

- Word Count: 2325

Plagiarism Percentage

14%

sources:

- 1 4% match (Internet from 28-Oct-2017)

<http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/68113/Chapter%20II.pdf?isAllowed=y&sequence=4>

- 2 1% match (Internet from 28-May-2018)

<http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/5875/BAB%20II.pdf?s=>

- 3 1% match (Internet from 29-Dec-2017)

<http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/36895/1/RAHMAT%20SHOLEH%20FEBRIANSYAH-FPSI.pdf>

- 4 1% match (Internet from 02-Jul-2018)

<https://media.neliti.com/media/publications/2788-ID-analisis-gaya-kepemimpinan-kompensasi-pendidikan-dan-pelatihan-terhadap-kinerja.pdf>

- 5 1% match (Internet from 14-Jan-2016)

<http://eyed-der.org/images/dosya20141018091955.pdf>

- 6 1% match (Internet from 24-Apr-2016)

<http://madesuliartini.blogspot.com/2014/01/proposal-penelitian.html>

- 7 1% match (Internet from 26-May-2016)

<http://jisikworld.co.kr/paper/view.html?cate=10317&no=4376943>

- 8 1% match (Internet from 16-Sep-2017)

<https://media.neliti.com/media/publications/36347-ID-pengaruh-kepuasan-tunjangan-kerja-dan-lingkungan-kerja-pada-motivasi-kerja-karya.pdf>

- 9 1% match (Internet from 04-Nov-2018)

<https://pt.scribd.com/document/97987384/ANALISIS-PENGARUH-KUALITAS-PRODUK-DAN-KUALITAS-PELAYANAN-TERHADAP-KEPUTUSAN-PEMBELIAN-PADA-RESTORAN-WAROENG-TAMAN-SINGOSARI-DI-SEMARANG>

- 10 1% match (Internet from 22-May-2016)

<http://repository.ipb.ac.id/bitstream/handle/123456789/52358/111mds.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- 11 1% match (Internet from 07-Oct-2018)

<http://vivinvirantikayuliartanti.blogspot.com/2012/>

- 12 < 1% match (Internet from 27-Sep-2015)

http://www.researchgate.net/publication/260552964_Pengaruh_Pengamatan_Informasi_terhadap_Frekuensi_Trading_Online_Saham

13 < 1% match (Internet from 19-Jul-2016)
<https://pt.scribd.com/doc/257635526/Ap01-karakteristik-Pemerintah-Daerah-Korupsi-Dan-Kinerja-Kuangan-Daerah>

14 < 1% match (Internet from 16-Sep-2017)
<https://media.neliti.com/media/publications/8722-ID-analisis-pengaruh-kreativitas-iklan-daya-tarik-iklan-dan-kredibilitas-endorser-t.pdf>

15 < 1% match (Internet from 19-Aug-2018)
<https://pt.scribd.com/doc/302906640/tugas-2>

16 < 1% match (Internet from 11-Sep-2017)
<http://tiaayuningsih.blogspot.co.id/2016/10/review-jurnal.html>

17 < 1% match (Internet from 02-Feb-2018)
<http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/37805/1/MARGI%20LESTARI%20BAGUS%20PERMADIFEEL.pdf>

paper text:

PENGARUH TRADISI, SPENDING BEHAVIOUR, FAKTOR DEMOGRAFI TERHADAP PENGGUNAAN TUNJANGAN HARI RAYA MASYARAKAT DI SURABAYA Theresia Beatrice¹, Nanik Linawati², 1,2Program

**Studi Manajemen Keuangan Fakultas Ekonomi Universitas Kristen
Petra**

12

Email: theresiabeatrice17@gmail.com ABSTRACT Hari Raya is often celebrated by buying food ingredients, cakes, new clothes, and prayer equipments in a large amount. The increase of demand for Hari Raya has caused prices go up. Once a year Hari Raya is celebrated by the majority of Indonesian, the government requires companies to provide Tunjangan Hari Raya

**to their employees. The purpose of this study to test the influence
variables of**

7

tradition, spending behavior, and demographic factors to the using of Tunjangan Hari Raya. Collecting data by distributing questionnaires to one hundred low income respondents in Surabaya. Partial least square software is

used to analyze the data. The result of the study shows that the

5

tradition and spending behaviour variables have significant effect to the using of Tunjangan Hari Raya. While, the demographic factor variables have no significant effect on the using of Tunjangan Hari Raya. Keywords: Demographic Factors, Spending Behaviour, Tradition, Using of Tunjangan Hari Raya. ABSTRAK Hari Raya cenderung diselenggarakan masyarakat dengan berbelanja dalam jumlah banyak, khususnya untuk kebutuhan bahan makanan, kue, pakaian baru, dan perangkat sembahyang. Banyaknya jenis-jenis pengeluaran yang harus dipersiapkan menjelang Hari Raya mengakibatkan harga barang-barang mengalami peningkatan. Momen Hari Raya di Indonesia dirayakan oleh hampir seluruh masyarakat. Pemerintah mewajibkan perusahaan untuk memberikan Tunjangan Hari Raya kepada tenaga kerja. Tujuan dari penelitian yaitu menguji pengaruh variabel tradisi, spending behaviour, dan faktor demografi terhadap penggunaan Tunjangan Hari Raya. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada

seratus responden masyarakat low income di Surabaya. Software partial least square digunakan untuk menganalisa data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel tradisi dan spending behaviour berpengaruh signifikan terhadap 4

penggunaan Tunjangan Hari Raya. Sedangkan variabel faktor demografi tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan Tunjangan Hari Raya. Kata kunci: Faktor demografi, Spending Behaviour, Tradisi, Penggunaan Tunjangan Hari Raya PENDAHULUAN Perayaan Hari Raya merupakan momentum keagamaan rutin yang diadakan setiap tahun oleh para pemeluknya. Pada momen tersebut, masyarakat dari berbagai lapisan merayakan Hari Raya dengan acara khusus, yaitu melakukan acara bersembayang di rumah ibadah dan sebagian di antaranya merayakan dengan cara makan bersama keluarga, saling menukar pemberian, memberikan amplop yang berisi uang untuk kerabat yang lebih muda dan belum bekerja, dan mudik ke kampung halaman (Saputro,2013). Acara Hari Raya merupakan aktivitas rutin bagi kebanyakan keluarga di Indonesia, bagi masyarakat yang bersedia merencanakan Hari Raya jauh sebelum Hari Raya tiba akan mampu mengendalikan jumlah pengeluaran yang dibelanjakan untuk keperluan Hari Raya. Namun, masyarakat yang tidak merencanakan anggaran Hari Raya dengan baik cenderung akan membelanjakan uang untuk keperluan Hari Raya dalam jumlah yang lebih banyak daripada yang sewajarnya. Karakteristik setiap orang mempengaruhi perilaku seseorang dalam merayakan Hari Raya. Perbedaan faktor demografi mempengaruhi preferensi belanja seseorang. Kacen dan Lee (2002) menyatakan wanita dalam berbelanja lebih dipengaruhi oleh emosinya, sementara pria lebih dipengaruhi oleh rasionya dengan berfokus pada fungsi. Masyarakat yang memiliki

usia yang berbeda akan mengkonsumsi produk dan jasa secara berbeda 10

pula (Nur, 2014). Pemerintah mewajibkan perusahaan untuk memberikan pendapatan di luar upah kepada tenaga kerja menjelang Hari Raya dalam bentuk Tunjangan Hari Raya (THR), karena momen Hari Raya dirayakan oleh hampir seluruh masyarakat Indonesia. Bagi tenaga kerja, THR dapat menjadi sumber pendanaan bagi kebutuhan Hari Raya. Tetapi terdapat sebagian masyarakat yang berbelanja keperluan Hari Raya melampaui dana Tunjangan Hari Raya, yang membuat masyarakat terpaksa berhutang kepada teman atau kerabat, serta menggadaikan barang berharga seperti emas, barang berharga, ataupun kendaraan bermotor. Penelitian ini ingin menguji pengaruh tradisi, spending behaviour,

dan faktor demografi (usia, jenis kelamin, status perkawinan, dan pendapatan) terhadap 3

penggunaan dana Hari Raya. TINJAUAN LITERATUR Tradisi Tradisi berasal dari kata traditio yang berarti diteruskan atau kebiasaan. Tradisi dapat dipahami sebagai keyakinan, legenda, dan adat istiadat. Dari generasi ke generasi, terutama dari mulut ke mulut atau sesuatu yang diwariskan yang sejak lama dipraktikkan. Tradisi adalah keyakinan atau perilaku yang diturunkan dalam suatu kelompok atau masyarakat dengan makna khusus (Green, 1997). Tradisi yang dilakukan secara berulang dilator- belakang

oleh kecenderungan berbuat sesuatu dan mengulang sesuatu sehingga menjadi kebiasaan. Tradisi 6

tidak mengikat pribadi, tetapi organisasi, kelompok sosial dan masyarakat secara luas. Tradisi membangun ikatan emosional antar para penganutnya. Spending Behaviour Schiffman dan Kanuk (2004), menyatakan Spending Behaviour (perilaku belanja) diartikan sebagai perilaku masyarakat dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan mengkonsumsi

produk dan jasa yang diharapkan dapat memuaskan kebutuhan dan

9

keinginan. Spending Behaviour berkaitan dengan kebiasaan dan dipengaruhi oleh segala hal yang ada di sekitar kehidupan seseorang seperti kepribadian, pengalaman, orang tua, dan budaya dalam masyarakat. Besaran belanja

di masa lalu dapat digunakan sebagai dasar untuk

17

membuat ekspektasi pengeluaran di masa depan (Wildawsky, 1964). Faktor Demografi

George w. Brclay (1970), menyatakan demografi merupakan ilmu yang memberikan gambaran secara statistik tentang penduduk. Demografi mempelajari perilaku penduduk secara menyeluruh bukan perorangan. Faktor demografi

2

adalah faktor-faktor kependudukan yang menunjukkan keadaan dan karakter penduduk dalam hal ini

3

berupa jenis kelamin, usia, status perkawinan, dan pendapatan. A. Jenis kelamin Terdapat perbedaan antara pria dan wanita dalam Spending Behaviour. Perbedaan nya terletak pada perbedaan dalam menilai dan membeli suatu produk barang atau jasa, perbedaan mengatur keuangan, serta perbedaan dalam melibatkan pengaruh sosial dan lingkungan sebelum membeli produk barang atau jasa tertentu. B. Usia

Kategori Umur Menurut Depkes RI (2009): 1. Masa balita = 0 – 5 tahun, 2. Masa kanak-kanak = 5 – 11 tahun. 3. Masa remaja Awal = 12 – 16 tahun. 4. Masa remaja Akhir = 17 – 25 tahun. 5. Masa dewasa Awal = 26- 35 tahun. 6. Masa dewasa Akhir = 36- 45 tahun. 7. Masa Lansia Awal = 46- 55 tahun. 8. Masa Lansia Akhir = 56 – 65 tahun. 9. Masa Manula = 65 – sampai atas Karakteristik orang-orang **usia**

1

dibawah 25 tahun yaitu : 1. Cenderung menyukai having fun ketika berbelanja 2. Cenderung peka terhadap perubahan harga atau discount Sedangkan karakteristik orang yang usianya lebih tua pada umumnya : 1. Kurang berminat pada komunikasi interaktif tentang produk baru 2. Lebih pragmatis, yang nampak dari cara mengumpulkan informasi detail terkait kualitas layanan dan produk atau jasa yang terbaik, dan lingkungan belanja yang nyaman dan aman. C. Status perkawinan BPS (2010), mendefinisikan perkawinan sebagai sebuah status terkait ikatan dalam perkawinan, baik pasangan tinggal bersama maupun terpisah. Pria dan wanita yang lajang, berperan sebagai orang tua tunggal, atau seseorang yang sudah menikah memiliki Spending Behaviour yang berbeda. D.

Pendapatan Pendapatan adalah jumlah uang yang diterima oleh pekerja yang diberikan **dari**

11

perusahaan atau lembaga tertentu. Penelitian ini menggunakan pendapatan bonus yaitu dana Tunjangan Hari Raya. Tunjangan ini didapatkan setahun sekali dan pada umumnya sebesar satu kali gaji. Penggunaan Tunjangan Hari Raya Menurut Ikhsanti (2018), Pengeluaran terbesar dana Tunjangan Hari Raya digunakan untuk membeli bahan makanan, mudik, dan perlengkapan untuk Hari Raya. Banyaknya kebutuhan

menjelang Hari Raya membutuhkan dana ekstra. Besarnya kebutuhan dana Hari Raya berpotensi menggoda masyarakat untuk berutang kepada teman atau kerabat ataupun menggadaikan barang berharga, jika belanja Hari Raya lebih besar daripada dana Tunjangan Hari Raya. KERANGKA KONSEP PENELITIAN Isi dg

kerangka berpikir Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh

13

variabel tradisi, spending behaviour, dan faktor demografi terhadap penggunaan Tunjangan Hari Raya. Variabel tradisi memiliki indikator yang diberi simbol TR1 dan TR2. TR1 merupakan memberikan amplop berisi uang kepada kerabat merupakan sebuah keharusan, TR2 merupakan mengisi amplop dengan nilai uang yang besar merupakan sebuah keharusan. Sedangkan variabel spending behaviour memiliki indikator yang diberi simbol SB1, SB2, dan SB3. SB1 merupakan membeli pakaian baru merupakan sebuah keharusan, SB2 merupakan membeli perangkat baru merupakan sebuah keharusan, SB3 merupakan berbelanja makanan dalam jumlah yang banyak merupakan sebuah kewajaran. Untuk variabel faktor demografi memiliki indikator yang diberi simbol FD1 dan FD2. FD1 merupakan usia, sedangkan FD2 merupakan status perkawinan. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah penggunaan Tunjangan Hari Raya, indikator dari variabel ini di beri simbol THR1, THR2, THR3, dan THR4. THR1 merupakan menjual barang berharga yang saya miliki, jika dana THR tidak mencukupi kebutuhan Hari Raya. THR2 merupakan barang elektronik akan digadaikan, jika dana THR tidak mencukupi kebutuhan Hari Raya. THR3 merupakan kendaraan bermotor akan saya gadaikan, jika dana THR tidak mencukupi kebutuhan Hari Raya. THR4 merupakan meminjam kepada teman atau kerabat untuk memenuhi kebutuhan dan perlengkapan menjelang Hari Raya, jika dana THR tidak mencukupi. Hipotesa H1: Tradisi berpengaruh signifikan terhadap penggunaan Tunjangan Hari Raya. Touzani dan Hirschman (2008) menyatakan tradisi berpengaruh signifikan terhadap penggunaan dana Hari Raya H2: Spending behaviour berpengaruh signifikan terhadap penggunaan Tunjangan Hari Raya. Odabasi dan Argan (2009) menemukan bahwa masyarakat Turki cenderung berbelanja dengan jumlah pengeluaran yang lebih besar pada periode Ramadan dan Hari Raya dibandingkan pengeluaran sehari-hari. H3: Faktor demografi (jenis kelamin, usia, status perkawinan, dan pendapatan) berpengaruh signifikan terhadap penggunaan Tunjangan Hari Raya.

METODE PENELITIAN Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat

14

low income

di Surabaya. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu menggunakan data primer dengan metode

8

penyebaran kuesioner kepada seratus responden dengan kriteria masyarakat low income Commented [WU1]: Salah tempat berdomisili di Surabaya yang sudah mendapatkan THR dan bonus THR lebih kecil dari UMR (kurang dari Rp. 3.600.000). Variabel yang digunakan dalam penelitian dibagi menjadi endogen dan eksogen yang memiliki indikator masing-masing. Variabel endogen pada penelitian ini adalah penggunaan Tunjangan Hari Raya. Sedangkan variabel eksogen pada penelitian ini ada tiga, yaitu tradisi, spending behaviour, dan faktor demografi. Pada penelitian ini, software statistik yang digunakan adalah Smart-PLS versi 3.0 dan SPSS.

Penelitian ini menggunakan alat statistik partial least square

16

dan correspondence analysis. HASIL

DAN PEMBAHASAN Hasil Penelitian Tabel 1 : Uji Validitas

4

dan Realibilitas Sumber : Hasil Pengolahan Smart-PLS Dari hasil uji statisti yang tertera pada tabel 1, menyatakan bahwa hasil telah memenuhi uji validitas karena

average variance extracted (AVE) lebih besar dari 0,

15

05 dan uji realibilitas yang ditunjukkan composite reliability lebih besar di bandingkan 0,7. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data bersifat valid dan reliable. Tabel 2 : Analisa korespondensi No Hubungan Sig Inertia 1 TR 2 - THR 2 0.000 23.4% 2 TR 2 - THR 3 0.000 34.2% 3 TR 2 - THR 4 0.003 16.2% 4 SB 1 - THR 1 0.002 17.5% 5 SB 1 - THR 2 0.000 22.3% 6 SB 1 - THR 3 0.000 27.9% 7 SB 1 - THR 4 0.000 21.5% 8 SB 2 - THR 1 0.000 20.7% 9 SB 2 - THR 4 0.003 16.3% 10 SB 3 - THR 3 0.037 10.2% 11 SB 3 - THR 4 0.027 11.0% Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Dari hasil penelitian pada tabel 2, dapat disimpulkan bahwa tradisi dan spending behaviour berpengaruh signifikan terhadap penggunaan Tunjangan Hari Raya, karena Sig < 0,05. Tabel 3 : Uji T Sumber : Hasil Pengolahan Smart-PLS Hasil uji hipotesa menggunakan alat statistik dengan alpha 0.05, maka nilai t- statistik yang digunakan adalah 1,96. Sehingga kriteria penerimaan atau penolakan hipotesa adalah terima H1 dan tolak H0 ketika nilai t-statistik > 1,96. Pembahasan Data dari seratus responden low income menunjukkan bahwa sebagian besar responden adalah wanita dan memiliki rentang usia 19-35 tahun, 82 persen responden bekerja sebagai karyawan atau pegawai. Responden cenderung berpendapat bahwa mengisi amplop Hari Raya tidak harus dalam jumlah besar, serta cenderung bersikap menghindari untuk mendanai perayaan Hari Raya dengan menggadaikan barang elektronik, kendaraan bermotor, ataupun meminjam kepada teman atau kerabat. Hal ini mengidentifikasi bahwa masyarakat low income dalam mendanai perayaan Hari Raya cenderung berpikir rasional. Responden yang cenderung tidak setuju untuk membeli pakaian baru, cenderung tidak setuju mendanai Hari Raya dengan cara menjual barang berharga, menggadaikan barang elektronik, kendaraan bermotor, dan meminjam kepada teman atau kerabat. Responden yang tidak setuju untuk membeli perangkat baru untuk keperluan Hari Raya, cenderung tidak setuju untuk mendanai Hari Raya dengan cara menjual barang berharga dan meminjam kepada teman atau kerabat. Hal ini menunjukkan masyarakat low income lebih berfokus pada kebutuhan daripada keinginan dalam membelanjakan dana Tunjangan Hari Raya. Responden yang berpendapat netral terhadap pernyataan perlu berbelanja makanan dalam jumlah banyak, cenderung berpendapat netral dalam hal cara mendanai Hari Raya dengan menggadaikan kendaraan bermotor ataupun meminjam kepada teman atau kerabat. Dalam hal ini menunjukkan masyarakat low income tidak berkepribadian konsumtif dalam menggunakan dana Tunjangan Hari Raya Hasil pengujian dengan menggunakan Partial Least Square, diperoleh hasil bahwa variabel tradisi berpengaruh signifikan terhadap variabel penggunaan Tunjangan Hari Raya. Tradisi memiliki indikator meliputi, acara bersembahyang, makan bersama keluarga, mempersiapkan hidangan makanan, dan memberikan amplop. Variabel spending behaviour berpengaruh signifikan terhadap variabel penggunaan Tunjangan Hari Raya. Spending behaviour memiliki indikator meliputi membeli makanan, membeli pakaian dan perangkat baru, dan berlibur bersama keluarga setelah perayaan Hari Raya. Namun, variabel faktor demografi tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel penggunaan Tunjangan Hari Raya. Di karenakan responden secara hamper keseluruhan seragam dalam hal menyikapi penggunaan Hari Raya. KESIMPULAN Dari hasil penelitian diperoleh hasil bahwa masyarakat low income berpikir secara rasional dan bijak dalam menggunakan dana Tunjangan Hari Raya. Hasil ini membuktikan variabel tradisi dan spending behaviour berpengaruh signifikan terhadap variabel penggunaan Tunjangan Hari Raya. Sedangkan variabel faktor demografi tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel penggunaan Tunjangan Hari Raya. DAFTAR PUSTAKA Kacen, J., & Lee, J. (2002). The influence of culture on consumer impulsive buying behaviour. *Journal of consumer psychology*, pp 163-176. Nur, A. (2014). Pengaruh usia, tingkat pendidikan, dan jenis kelamin terhadap perilaku konsumsi. Odabasi, Y., & Argan, M. (2009). Aspect of underlying ramadan consumption pattern in Turkey. *Journal of International Consumer Marketing*. Ozgen, O., & Kurt, S. (2013). The meanings, rituals, and consumption patterns of holy feast and new year in Turkey. *Journal of islamic marketing*. Poepon, R. (2016). Menyemarakkan Hari Raya dengan gaji atau pinjama. Saputro, A. (2013). Motivasi masyarakat muslim di Indonesia dalam berbelanja pakaian, kendaraan, mebel dan perhiasan emas menjelang Hari Raya idul fitri. Sathya, A. (2018, May 30). 7 fakta penting seputar THR. Retrieved from <https://www.pegipegi.com/travel/7-fakta-penting-seputar-thr-tunjangan-hari-raya-lebaran/> Suroso, S. (2012, Juni 24). Tunjangan Hari Raya. Retrieved from <https://www.kompasiana.com/supriyonosuroso/551167718133115b47bc5fea/tunjan-gan-hari-raya-thr>

Touzani, M., & Hirschman, E. (2008). Cultural syncretism and ramadhan observance: consumer research visits islam. *Advances in Consumer Research*, Vol.35 No.1, pp.374-80. Yhantiaritra. (2015, Juni 3). Kategori umur menurut depkes. Retrieved from <https://yhantiaritra.wordpress.com/2015/06/03/kategori-umur-menurut-depkes/> BIODATA Theresia Beatrice Jl. Manyar kertoadi x no 20 Surabaya Theresiabeatrice17@gmail.com 081249800232