaman dengan pikirannya sendiri (tertutup).

**Tabel 9.** Hasil Analisis Hipotesa Ketiga

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	5.215	1	5.215	9.304	.002 <sup>a</sup>
Residual	168.172	300	0.561		
Total	173.387	301			

a. Predictors: (Constant), Skor Financial Attitudes

b. Dependent Variable: Skor Komunikasi Keluarga  
Sumber: Data Primer (diolah)

Dari uji ANOVA pada tabel 9, diperoleh nilai F hitung sebesar 9,304 dengan probabilitas 0,002. Karena probabilitas jauh lebih kecil dari 0,05, maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi konsep komunikasi keluarga atau dengan kata lain konsep *financial attitudes* berpengaruh terhadap konsep komunikasi keluarga.

**Tabel 10.** Deskriptif Statistik Pengaruh *Financial Attitudes* terhadap Komunikasi Keluarga

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.173 <sup>a</sup>	0.03	0.027	0.749

a. Predictors: (Constant), Skor Financial Attitudes

Sumber : Data Primer (diolah)

Hasil ini sejalan dengan penelitian Edward, *et.al* (2007) yang juga menemukan *financial attitudes* dapat mempengaruhi komunikasi keluarga tentang pengeluaran uang saku mahasiswa dan mahasiswi. Dimana *financial attitudes* sebagai penilaian yang dimiliki seseorang tentang keuangannya memang diyakini dapat mempengaruhi apa yang akan disampaikan mahasiswa dan mahasiswi tentang pengeluaran uang sakunya kepada orang tua mereka.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Dari penjabaran hasil penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa dan mahasiswi Fakultas Ekonomika dan Bisnis UKSW memiliki ragam *financial attitudes* yang berbeda, kecuali untuk subkonsep *retention*. Selain itu, tidak ada perbedaan antara komunikasi keluarga yang dilakukan oleh mahasiswa dan mahasiswi tentang pengeluaran uang saku mereka. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa variabel *financial attitudes* terbukti dapat mempengaruhi keterbukaan komunikasi yang dilakukan oleh mahasiswa dan mahasiswi tentang pengeluaran uang sakunya kepada orang tua.

Penelitian ini sebenarnya masih bisa dikembangkan dengan memasukkan faktor tipe kepribadian. Karena keberadaan *financial attitudes* sebagai keadaan pikiran, pendapat serta penilaian tentang keuangan diduga selain disebabkan oleh *gender*, juga dapat disebabkan oleh tipe kepribadian yang dimiliki. Selain itu penelitian selanjutnya diharapkan dapat meneliti hingga dampak pengeluaran uang saku mahasiswa dan mahasiswinya. Sehingga dapat dilihat apakah *gender* dan komunikasi keluarga memiliki dampak terhadap pengeluaran uang saku mahasiswa.

**DAFTAR PUSTAKA**

- American Savings Education Council. (1999). *Youth and Money*. Retrieved January 30, 2010, from <http://www.asec.org/2001pym/highlite.htm>
- Baron, R. A & Donn Byrne. (2003). *Psikologi Sosial*. Jakarta : Erlangga
- Badan Pusat Statistik. (2010). *Tabel Indikator Pendidikan 1994-2009*. diunduh 31 Maret 2010 dari [www.bps.go.id/tab\\_sub/view.php?tabel=1&daftar=1&id\\_subyek=28&notab=38](http://www.bps.go.id/tab_sub/view.php?tabel=1&daftar=1&id_subyek=28&notab=38)
- Badan Pusat Statistik. (2010). *Angka Partisipasi Murni (APM) Menurut Provinsi Tahun 2003-2008*. diunduh 31 Maret 2010 dari [www.bps.go.id/tab\\_sub/view.php?tabel=1&daftar=1&id\\_subyek=28&notab=1](http://www.bps.go.id/tab_sub/view.php?tabel=1&daftar=1&id_subyek=28&notab=1)
- Carlson, L., Grossbart, S., & Walsh, A. (1990). Mothers' Communication Orientation and Consumer Socialization Tendencies. *Journal of Advertising*, 19, 27–38.
- Cummin, M.M. Haskell, J.H, Jenkins S.J. (2009). Financial Attitudes and Spending Habits of University Freshmen. *Journal of Economics and Economic Education Research* 10, 1
- Dindia, K., & Allen, M. (1992). Sex Differences in Self-Disclosure: A Meta-Analysis. *Psychological Buletin*, 112: 106-124
- Edward R., Allen M, W & Hayhoe C R. (2007). Financial Attitudes and Family Communication about Students' Finances : The Role of Sex Differences. *Communication Reports*. Vol. 20, No. 2, October 2007, pp. 90–100
- Furnham, A. (1984). Many Sides of the Coin: The Psychology of Money Usage. *Personality and Individual Differences*, 5: 501:509s
- Gould, Stephen J. (1991). *Jungian Analysis and Psychological Types: An Interpretive Approach to Consumer Choice Behavior*. *Advances in Consumer Research*; Vol. 18 Issue 1, p743-748, 6p
- Hayhoe, C.R., Leach, L., & Turner, P. R. (1999). Discriminating the Number of Credit Cards Held by College Students Using Credit Card and Money Attitudes. *Journal of Economic Psychology*, 20: 643-656
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit-Undip
- Kettley dkk. (2008). Worried Women, Complacent Men? Gendered Responses to Differential Student Funding in Higher Education. *Oxford Review of Education* 34. No.1, pp. 111–129
- Lim, V. K. G., & Teo, T. S. H. (1997). Sex, Money and Financial Hardship: An Empirical Study of Attitudes Towards Money Among Undergraduates in Singapore. *Journal of Economic Psychology*, 18, 369-386
- Lynn, R. (1993). Sex Differences in Competitiveness and the Valuation of Money in Twenty Countries. *Journal of Social Psychology*, 133: 507-512

- Martin, C. & Bush, A. (2000). Do Role Models Influence Teenagers' Purchase Intentions and Behavior?. *Journal of Consumer Marketing*, 17, 441-454
- Newcomb, M.D. & Rabow, J. (1999). Gender, Socialization, and Money. *Journal of Applied Psychology*, 29, 852-869
- Palan, K. M. (1998). Relationships Between Family Communication and Consumer Activities of Adolescents: An exploratory Study. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 26, 338-349
- Pankow, D. (2003). *Financial Values, Attitudes and Goals*. Diunduh 10 Mei 2010 dari <http://www.ag.ndsu.edu/pubs/yf/fammgmt/fs591.pdf>
- Putra. (2000). Pengertian Gender. diunduh 11 Desember 2010 dari <http://definisi-pengertian.blogspot.com/2010/05/pengertian-gender.html>
- Ruben B. D & Stewar L. P. (2006). *Communication and Human Behavior, 5th Ed*
- Scott, M & Lara, L. (2009). Feminism, History and Critical Intercultural Communication Studies: An Interdisciplinary Study. [Conference Papers -- International Communication Association](#); Annual Meeting, p1-25, 25p
- Schrodt Paul. (2009). *Family Strength and Satisfaction as Functions of Family Communication Environments*. *Communication Quarterly* Vol. 57, No. 2, April-June 2009, pp. 171-186
- Steinrock, R., Stern, B. B., & Solomon, M.R. (1991). Sex and Money: Gender Differences in the Use of Surrogate Consumers for Financial Decision-Making. *Journal of Professional Services marketing*, 7: 167-182
- Supramono, & Utami, I. (2010). *Desain Penelitian Keuangan Berbasis Perilaku*. Salatiga : Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana Press
- Winarno Dwi. (2003). Pengaruh Intensitas Komunikasi Keluarga Terhadap Kreativitas Belajar Siswa SMA Negeri 1 Sigaluh Banjarnegara Tahun Pelajaran 2005/2006. *Skripsi*
- Xiao, J.J., Noring, F.E., & Anderson, J.G. (1995). College Students's Attitudes Towards Credit Cards. *Journal of Consumer Studies and Home Economics*, 19: 155-174
- Ziegert, Andrea L. (2000). *The Role of Personality Temperament and Student Learning in Principles of Economics: Further Evidence*. *Journal of Economic Education*; Vol. 31 Issue 4, p307-322, 16p