

**PENINGKATAN KEMAMPUAN MANAJEMEN RISIKO PENGELOLAAN  
KEUANGAN KELUARGA GUNA MENCAPAI KEBEBASAN FINANSIAL  
RUMAH TANGGA**

**IMPROVEMENT OF RISK MANAGEMENT ABILITIES OF HOUSEHOLD FINANCIAL  
MANAGEMENT TO ACHIEVE HOUSEHOLD FINANCIAL FREEDOM**

**Einde Evana<sup>1\*</sup>, Widya Rizki Eka Putri<sup>2</sup>, Yuztitya Asmaranti<sup>3</sup>**

Universitas Lampung<sup>1,2,3</sup>

*widyarizkiekaputri@gmail.com<sup>1\*</sup>, Email Penulis Kedua<sup>2</sup> (Disarankan Email Institusi)*

**Abstrak**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan edukasi kepada ibu rumah tangga sebagai pengelola keuangan rumah tangga mengenai bahaya perilaku konsumtif bagi kestabilan keuangan rumah tangga serta edukasi pemahaman konsep hutang produktif dan hutang konsumtif dalam pengelolaan hutang dalam keuangan rumah tangga. Metode yang digunakan untuk memecahkan permasalahan yang ada adalah ceramah, tutorial (pendampingan), dan diskusi. Hasil dari kegiatan ini adalah pemahaman bahaya perilaku konsumtif bagi kestabilan keuangan rumah tangga, pemahaman konsep hutang produktif dan konsumtif, serta pemahaman pengelolaan hutang, sehingga peserta lebih bijak dalam menilai sebelum mengambil keputusan untuk mendapatkan pinjaman.

**Kata kunci:** *keuangan rumah tangga, perilaku konsumtif, hutang produktif, hutang konsumtif*

**Abstract**

*This community service activity aims to provide education to housewives as managers of household finances regarding the dangers of consumptive behavior for household financial stability as well as education on understanding the concept of productive debt and consumptive debt in managing debt in household finances. The methods used to solve existing problems are lectures, tutorials (mentoring), and discussions. The results of this activity are understanding the dangers of consumptive behavior for household financial stability, understanding the concept of productive and consumptive debt, and understanding debt management, so that participants are wiser in assessing before making a decision to get a loan.*

**Keywords:** *household finances, consumptive behavior, productive debt, consumptive debt*

**1. PENDAHULUAN**

Perilaku konsumtif merupakan permasalahan utama yang dihadapi dalam pengelolaan keuangan keluarga. Karena hal ini dapat menyebabkan ketergantungan bahkan defisit dalam financial keluarga. Perilaku konsumtif adalah tindakan individu sebagai konsumen untuk membeli, menggunakan atau mengkonsumsi barang atau jasa secara berlebihan, tidak rasional, menimbulkan pemborosan dan hanya mengutamakan keinginan atau kesenangan tanpa mempertimbangkan kebutuhan atau manfaat dari barang atau jasa tersebut, bahkan hanya untuk memperoleh pengakuan sosial, mengikuti mode atau kepuasan pribadi.

Tingginya tingkat kebutuhan dan adanya kebutuhan mendesak yang tidak terduga sering memaksa seseorang untuk melakukan pinjaman. Baik itu melalui lembaga keuangan maupun pribadi. Hal ini membutuhkan ketepatan perhitungan agar tidak menimbulkan masalah dikemudian hari. Peran seorang wanita tidak hanya sekadar menjadi sosok pengasuh, pendidik anak-anak serta mengurus suami dan rumah, tetapi juga harus berperan dalam pengelolaan keuangan keluarga.

Pentingnya peran wanita dalam rumah tangga sebagai pengelola keuangan keluarga harus diiringi dengan kemampuan manajemen risiko agar tidak terjebak dalam ketergantungan hutang. Selain itu, seorang wanita juga harus cermat dalam mengelola aset yang sudah dimiliki untuk menjadikan aset tersebut terus berkembang dan optimal sesuai tujuan finansial keluarga.

Minimnya pengetahuan dan kesadaran akan bahaya perilaku konsumtif yang berakibat pada kurang efektifnya manajemen risiko dalam rumah tangga sehingga menimbulkan berbagai permasalahan akibat kegagalan mengelola hutang dalam finansial rumah tangga. Faktor lingkungan memberikan peranan sangat besar terhadap pembentukan perilaku konsumtif seseorang. Hal ini diperkuat oleh hasil penelitian Kholilah (2008) dalam Astuti (2013), yang menunjukkan bahwa teman-teman merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif. Sedangkan hasil penelitian Nina dan Koentjoro (2009) dalam Astuti (2013) menunjukkan bahwa perilaku keranjang berbelanja dapat menimbulkan dampak merugikan yang berkelanjutan seperti masalah dalam keuangan keluarga. Apabila hal tersebut terus menerus dilakukan hingga melakukan pinjaman demi memenuhi keinginan dan kepuasan pribadi para ibu, maka hal ini akan mengakibatkan tindakan pemborosan, hingga tidak terkontrolnya keuangan keluarga.

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, kami memandang pentingnya memberi kesadaran dan pengetahuan mengenai bahaya perilaku konsumtif yang berujung pada pinjaman untuk hal – hal yang tidak produktif. Pemahaman pengelolaan keuangan keluarga dalam hal kebijakan dan pengelolaan hutang perlu diberikan sehingga hal ini menjadi prioritas utama untuk dicari solusinya agar dapat menyelesaikan permasalahan keuangan masyarakat terutama dalam rumah tangga. Sehingga tujuan kegiatan ini adalah untuk memberi edukasi mengenai perilaku konsumtif yang dapat mengganggu kesehatan keuangan keluarga, memberi pengetahuan mengenai konsep hutang dalam keuangan keluarga, memberi edukasi cara pengelolaan hutang agar dapat menjadi hutang produktif.

## **2. METODE**

Metode yang digunakan untuk memecahkan permasalahan yang ada adalah ceramah, tutorial (pendampingan), dan diskusi. Metode ceramah digunakan untuk menyampaikan materi mengenai bahaya perilaku konsumtif bagi kestabilan keuangan rumah tangga, serta materi manajemen resiko melalui pengelolaan hutang.

Perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu tindakan memakai produk yang tidak tuntas artinya, belum habis sebuah produk yang dipakai seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama dari merek lainnya atau dapat disebutkan, membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang memakai barang tersebut (Sumartono, 2002).

Menurut Sumartono, (2002) indikator perilaku konsumtif yaitu :

1. Membeli produk karena iming-iming hadiah. Individu membeli suatu barang karena adanya hadiah yang ditawarkan jika membeli barang tersebut.
2. Membeli produk karena kemasannya menarik. Konsumen sangat mudah terbujuk untuk membeli produk yang dibungkus dengan rapi dan dihias dengan warna-warna menarik. Artinya motivasi untuk membeli produk tersebut hanya karena produk tersebut dibungkus rapi dan menarik.
3. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi. Konsumen mempunyai keinginan membeli yang tinggi, karena pada umumnya konsumen mempunyai ciri khas dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut dan sebagainya dengan tujuan agar konsumen selalu berpenampilan yang dapat menarik perhatian yang lain. Konsumen membelanjakan uangnya lebih banyak untuk menunjang penampilan diri.
4. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya). Konsumen cenderung berperilaku yang ditandakan oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah.

5. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status. Konsumen mempunyai kemampuan membeli yang tinggi baik dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut, dan sebagainya sehingga hal tersebut dapat menunjang sifat eksklusif dengan barang yang mahal dan memberi kesan berasal dari kelas sosial yang lebih tinggi. Dengan membeli suatu produk dapat memberikan simbol status agar kelihatan lebih keren dimata orang lain.
6. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan. Konsumen cenderung meniru perilaku tokoh yang diidolaknya dalam bentuk menggunakan segala sesuatu yang dapat dipakai tokoh idolanya. Konsumen juga cenderung memakai dan mencoba produk yang ditawarkan bila ia mengidolakan publik figur produk tersebut.
7. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi. Konsumen sangat terdorong untuk mencoba suatu produk karena mereka percaya apa yang dikatakan oleh iklan yaitu dapat menumbuhkan rasa percaya diri.
8. Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda). Konsumen akan cenderung menggunakan produk jenis sama dengan merek yang lain dari produk sebelum ia gunakan, meskipun produk tersebut belum habis dipakainya.

### **Definisi hutang**

Hutang adalah sejumlah dana yang diperoleh dari pihak lain berdasarkan kesepakatan pengembalian dalam jangka waktu tertentu. Dalam hal pengelolaan keuangan keluarga, Gitman (2011) mengklasifikasikan hutang dibagi menjadi 2 jenis, yaitu :

1. Hutang produktif  
Hutang produktif adalah hutang yang dimanfaatkan untuk kegiatan produktif dan dapat menghasilkan nilai tambah di masa yang akan datang  
Contoh :  
kredit kepemilikan kendaraan bermotor. Kemudian kendaraan tersebut digunakan sebagai mobil pengangkut barang. Maka utang tersebut dapat digolongkan menjadi utang produktif.
2. Hutang Konsumtif  
Hutang konsumtif adalah hutang yang tidak memberikan nilai tambah dimasa yang akan datang.  
Contoh :  
seseorang berutang untuk membeli barang-barang mewah yang belum menjadi kebutuhannya, misal tas mewah, perhiasan mewah dan sebagainya

### **Langkah untuk mencapai kebebasan finansial rumah tangga**

1. Melakukan analisa hutang  
Buat daftar hutang yang sedang berjalan, jumlah yang harus dibayar, serta waktu jatuh tempo hutang tersebut. Buat pengingat waktu pembayaran angsuran setiap bulan agar terhindar dari denda.
2. Membuat perencanaan pemasukan dan pengeluaran  
Buat daftar pemasukan dan pengeluaran rutin setiap bulan. Perencanaan pengelolaan keuangan keluarga dapat mengalokasikan dana sesuai kebutuhan. Dalam menyusun perencanaan keuangan, dahulukan pengeluaran terkait hutang untuk menghindari denda atas keterlambatan pembayaran yang dapat mengakibatkan bertambahnya jumlah hutang.
3. Rencana investasi  
Mulai membuat rencana investasi jangka panjang. Investasi dapat berupa tabungan, logam mulia, saham, reksadana, maupun property.

Evaluasi pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan tiga tahap. Tahap pertama tim akan membagikan kuesioner tentang pemahaman peserta terhadap pengelolaan keuangan keluarga. Kegiatan ini dilakukan untuk melihat sejauh mana peserta memiliki pengetahuan terkait materi

sebelum ceramah untuk mendapatkan pengetahuan pengelolaan keuangan keluarga dan pendampingan. Evaluasi tahap kedua tim membagikan kembali kuesioner yang telah dibagikan di awal kegiatan dilakukan pada akhir kegiatan untuk mengetahui apakah kegiatan pengabdian yang dilakukan sudah sesuai dengan harapan yang diinginkan. Tahap ketiga adalah melakukan evaluasi hal-hal apa yang harus dilakukan oleh tim untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran peserta tentang pengelolaan keuangan keluarga saran untuk kegiatan berikutnya.

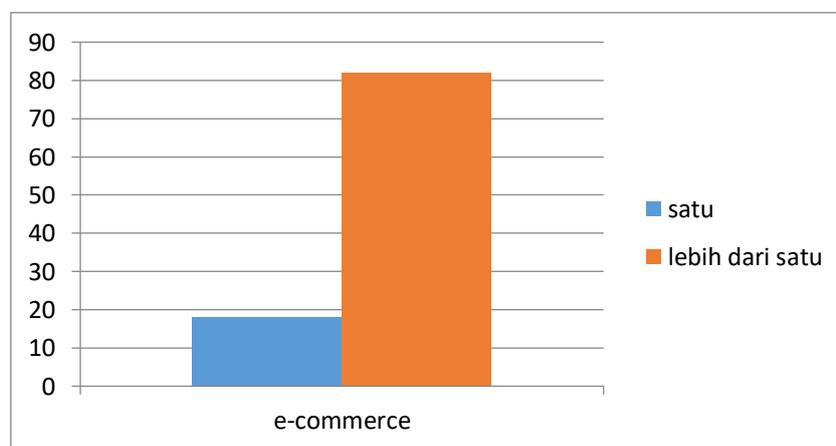
### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian dilaksanakan pada hari Rabu, tanggal 10 September 2020 dimulai pukul 10.00 WIB. Kegiatan ini dilaksanakan secara virtual karena adanya himbauan untuk tidak melakukan kegiatan secara berkelompok yang dikeluarkan oleh pengurus pusat Dharma Wanita Kota Metro. Meskipun kegiatan ini dilakukan secara virtual, namun antusiasme peserta sangat baik, hal ini ditunjukkan dengan keikutsertaan 19 orang anggota Dharma Wanita Kota Metro dalam kegiatan ini.

Sebelum kegiatan pemberian materi dimulai, peserta diminta untuk mengisi beberapa pertanyaan terkait dengan perilaku konsumtif dan manajemen risiko dalam pengelolaan keuangan rumah tangga yang diberikan dalam bentuk Google Formulir. Setelah peserta menjawab seluruh pertanyaan, dilanjutkan dengan sesi pemaparan materi. Setelah pemaparan materi selesai, peserta diberikan kesempatan untuk mengajukan pertanyaan terkait materi yang sudah diberikan. Pada akhir sesi, peserta diminta untuk mengisi kembali pertanyaan yang diberikan pada awal sesi.

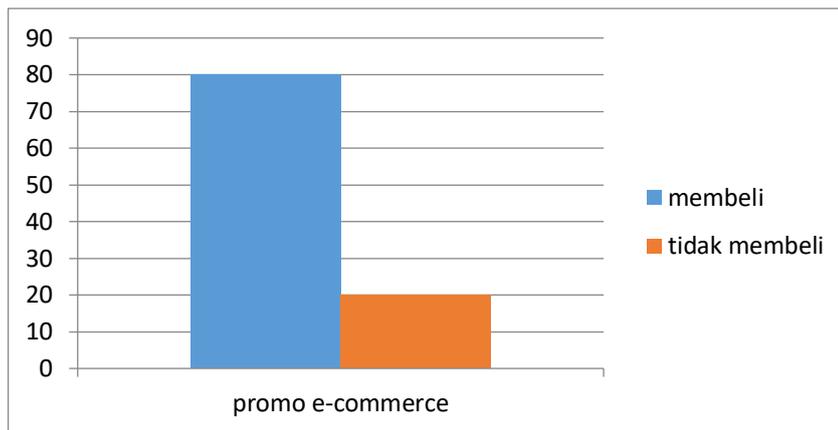
#### Pembahasan

Dari hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian 82% peserta memiliki perilaku konsumtif yang ditunjukkan dengan kepemilikan aplikasi *e-commerce* lebih dari satu dalam *smartphonenya*. Pesatnya perkembangan *e-commerce* dalam lima tahun terakhir dengan berbagai kemudahan, fitur, serta promo yang ditawarkan meningkatkan agresivitas pembeli yang mengakibatkan pada tingginya angka perilaku konsumtif di masyarakat.



**Tabel 1. Kepemilikan Akun E-Commerce**

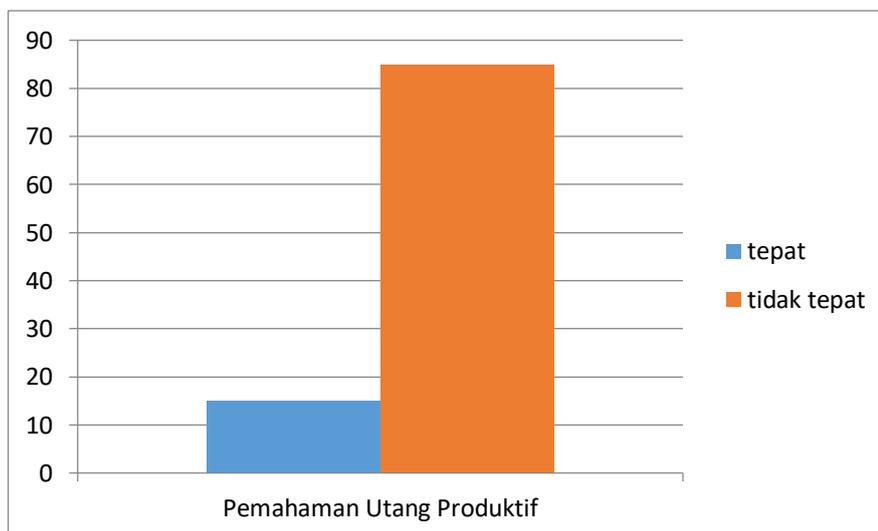
Banyaknya promo yang ditawarkan setiap harinya oleh *e-commerce* mengakibatkan pergeseran niat pembelian konsumen. Pembelian tidak lagi dilakukan pada saat membutuhkan tetapi pembelian dilakukan saat adanya promo yang ditawarkan (Rachmawati, 2019). Sehingga banyak pengeluaran – pengeluaran yang terjadi diluar anggaran. Dalam kegiatan pengabdian ini, 80% peserta melakukan pembelian barang yang diinginkan pada saat adanya promo dari *e-commerce*.



**Tabel 2. Pembelian saat promo *e-commerce***

Perilaku konsumtif yang ditunjukkan dengan *agressive buying* ketika ada promo yang ditawarkan oleh *e-commerce* mengakibatkan keinginan individu untuk memiliki lebih dari satu akun *e-commerce* dalam *smartphonenya*, hal ini dilakukan guna mendapatkan lebih banyak promo. Apabila promo yang ditawarkan tepat sasaran pada kebutuhan yang sudah dianggarkan, hal ini akan memberikan dampak positif karena dapat menghemat pengeluaran. Namun apabila hal ini dilakukan untuk mendapatkan barang – barang yang diinginkan bukan hanya yang dibutuhkan, maka kegiatan ini akan membentuk perilaku konsumtif yang tidak menguntungkan.

Berdasarkan jawaban yang dihimpun dari peserta sebelum pelaksanaan kegiatan pengabdian, 85% peserta belum dapat mengidentifikasi perbedaan antara utang produktif dan utang konsumtif. Hal ini disebabkan minimnya pemengenai perbedaan utang produktif dan utang konsumtif. Mayoritas peserta menganggap bahwa utang yang digunakan untuk kepentingan pendidikan sebagai utang produktif, sedangkan ciri utang produktif sendiri adalah utang tersebut harus dapat menghasilkan pendapatan yang lebih besar dari besarnya utang.



**Gambar 4.3 Pemahaman Utang Produktif**

Ketercapaian hasil kegiatan pengabdian yang bertujuan untuk memberikan edukasi mengenai bahaya perilaku konsumtif berhasil dicapai (90%) dan untuk pemahaman perbedaan utang produktif dan utang konsumtif dalam manajemen resiko keuangan rumah tangga berhasil dicapai (100%). Hal ini ditunjukkan dari hasil yang diperoleh dari jawaban peserta yang diberikan pada akhir

sesi kegiatan. Kegiatan pengabdian ini berhasil memberikan edukasi kepada seluruh peserta mengenai bahaya perilaku konsumtif dan manajemen resiko dalam keuangan rumah tangga.

Kegiatan pengabdian ini berhasil memberikan edukasi akan bahayanya perilaku konsumtif yang tanpa disadari dapat menggagalkan tujuan jangka panjang dalam keuangan rumah tangga. Pemahaman utang produktif dan utang konsumtif dapat meminimalisir kecenderungan perilaku konsumtif yang dapat membahayakan kestabilan keuangan rumah tangga. Selain itu, pemahaman utang produktif dapat membantu peserta untuk lebih cermat dan bijak dalam mengambil keputusan untuk mendapatkan pinjaman. Pinjaman yang dapat menghasilkan nilai yang lebih besar dari jumlah yang dipinjam dapat menjadi sumber penghasilan lain dalam rumah tangga. Namun hal ini membutuhkan komitmen yang kuat dan kematangan konsep serta tujuan pinjaman.

#### **4. KESIMPULAN DAN SARAN**

Melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan pada kelompok Dharma Wanita Dinas lingkungan hidup kota Metro, dapat disimpulkan hal – hal sebagai berikut :

1. Peserta mampu memahami mengenai bahaya perilaku konsumtif yang dapat mengganggu kestabilan keuangan rumah tangga.
2. Peserta mampu memahami konsep hutang dalam keuangan rumah tangga. Sehingga dapat lebih cermat dan bijak dalam mengambil keputusan sebelum meminjam.
3. Peserta mampu memahami cara pengelolaan hutang agar dapat menjadi hutang produktif. Sehingga dapat menjadi sumber pendapatan lain dalam rumah tangga.

#### **Saran**

1. Kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat dilakukan di lokasi lain pada tahun-tahun berikutnya untuk memperluas pemahaman bahaya perilaku konsumtif dan manajemen resiko dalam keuangan rumah tangga bagi masyarakat.
2. Adanya pendalaman materi pelatihan berupa simulasi perhitungan dalam pengelolaan hutang produktif yang lebih terperinci sehingga peserta dapat mengaplikasikannya dalam keuangan rumah tangga.

#### **Ucapan terima kasih**

1. Terimakasih kepada LPPM Universitas Lampung yang telah mendukung kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini
2. Terimakasih kepada Dinas Lingkungan Hidup Kota Metro yang telah memfasilitasi kegiatan ini
3. Terimakasih kepada seluruh anggota Dharma Wanita Dinas Lingkungan Hidup Kota Metro yang telah berpartisipasi dalam kegiatan ini
4. Terimakasih kepada seluruh tim yang terlibat dalam kegiatan pengabdian ini yang telah mendukung kelancaran kegiatan ini..

#### **REFERENSI**

- Astuti, Endang Dwi. 2013. *Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Barang Pada Ibu Rumah Tangga Di Kota Samarinda*. ejournal.psiologi.fisip-unmul.ac.id
- Gitman, Joehnk dan Billingsley. 2011. *Personal Financial Planning 12 Edition*. South Western, Cengage Learning: USA.
- Sumartono. 2002. *Terperangkap dalam Iklan (Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi)*. Bandung: Alfabeta.