

Peningkatan *Excess Spending* Pada Platform *E-Commerce* Dengan Pendekatan Persepsi *Bookkeeping Account*

Ratih Dewi Titisari Haryana

STIE YAPAN Surabaya, Indonesia
ratih@stievapan.ac.id

INFO ARTIKEL

Kemajuan Artikel

Masuk
27 Maret 2025
Diperbaiki
13 April 2025
Diterima
30 April 2025

Keywords

Framing effect
Cash flow
Savings
Excess spending

Kata

Kunci
Framing effect
Arus kas
Tabungan
Pengeluaran

ABSTRACT

Technological developments and easy access to e-commerce platforms have driven significant changes in people's consumption patterns. This study was conducted based on individual behavior that often unconsciously applies accounting principles in their lives, especially in terms of financial management. Bookkeeping account is a term where each individual uses bookkeeping accounts like financial reports in managing their finances. Bookkeeping account is based on the framing effect where this is the effect of a person's cognitive bias behavior in decision making. In addition to the framing effect, there is also cash flow of personal funds and savings where these indicators are predicted to influence the attitude of excess spending in individuals, especially online shopping through various e-commerce platforms in the current digitalization era. Quantitative research methods were chosen to solve the problem formulation in this study. The selected research sample focused on productive-aged women who were considered to shop online more often, in the cities of Surabaya and Sidoarjo (the selection of areas was based on population density in East Java) so the sampling method used is cluster sampling. The questionnaire was sent directly or via GForm media to collect data. The data analysis method used partial Least Squares and structural equation model methodology. The results of the study show that the framing effect and cash flow of personal funds are able to provide a significant influence on excess spending, while saving is not able to significantly influence excess spending behavior in each individual.

ABSTRAK

Perkembangan teknologi dan kemudahan akses terhadap platform e-commerce telah mendorong perubahan signifikan dalam pola konsumsi masyarakat. Penelitian ini dilakukan atas dasar perilaku individu yang seringkali secara tidak sadar menerapkan prinsip akuntansi di dalam kehidupannya terutama dalam hal pengelolaan keuangan. Bookkeeping account merupakan sebuah istilah dimana setiap individu menggunakan akun-akun pembukuan layaknya laporan keuangan dalam mengelola keuangannya. Bookkeeping account didasari pada framing effect dimana ini merupakan efek perilaku bias kognitif seseorang dalam pengambilan keputusan. Selain framing effect adapun cash flow of personal funds (aliran dana individu) dan savings (simpanan) dimana indikator-indikator tersebut diprediksi mempengaruhi sikap excess spending (belanja berlebih) pada individu terutama pembelanjaan online melalui berbagai platform e-commerce di era digitalisasi saat ini. Metode penelitian kuantitatif dipilih dalam menyelesaikan rumusan masalah dalam penelitian ini. Sampel penelitian yang dipilih berfokus pada wanita berusia produktif yang dianggap lebih sering melakukan pembelanjaan secara online, di wilayah kota Surabaya dan Sidoarjo (pemilihan wilayah berdasarkan pada kepadatan penduduk di wilayah Jawa Timur) sehingga metode pengambilan sampel yang digunakan adalah cluster sampling. Kuesioner dikirimkan secara langsung atau melalui media GForm untuk mengumpulkan data. Metode analisis data menggunakan partial Least Squares dan metodologi model persamaan struktural. Hasil penelitian menunjukkan bahwa framing effect dan cash flow of personal funds mampu memberikan pengaruh signifikan terhadap excess spending sedangkan saving tidak mampu mempengaruhi secara signifikan perilaku excess spending pada diri setiap individu.

This is an open-access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



1. Pendahuluan

E-Commerce adalah jenis aktivitas yang terkait dengan transaksi daring, seperti perbankan daring, prosedur pembelian dan penjualan, serta penawaran layanan lainnya, yang dilakukan melalui internet atau jaringan elektronik lainnya (Solihat & Sandika, 2022). Baik negara maju maupun negara berkembang dapat memperoleh manfaat dari teknologi e-commerce dalam berbagai cara. Meskipun e-commerce lebih bermanfaat di negara berkembang seperti Indonesia dalam jangka panjang, manfaat jangka pendeknya sebagian besar difokuskan pada negara-negara industri. Pernyataan ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh (Lestari, 2019) yang mengklaim bahwa e-commerce bermanfaat bagi masyarakat Indonesia dan diterima dengan baik oleh semua generasi. Proses jual beli merupakan salah satu bentuk perkembangan dari *e-commerce*, transaksi *e-commerce* mulai berkembang pesat terutama saat terjadi Pandemi Covid-19 hingga saat ini tak terkecuali di Negara Indonesia.

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi yang cukup pesat terutama mulai dari sekitar tahun 2000-an proses jual beli melalui online juga sangat digemari masyarakat luas mulai dari Generasi X (1965-1980), Generasi Y (1981-1995), Generasi Z (1996-2010) (2011–sekarang) hingga Generasi Alpha. Salah satu hasil kemajuan di bidang teknologi informasi adalah e-commerce. Beberapa platform *e-commerce* yang saat ini banyak diminati masyarakat diantaranya adalah shopee, tokopedia, lazada, blibli, tiktok dan masih banyak platform lainnya. Dalam pelayanan platform juga disediakan beberapa pilihan pembayaran yaitu mulai dari COD (*Cash on Delivery*), transfer bank, pembayaran by indomaret atau lain sebagainya. Bahkan dalam perkembangannya saat ini hampir seluruh platform *e-commerce* telah menyediakan pilihan pembayaran termasuk dengan cara *pay later*, dimana pembayaran ini memiliki sistem "pembayaran di kemudian hari" yang tak lain serupa dengan hutang. Konsumen akan memperoleh barang yang mereka inginkan tanpa harus dibayarkan saat itu juga.

Niat individu dalam memanfaatkan *pay later* seringkali berdasarkan pada ketertarikan mereka terhadap berbagai produk yang ditawarkan dan seringkali mereka tidak menyadari bahwasanya uang yang mereka miliki tidak cukup untuk memenuhi keinginan mereka (Shih et al., 2022). Hal ini lah yang menjadikan mereka bersikap irrasional (*framing effect*) sehingga akan melakukan apapun untuk memenuhi keinginannya, dan salah satu solusinya adalah memanfaatkan fasilitas yang diberikan oleh pihak *e-commerce* yaitu *pay later* (Pratika et al., 2021). Bahkan *pay later* lebih diminati karena syarat dan penggunaannya dirasa lebih praktis. Kemudahan transaksi tersebut secara tidak langsung menyebabkan biaya transaksi menjadi lebih rendah dan dapat merangsang pertumbuhan ekonomi. (Haryana et al., 2020) menyimpulkan bahwa transaksi pembayaran non tunai dengan menggunakan *pay later* pada jangka panjang berdampak pada permintaan mata uang di Indonesia.

Banyaknya keuntungan yang bisa diperoleh dari penggunaan *pay later* yaitu diskon dan *cashback* menjadikan setiap individu semakin sering memanfaatkan transaksi non tunai tersebut terutama pada saat mereka melakukan transaksi secara online. Gaya hidup juga menjadi salah satu alasan individu melakukan *excess spending* (belanja berlebih) yang semakin intens dari waktu ke waktu. Perilaku pembelanjaan berlebih yang terjadi inilah yang juga diprediksi terjadi karena adanya perilaku *bookkeeping account* pada setiap diri individu. *Bookkeeping account* merupakan sebuah perilaku dimana seseorang baik secara sadar atau tidak seringkali membuat akun pada data keuangan mereka. Akun pembukuan ini kurang lebih sama halnya dengan pembukuan/jurnal yang ada pada setiap laporan akuntansi. Masalahnya adalah jika laporan keuangan pada perusahaan telah memiliki pedoman yang pasti berdasarkan PSAK beda halnya dengan akun pembukuan personal yang tidak memiliki pedoman pasti sehingga laporan keuangan yang dibuat akan berbeda dari satu individu dengan individu lainnya. Persepsi *bookkeeping account* dapat dijelaskan dengan beberapa faktor yaitu *framing effect*, *cash flow of personal funds* dan *savings*. Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas maka dapat diambil rumusan masalah di dalam penelitian ini yaitu apakah persepsi *bookkeeping account* mampu meningkatkan *excess spending* terutama dalam kaitannya pembelanjaan pada platform-platform *e-commerce*.

2. Tinjauan Pustaka

2.1. Framing Effect

Teori *framing effect* dalam keuangan perilaku merupakan perilaku bias kognitif dimana seseorang membuat keputusan berdasarkan apakah mereka berada dalam lingkungan yang dapat menghasilkan kerugian ataupun keuntungan, hal inilah yang menjadikan perbedaan persepsi pada pengambilan keputusan

setiap individu. *Framming effect* juga didasarkan pada teori *mental accounting* yang merupakan suatu proses mengidentifikasi, mengkategorikan dan mengevaluasi hasil dalam keuangan perilaku (Haryana, 2017). Tentu saja, dalam hal ini baik pihak individu maupun rumah tangga terlebih dahulu perlu untuk merekam dan meringkas kemudian menganalisis dan melaporkan hasil transaksi dalam pengelolaan keuangannya. Pada dasarnya, mereka melakukannya untuk alasan yang sama yaitu untuk melacak jejak uang yang akan mereka gunakan dan menjaga pengeluaran yang tidak terkontrol. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa “*mental accounting is the set of cognitive operation use by individuals and household to code, categorize and evaluate financial activities*” oleh Thaler (1999) dalam (Haryana, 2017) Hal ini menunjukkan bahwa akuntansi mental adalah serangkaian proses kognitif yang digunakan orang dan rumah tangga untuk mengkode, mengklasifikasikan, dan kemudian melakukan penilaian untuk memantau aktivitas keuangan mereka.

“*Mental accounting is a procedure of keeping accounts of income and expenses, similar to that used by corporations, except in this case, each person is his or her own bookkeeper and the books are kept in the ledgers of one’s mind.*” (Muehlbacher & Kirchler, 2019). Transaksi dapat dinilai secara independen satu sama lain berkat akuntansi mental. Proses pengambilan keputusan akan difasilitasi karena beban kognitif berkurang (Chatelain et al., 2018). Namun, dalam praktik penelitian, seringkali pandangan yang lebih luas tampaknya diambil tentang batas-batas perilaku keuangan aktual dan konsep teoretis lain yang diterapkan dalam literatur manajemen uang menjadi tidak jelas. McNair dan Crozier (2017) memberikan tinjauan komprehensif mengenai disposisi psikologis yang mempengaruhi keputusan ekonomi terutama dalam hal kaitannya dengan belanja berlebih (*excess spending*). Berdasarkan hal tersebut maka dapat dikatakan bahwa *framing effect* diprediksi mampu mempengaruhi *excess spending* maka hipotesis yang dapat diajukan adalah sebagai berikut :

H₁: *Framing Effect* memiliki pengaruh signifikan terhadap *excess spending*

2.2. Cash Flow of Personal Funds

Komponen ini membahas tentang pendapatan individu, yang memerlukan perencanaan dan pengelolaan yang efektif baik jangka pendek maupun jangka panjang. Bagian ini juga akan membahas pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk menggabungkan pendapatan dan pengeluaran, seperti mengenali berbagai jenis pendapatan dan besarnya (seperti komisi, gaji, dan tunjangan), serta pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk menggunakan pendapatan dan sumber daya lainnya baik saat ini maupun di masa mendatang untuk meningkatkan kesejahteraan finansial. Ini termasuk mengevaluasi dampak berbagai rencana pengeluaran dan menentukan prioritas pengeluaran jangka pendek dan jangka panjang. Pemasukan dari pendapatan serta pengeluaran dari hasil pembelanjaan inilah yang dapat dikatakan sebagai *cash flow of personal funds* (aliran dana individu).

Hubungan antara pemasukan dan pengeluaran adalah hubungan yang berbanding lurus, dimana seringkali ketika individu tersebut memiliki pendapatan yang besar pengeluarannya pun cenderung meningkat begitu pula sebaliknya. Hal seperti inilah yang memicu seseorang terjebak pada *hedonism lifestyle* (gaya hidup hedonisme). Penelitian yang diteliti oleh (Shekarsari & Padmanty, 2023) dalam penelitiannya tentang bagaimana hedonisme memengaruhi perilaku konsumen. Sumber utama kekacauan finansial adalah perilaku konsumen. Menurut penelitiannya, perilaku pembelian mahasiswa dipengaruhi secara positif oleh hedonisme. Fakta bahwa begitu banyak anak muda berjuang secara finansial untuk mendukung gaya hidup mereka menjadi pendorong untuk penelitian ini. Remaja sering kali gagal karena gaya hidup yang mendorong kemewahan dan didukung oleh kemajuan modern, terutama dalam hal pengelolaan uang (Simatupang, 2022). *Hedonism lifestyle* yang diterapkan pada kehidupan seseorang nantinya akan berdampak juga pada belanja yang berlebih (*excess spending*). Berdasarkan hal tersebut maka dapat dikatakan bahwa *cash flow of personal funds* diprediksi mampu mempengaruhi *excess spending* maka hipotesis yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

H₂: *Cash flow of personal funds* memiliki pengaruh signifikan terhadap *excess spending*

2.3. Savings

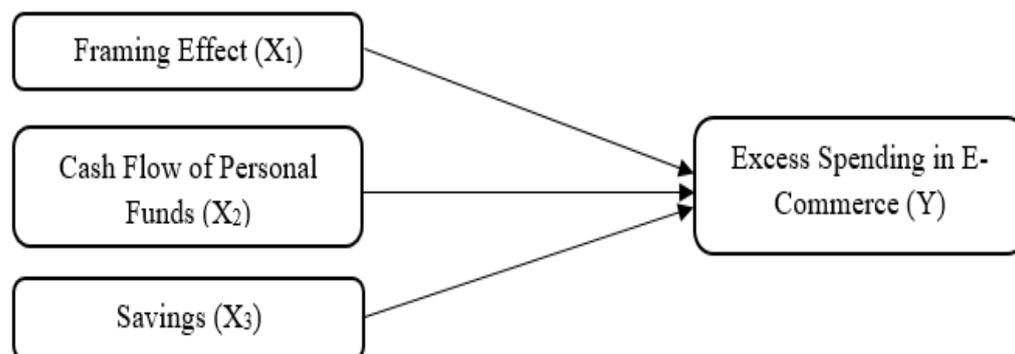
Self-control bertujuan untuk mencegah seseorang dalam pemanfaatan dana yang bersifat *overspending*, dalam hal ini *self control* juga salah satu tindakan yang mampu mengontrol seseorang untuk tidak melakukan belanja berlebih (*excess spending*). Salah satu hal yang dapat diterapkan pada *self control* adalah dimana individu mampu melakukan *savings* (menyimpan sebagian pendapatan mereka). Dengan

melakukan *savings* maka individu dapat berperilaku / bertindak untuk dapat mengendalikan emosi ataupun keinginan (Delisi and Berg (2008) dalam Haryana, 2020). Dengan adanya *self control* yang dimiliki oleh seseorang nantinya akan mampu memandu setiap individu dalam mengarahkan dan mengatur perilakunya sehingga tindakan yang mereka lakukan mampu memberikan implikasi yang positif.

Perilaku seseorang diuji menggunakan teori ekonomi perilaku, pengujian terhadap perilaku individu diuji dikarenakan kebanyakan hasil yang diperoleh memiliki prediksi yang terlalu samar. Hal ini dikarenakan hampir semua pilihan yang diputuskan oleh individu terlihat seperti perilaku yang irrasional sehingga tidak menjadikan keputusan tersebut memiliki solusi yang optimal. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa untuk beberapa individu tidak proporsional dalam hal pengelolaan keuangan yang berkaitan dengan dana untuk masa depan (*future income*) (Coskun et al., 2019). Hal ini dapat dikatakan bahwa seseorang kemungkinan kurang mampu menunda kebutuhan mereka, mereka hanya berfikir mengenai kepuasan yang dapat mereka peroleh demi memenuhi kebutuhan yang mereka inginkan. Dengan pemikiran orientasi jangka panjang maka seseorang mampu mengelola keuangannya baik untuk saat ini maupun di masa yang akan datang. Hipotesis berikut mungkin dibuat berdasarkan hal ini, *Savings* diharapkan memiliki kekuatan untuk mengekang pengeluaran yang berlebihan:

H₃: *Savings* memiliki pengaruh signifikan terhadap *excess spending*

Dengan mengacu pada tinjauan pustaka yang dijelaskan sebelumnya, kerangka konseptual berikut digunakan dalam penelitian ini:



Gambar 1. Kerangka Konseptual

3. Metodologi Penelitian

Populasi dalam riset ini adalah dua kota di Jawa Timur yang dinilai memiliki jumlah penduduk cukup padat yaitu Kota Surabaya dan Kota/Kabupaten Sidoarjo. Teknik *cluster sampling* merupakan metode yang akan dipilih dalam penelitian ini, karena kami memilih wilayah atau area untuk dijadikan sampel penelitian. Pengambilan sampel secara acak akan digunakan dalam pendekatan ini, dan kelompok sampel yang dituju akan memiliki karakteristik tertentu. Meskipun pendekatan ini dapat digunakan untuk berbagai populasi, pendekatan ini bekerja paling baik pada ukuran sampel yang lebih homogen dan lebih kecil (Unaradjan, 2019). Pemilihan sampel penelitian adalah berdasarkan usia, jenis kelamin dan pekerjaan. Peneliti menentukan bahwa riset ini akan terfokus pada wanita (yang dianggap lebih dominan dalam berbelanja) dengan rentang usia 25–45 tahun (usia produktif yang dirasa mempunyai pemikiran paling matang dalam diri seseorang) serta memiliki pekerjaan tetap (PNS, swasta maupun wiraswata atau lain sebagainya yang dianggap cukup mapan).

Data primer, informasi yang digunakan dalam penelitian ini, dikumpulkan dengan meminta orang untuk melengkapi kuesioner yang dibagikan. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang telah dilakukan di dua kota/kabupaten di Jawa Timur yang telah dipilih sebelumnya. Peneliti telah melakukan penyebaran kuesioner sebanyak 120 angket. Dari 120 angket tersebut hanya 95 angket yang kembali dan 8 angket diantaranya tidak dapat dijadikan sampel karena tidak sesuai / tidak memenuhi kriteria penelitian (seperti salah satu contoh kasusnya yaitu responden tidak mengisi dengan lengkap angket yang diberikan). Pada akhirnya peneliti memperoleh 87 sampel yang telah memenuhi kriteria untuk dapat dilakukan penelitian lebih lanjut.

3.1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik wawancara merupakan langkah pertama dalam metodologi pengumpulan data penelitian ini. Peneliti melakukan wawancara singkat dengan menggunakan gaya wawancara tidak terstruktur, artinya tidak ada aturan yang disusun secara metodis yang diikuti. Setelah melakukan interview selanjutnya peneliti akan menggunakan kuesioner secara langsung. Pertanyaan kuesioner dibuat dengan menggunakan teknik skala likert. Responden diminta memilih satu diantara skala likert dengan lima variasi jawaban mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju.

3.2. Variabel Penelitian

Tabel 1. Variabel dan Definisi Operasional

	<i>Variable</i>	<i>Dimention</i>	<i>Indicator</i>
<i>Independent</i>	<i>Framing Effect (X₁)</i>	Fenomena pengambilan keputusan dimana adanya perbedaan reaksi pada setiap individu dalam suatu permasalahan yang relatif sama	<ul style="list-style-type: none">• <i>Mental accounting</i>• <i>Mental budget</i>
	<i>Cash Flow of Personal Funds (X₂)</i>	Pengelolaan keuangan pribadi, pembagian akun debit kredit, realisasi pengelolaan keuangan pribadi. (Shekarsari & Padmantlyo, 2023)	<ul style="list-style-type: none">• <i>Income</i>• <i>Expenditure</i>
	<i>Savings (X₃)</i>	Ketidakstabilan emosi yang mengarah pada perilaku negatif	<ul style="list-style-type: none">• <i>Savings</i>• <i>Self control</i>
<i>Dependent</i>	<i>Excess Spending (Y)</i>	Perilaku seseorang yang cenderung mengarah pada perilaku konsumtif	<ul style="list-style-type: none">• <i>Hedonism life style</i>• <i>Frekuensi of past behavior or habit</i>

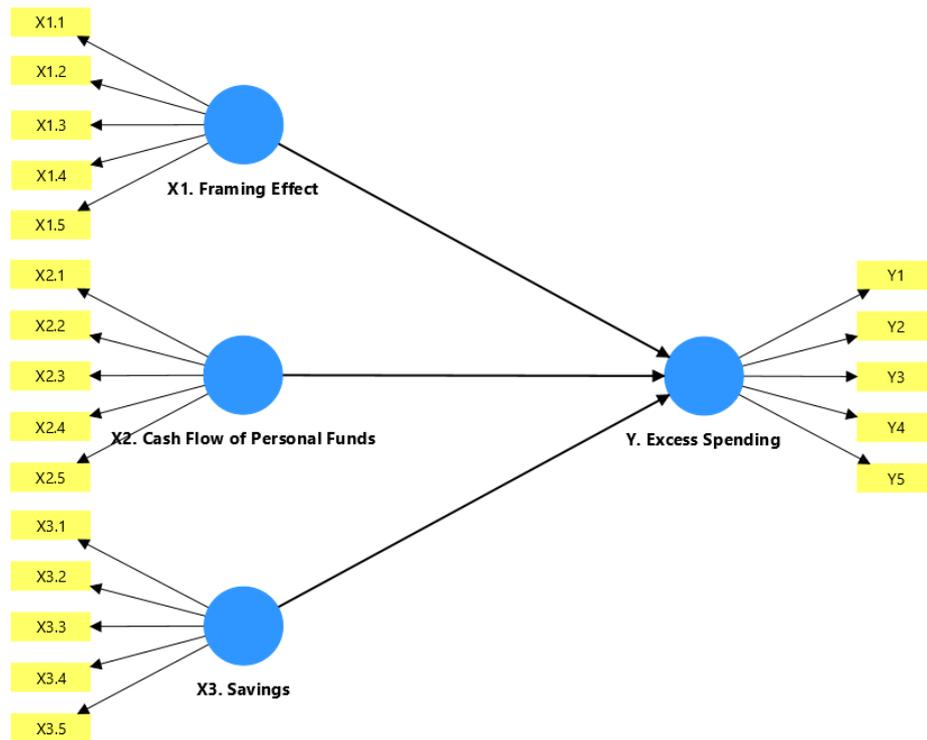
3.3. Teknik Analisis Data

Untuk menjamin ketepatan dan penerapan temuan, data akan diperiksa menggunakan teknik statistik yang dikumpulkan. Untuk memastikan alat penelitian atau kuesioner valid dan dapat dipercaya, uji validitas dan reliabilitas akan dilakukan terlebih dahulu. Validitas diuji melalui EFA atau CFA, yang memungkinkan peneliti untuk memverifikasi bahwa kuesioner secara akurat mengukur konstruk yang dimaksud. Reliabilitas dinilai menggunakan *Cronbach's Alpha* dan CR, dengan nilai di atas 0,70 dianggap dapat diterima untuk memastikan konsistensi internal (Sekaran & Bougie, 2016).

Untuk menganalisis hubungan antar variabel, *Partial Least Squares* (PLS) akan digunakan, terutama karena model tersebut melibatkan variabel laten dan banyak indikator. PLS terdiri dari dua tahap utama: (Inner Model) untuk menguji hipotesis dan memeriksa hubungan antara variabel laten, dan (Outer Model) untuk mengevaluasi indikator validitas dan reliabilitas. Untuk menentukan pentingnya hubungan antara variabel, pengujian hipotesis dilakukan dalam PLS menggunakan pendekatan bootstrapping (Hair et al., 2017; Bryman & Bell, 2015).

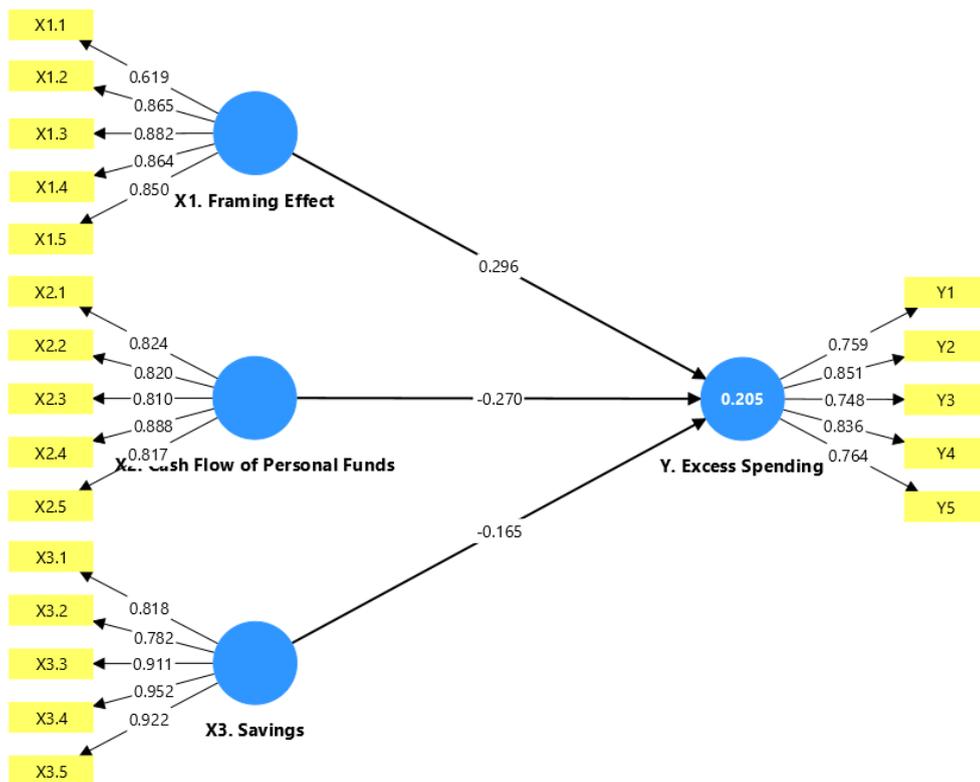
4. Hasil dan Pembahasan

Berikut ini merupakan salah satu rancangan model yang menjelaskan keterkaitan antara variabel dan indikator. Setiap variabel memiliki indikasi yang mengarah ke tanda panah kotak kuning. Berikut ini adalah gambar yang menggambarkan setiap variabel dalam penelitian ini, yaitu variabel *Framing Effect*, *Cash Flow of Personal Funds*, *Savings* dan *Excess Spending* yang diukur dengan masing-masing lima indikator yang dijelaskan pada model perancangan *outer model* berikut ini.



Gambar 2. Outer Model

Aplikasi smartPLS 4.0 menggunakan pendekatan analitik Partial Least Square (PLS) untuk pengujian hipotesis dalam penelitian ini. Model program PLS yang akan diteliti dalam penelitian ini ditunjukkan secara skematis di bawah ini,



Gambar 3. SEM - PLS

Analisa pada model PLS dilakukan melalui tiga tahap yaitu:

a. Analisa outer model

Tujuan analisis model luar adalah untuk memastikan bahwa pengukurannya sesuai untuk digunakan sebagai pengukuran (valid dan dapat dipercaya). Analisa outer model dapat dilihat dari beberapa indikator yaitu diantaranya *Convergent Validity*, *Discriminant Validity*, *Composite Reliability* dan *Cronbach Alpha*.

b. Analisa inner model

Untuk memastikan model struktural yang dibangun andal dan benar, analisis model internal dan analisis model struktural dilakukan. Sejumlah metrik menunjukkan evaluasi model internal, termasuk diantaranya *Coefficient Determination (R-Square)*, *Predictive Relevance (Q-Square)* dan *Goodness of Fit Index (GoF)*

c. Pengujian Hipotesis.

Dengan memeriksa nilai probabilitas dan statistik-t, pengujian hipotesis dapat diselesaikan. Dengan tingkat signifikansi 5% dan alfa 0,05, nilai-p untuk nilai probabilitas lebih rendah dari 0,05. Tingkat alfa 5% menghasilkan nilai t-tabel sebesar 1,96. Statistik-t harus lebih besar dari t-tabel agar hipotesis dapat diterima.

4.1. Pengujian Validitas

Teknik pengujian validitas yang digunakan dalam penelitian ini meliputi pengujian validitas diskriminan dan pengujian validitas konvergen. Nilai outer loading penelitian ini, yang juga dikenal sebagai faktor loading, digunakan dalam pengujian validitas konvergen. Indikator yang masuk dalam kelompok baik dianggap memiliki validitas konvergen jika nilai outer loading-nya lebih tinggi dari 0,7. Berikut ini adalah nilai outer loading untuk setiap indikator dalam variabel penelitian ini.

Tabel 2. Hasil Analisis PLS *Outer Loading*

Variabel	Indikator	Outer Loading
X1 : <i>Framing Effect</i>	X1.1	0.619
	X1.2	0.865
	X1.3	0.882
	X1.4	0.864
	X1.5	0.850
X2 : <i>Cash Flow of Personal Funds</i>	X2.1	0.824
	X2.2	0.820
	X2.3	0.810
	X2.4	0.888
	X2.5	0.817
X3 : <i>Savings</i>	X3.1	0.818
	X3.2	0.782
	X3.3	0.911
	X3.4	0.952
	X3.5	0.922
Y : <i>Excess Spending</i>	Y1	0.759
	Y2	0.851
	Y3	0.748
	Y4	0.836
	Y5	0.764

Berdasarkan pada sajian data di dalam tabel 1 dapat diketahui bahwa keseluruhan indikator variabel baik pada variabel independen maupun variabel dependen telah memiliki nilai *outer loading* lebih dari 0,7. Sedangkan pada pengujian *discriminant validity* nantinya akan menggunakan nilai *average variant extracted* atau biasa disingkat AVE. Suatu indikator dinyatakan dapat memenuhi *discriminant validity* dan dapat dikatakan baik apabila diperoleh nilai AVE lebih besar dari 0,5. Berikut ini disajikan nilai AVE yang diperoleh pada data yang telah dianalisis sebelumnya.

Tabel 3. Nilai *Average Variant Extracted* (AVE)

Variabel	AVE
<i>Framing Effect</i> (X_1)	0.767
<i>Cash Flow of Personal Funds</i> (X_2)	0.693
<i>Savings</i> (X_3)	0.773
<i>Excess Spending</i> (Y)	0.629

Nilai *Average Variant Extracted* (AVE) untuk setiap variabel, baik independen maupun dependen, lebih dari 0,5, sebagaimana dapat dilihat dari penyajian data yang tersedia pada tabel data. Setiap variabel memiliki validitas diskriminan yang baik. Berdasarkan hasil pengujian validitas diskriminan dan konvergen, semua indikator dalam penelitian ini dianggap valid atau bermanfaat karena memenuhi persyaratan validitas.

4.2. Pengujian Reliabilitas

Pada pengujian sebelumnya telah terbukti bahwa indikator-indikator dalam riset ini adalah valid maka pengujian selanjutnya adalah membuktikan apakah variabel-variabel tersebut reliabel. Salah satu metrik untuk mengevaluasi ketergantungan indikator terhadap variabel adalah reliabilitas komposit. Seseorang dapat mengatakan bahwa suatu variabel memenuhi reliabilitas komposit jika nilai reliabilitas kompositnya lebih besar dari 0,6. Setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai reliabilitas komposit berikut.

Tabel 4. Hasil Analisis PLS *Composite Reliability*

Variabel	<i>Composite Reliability</i>
<i>Framing Effect</i> (X_1)	0.911
<i>Cash Flow of Personal Funds</i> (X_2)	0.918
<i>Savings</i> (X_3)	0.944
<i>Excess Spending</i> (Y)	0.894

Dari tampilan data pada tabel di atas terlihat bahwa nilai *Composite Reliability* untuk semua variabel dalam penelitian ini lebih besar dari 0,6. Berdasarkan hasil ini, setiap variabel memenuhi dependensi komposit. Selain itu, nilai alpha Cronbach dapat digunakan untuk memperkuat uji reliabilitas. Bila nilai alpha Cronbach suatu variabel melebihi 0,7, variabel tersebut dapat dianggap dependen atau menunjukkan alpha Cronbach. Berikut ini adalah nilai alpha Cronbach untuk setiap variabel penelitian.

Tabel 5. Hasil Analisis PLS *Cronbach Alpha*

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>
<i>Framing Effect</i> (X_1)	0.880
<i>Cash Flow of Personal Funds</i> (X_2)	0.890
<i>Savings</i> (X_3)	0.930
<i>Excess Spending</i> (Y)	0.852

Dari tampilan data pada tabel di atas terlihat bahwa setiap variabel dalam penelitian ini memiliki nilai alpha Cronbach lebih tinggi dari 0,7. Temuan ini menunjukkan bahwa setiap variabel dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria nilai alpha Cronbach. Semua variabel memiliki tingkat ketergantungan yang tinggi, menurut temuan analisis.

4.3. Evaluasi *Inner Model*

Untuk menunjukkan sejauh mana variabel independen memengaruhi variabel dependen, koefisien jalur evaluasi digunakan. Dengan menggunakan koefisien determinasi (R-Square), yang mengukur sejauh mana variabel endogen dipengaruhi oleh faktor lain, koefisien jalur dievaluasi. Pemrosesan data menggunakan program smartPLS 4.0 menghasilkan skor R-Square sebesar 0,245. Menurut Chin (2010), nilai R² masuk dalam kelompok lemah jika berada di antara 0,19 dan 0,33. Nilai tersebut menjelaskan bahwa hanya variabel independen di dalam penelitian ini yang diantaranya *framing effect*, *cash flow of personal funds* dan *savings* yang mampu menjelaskan mengenai *excess spending* sebesar 24,5%.

4.4. Pembahasan dan Pengujian Hipotesis

Dalam pengujian hipotesis dengan perangkat lunak Smart PLS, bootstrapping dilakukan terlebih dahulu. Pada akhirnya, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini akan dijawab berdasarkan hasil bootstrapping. Dalam penelitian ini, hipotesis diuji menggunakan T-Statistics dan P-Values. Hipotesis penelitian dapat dianggap dapat diterima jika P-Values kurang dari 0,05 atau nilai T-Statistics lebih dari 1,96. Hal ini karena penelitian ini menggunakan nilai alpha atau tingkat signifikansi 5% atau 0,05. Berikut adalah hasil *bootstrapping* pada skema PLS di dalam penelitian ini.

Pada penelitian ini yang akan diuji adalah pengaruh langsung variabel dependen terhadap variabel independen. Pengujian pengaruh langsung dapat diperoleh melalui nilai *path coefficient*. Koefisien jalur (*path coefficient*) yang diperoleh dari hasil pengolahan data dengan menggunakan software PLS 4 adalah sebagai berikut.

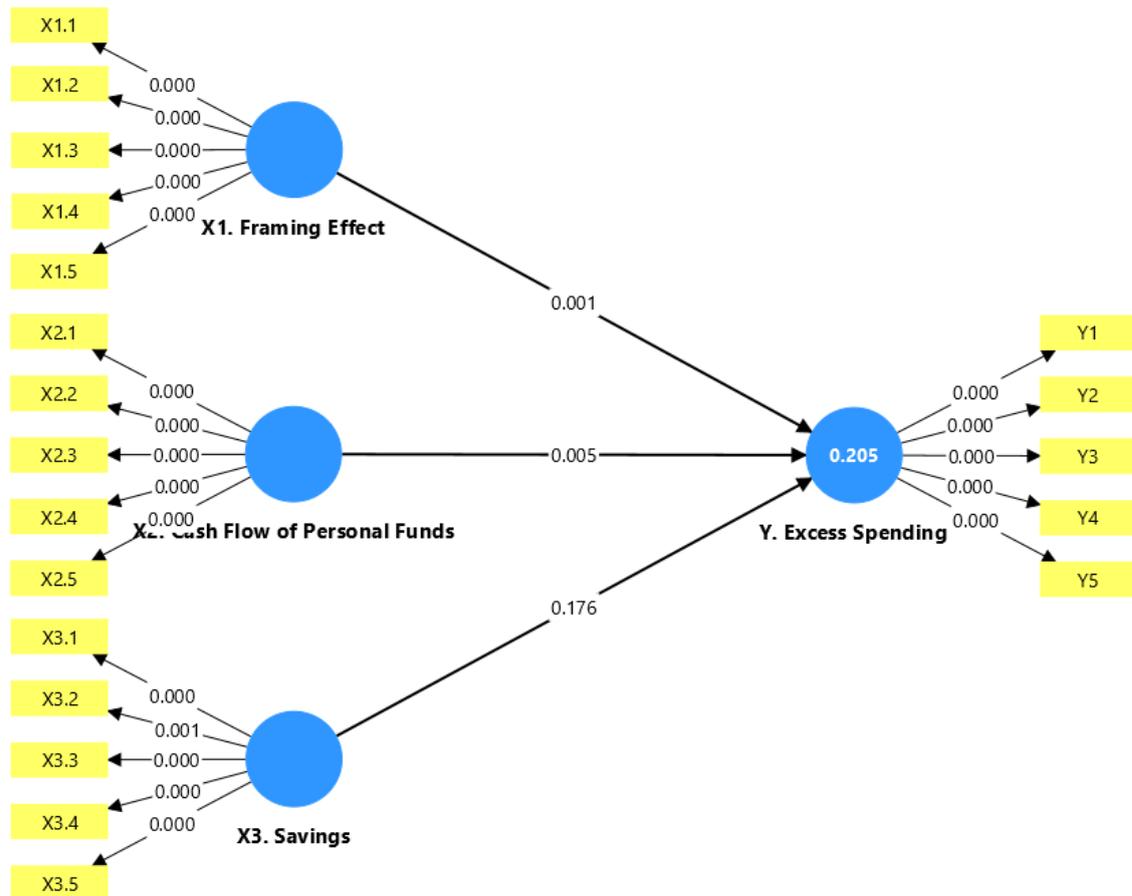
Tabel 5 menunjukkan bahwa, pada tingkat signifikansi 5%, H1 dan H2 dapat diterima, tetapi H3, salah satu dari tiga hipotesis, ditolak. Temuan pengujian hipotesis memungkinkan dilakukannya deduksi berikut:

Framing Effect* berpengaruh terhadap *Excess Spending

Tabel 5 menunjukkan bahwa diketahui nilai *T-Statistics* sebesar 3.278 dan *P-Value* sebesar 0.001 yang berarti bahwa (*t-statistics*) $3.278 > 1.96$ (t-tabel) dan (*p-value*) $0.001 < 0.05$ (α). Maka, dapat disimpulkan bahwa H₁ Diterima sehingga variabel *framing effect* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *excess spending*. *Framing effect* yang diukur dengan menggunakan indikator *mental accounting* dan *mental budget* menunjukkan bahwa sikap irrasional yang timbul dari diri individu mampu meningkatkan perilaku dalam pembelanjaan berlebih (*excess spending*). Penelitian yang ditulis (Hamilton-Hankins, 2020) menyimpulkan bahwa jika *framing effect* dinilai secara keseluruhan maka tidak mampu menyebabkan *Excess Spending*. Akan tetapi pada penelitian terdahulu lainnya (Choe, 2021; Haryana, 2017; Muchammad, 2023) menyatakan bahwa baik *mental accounting* maupun *mental budgeting* mampu meningkatkan sikap *overspending*, dimana hal tersebut mendukung hasil riset ini. Sikap *overspending* yang cenderung irrasional semacam inilah yang seringkali menimbulkan perilaku berulang. (Chatelain et al., 2018) menyatakan bahwa terdapat efek positif dalam meningkatkan kemungkinan yang menunjukkan perilaku berikutnya dan didorong oleh kesamaan perilaku.

Cash Flow of Personal Funds* berpengaruh terhadap *Excess Spending

Tabel 5 menunjukkan bahwa diketahui nilai *T-Statistics* sebesar 2.837 dan *P-Value* sebesar 0.005 yang berarti bahwa (*t-statistics*) $2.837 > 1.96$ (t-tabel) dan (*p-value*) $0.005 < 0.05$ (α). Maka, dapat disimpulkan bahwa H₂ Diterima sehingga variabel *cash flow of personal funds* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *excess spending*. *Cash flow of personal funds* yang diukur dengan menggunakan indikator *income* (pendapatan) dan *expenditure* (pengeluaran) menunjukkan bahwa aliran dana yang dimiliki oleh setiap individu mampu meningkatkan perilaku dalam pembelanjaan berlebih (*excess spending*). Hal ini juga didukung oleh beberapa penelitian terdahulu (Coskun et al., 2019; Shekarsari & Padmantlyo, 2023) yang mengungkapkan bahwa pengetahuan tentang *financial literacy* yang berkaitan dengan pembukuan akuntansi yang melibatkan debit kredit atau pemasukan pengeluaran nyatanya mampu mempengaruhi sikap individu dalam berperilaku irrasional, salah satu contohnya adalah pembelanjaan berlebih pada saat melakukan online shopping. Meskipun ada beberapa penelitian yang mendukung hasil analisis ini akan tetapi berdasarkan penelitian (Nurbaeti et al., 2019) Kenyataannya, hal itu menunjukkan bahwa pengendalian perilaku, standar subjektif, dan sikap individu tidak terpengaruh oleh pengetahuan akuntansi atau keuangan.



Gambar 4. Bootstrapping SEM – PLS Model

Savings tidak berpengaruh terhadap Excess Spending

Tabel 5 menunjukkan bahwa diketahui nilai *T-Statistics* sebesar 1.355 dan *P-Value* sebesar 0.176 yang berarti bahwa (*t-statistics*) $1.355 < 1.96$ (*t-tabel*) dan (*p-value*) $0.176 > 0.05$ (α). Maka, dapat disimpulkan bahwa H_3 Ditolak sehingga variabel *savings* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *excess spending*. *Savings* yang diukur dengan menggunakan indikator *savings* (simpanan) dan *self control* (pengendalian diri) menunjukkan bahwa indikator tersebut tidak mampu mendukung perilaku dalam mbelanjaan berlebih (*excess spending*). *Self control* nyatanya belum mampu mengendalikan diri seseorang terutama dalam hal pembelanjaan. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor yaitu salah satunya individu cenderung keliru dalam pengelolaan simpanan mereka, dimana seharusnya mereka melakukan simpanan ketika memperoleh pendapatan bukan pada saat terdapat sisa dari pendapatan yang mereka terima. Hal ini didukung oleh beberapa penelitian terdahulu (Ayudya & Wibowo, 2018; Haryana, 2020) dimana penelitian tersebut mengungkapkan bahwa terdapat pengaruh negative signifikan *self control* terhadap pembelanjaan konsumtif.

Tabel 5. Path Coefficients (Hasil Analisa SEM - PLS)

Path coefficients - Mean, STDEV, T values, p values						
	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values	
X1. Framing Effect -> Y. Excess Spending	0.296	0.308	0.090	3.278	0.001	
X2. Cash Flow of Personal Funds -> Y. Excess Spending	-0.270	-0.284	0.095	2.837	0.005	
X3. Savings -> Y. Excess Spending	-0.165	-0.172	0.122	1.355	0.176	

5. Penutup

5.1. Kesimpulan

Hasil riset membuktikan bahwa *framing effect* dan *cash flow of personal funds* dapat mempengaruhi perilaku seseorang untuk menjadi konsumtif / belanja berlebih (*excess spending*). Sedangkan *savings* belum mampu membuktikan bahwa variabel tersebut mempengaruhi perilaku seseorang dalam melakukan belanja berlebih (*excess spending*). Hal ini dapat dikatakan bahwa perilaku belanja berlebih terutama ketika berbelanja online melalui berbagai platform *e-commerce* dipengaruhi oleh perilaku irrasional individu serta pengelolaan keuangan (*cash flow*) yang dirasa kurang tepat. Individu cenderung melakukan pengeluaran melebihi apa yang telah direncanakan/dibukukan sebelumnya, hal inilah yang menjadikan secara tidak sadar mereka berperilaku irrasional. *Savings* (simpanan) baik jangka panjang maupun jangka pendek tidak mampu mempengaruhi belanja berlebih dikarenakan sebagian besar responden selalu menyimpan sebagian pendapatan mereka di awal bulan (di awal saat mereka memperoleh pendapatan/gaji) dan sebagian besar juga setuju bahwa dana yang telah disimpan tidak bisa dipergunakan untuk keperluan lainnya selain investasi.

Kenyataannya, upaya seseorang untuk mempertahankan perilaku tersebut terkait dengan kemampuan mereka untuk memengaruhi pembelian konsumen. Secara khusus, perilaku keuangan umum sangat dipengaruhi oleh pembelian produk dan layanan secara daring. Jika seseorang melakukan pembelanjaan yang bersifat konsumtif / berlebih (*excess spending*) dimana individu tersebut membelanjakan sesuatu diluar kemampuannya maka artinya hal tersebut dapat menyebabkan terjadinya pengeluaran yang relatif banyak atau tidak sesuai dengan rencana pembukuan yang mereka rencanakan sebelumnya. Dengan demikian, perilaku seperti inilah yang akan memiliki akibat dimana nantinya dapat merugikan kesejahteraan keuangan individu atau rumah tangga (bagi individu yang telah berkeluarga. Jika tidak diimbangi dengan pengendalian diri yang baik maka individu tersebut akan cenderung berperilaku irrasional yang akan mengakibatkan individu tersebut selain berperilaku overspending tetapi juga akan terjebak pada *hedonism lifestyle*.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Riset ini hanya berfokus pada sampel penelitian dengan jenis kelamin perempuan sehingga dapat dilakukan penelitian lebih lanjut menggunakan sampel penelitian dengan respon laki-laki dan nantinya bisa dilakukan perbandingan manakah yang lebih dominan dalam hal melakukan belanja berlebih (*excess spending*) yang mengarah pada perilaku irrasional. Selain itu, riset ini juga hanya dilakukan pada dua kota besar di Jawa Timur yakni Surabaya dan Sidoarjo sehingga penelitian ini juga dapat diperluas wilayah/area nya di seluruh kota/kabupaten di Jawa Timur, dimana nantinya dapat diperoleh hasil yang lebih akurat. Dikarenakan hanya sebesar 24,5% yang mampu menjelaskan bahwa variabel independen di dalam penelitian ini yaitu *framing effect*, *cash flow of personal funds* dan *savings* yang mampu menjelaskan mengenai *excess spending* maka nantinya diharapkan pada penelitian selanjutnya ditambahkan variabel lainnya yang mendukung riset ini.

Daftar Pustaka

- Ayudya, A. C., & Wibowo, A. (2018). The Intention To Use E-Money Using Theory of Planned Behavior And Locus of Control. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 22(2), 335–349.
- Chatelain, G., Hille, S. L., Sander, D., Patel, M., Hahnel, U. J. J., & Brosch, T. (2018). Feel Good, Stay Green: Positive Affect Promotes Pro-Environmental Behaviors And Mitigates Compensatory “Mental Bookkeeping” Effects. *Journal of Environmental Psychology*, 56, 3–11.
- Choe, Y. (2021). *Essays on Mental Budgeting and Consumer Spending Behavior*.
- Coskun, A., Sahin, M. A., & Zengin, A. (2019). Financial Literacy in Turkey: A Field Study To Touch Base With The OECD. *International Journal of Research in Business and Social Science (2147-4478)*, 8(3), 1–16.
- Hamilton-Hankins, T. (2020). *The Effect of Framing and Intervention on Potential Purchases Made When Shopping*.
- Haryana, R. D. T. (2017). Pengaruh Mental Accounting Dan Psychological Factors Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Penggunaan Kartu Kredit. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Akuntansi*, 2(3), 19-Halaman.

-
- Haryana, R. D. T. (2020). Pengaruh Life Style, Self Control Dan Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Melakukan Online Shopping. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 16(1), 29. <https://doi.org/10.30742/equilibrium.v16i1.805>
- Haryana, R. D. T., SE, M. A., Novianti, R., & KM, S. (2020). *Monograf Fenomena Cashless Society Di Era Ekonomi Digital*. Cipta Media Nusantara (CMN).
- Lestari, D. (2019). Measuring e-commerce Adoption Behaviour Among Gen-Z in Jakarta, Indonesia. *Economic Analysis and Policy*, 64, 103–115.
- Muchammad, A. Z. (2023). *The Effect of Buy Now Pay Later on The Overspending and Overconsumption of Users in E-commerce Settings*. Universitas Gadjah Mada.
- Muehlbacher, S., & Kirchler, E. (2019). Individual differences in mental accounting. *Frontiers in Psychology*, 10, 2866.
- Nurbaeti, I., Mulyati, S., & Sugiharto, B. (2019). The Effect of Financial Literacy And Accounting Literacy To Entrepreneurial Intention Using Theory of Planned Behavior Model In STIE Sutaatmadja Accounting Students. *JASS (Journal of Accounting for Sustainable Society)*, 1(01), 1.
- Pratika, Y., Salahudin, S., Riyanto, D. W. U., & Ambarwati, T. (2021). Analysis of Pay Later Payment System On Online Shopping In Indonesia. *Journal of Economics, Business, & Accountancy Ventura*, 23(3), 329–339.
- Shekarsari, A. Q., & Padmanty, S. (2023). Hedonistic Lifestyle And Financial Distress: The Role of Religiosity. *I-Finance: A Research Journal on Islamic Finance*, 9(2), 183–198.
- Shih, H.-M., Chen, B. H., Chen, M.-H., Wang, C.-H., & Wang, L.-F. (2022). A Study Of The Financial Behavior Based On The Theory of Planned Behavior. *International Journal of Marketing Studies*, 14(2), 1.
- Simatupang, N. S. (2022). *Analisis Pengaruh Transaksi Nontunai Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Pada Mahasiswa FEBI IAIN Padangsidimpuan)*. IAIN Padangsidimpuan.
- Solihat, M., & Sandika, D. (2022). E-commerce di Industri 4.0. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 16(2), 273–281.
- Unaradjan, D. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Penerbit Unika Atma Jaya Jakarta.