



**MENYELAMI MENTAL ACCOUNTING PENGGEMAR K-POP
BERBASIS GENDER**

*diajukan untuk memenuhi sebagai persyaratan memperoleh gelar Sarjana pada
Program Studi S1 Akuntansi*

SKRIPSI

Oleh:

Zainatul Qodriyati

200810301129

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN
TEKNOLOGI**

UNIVERSITAS JEMBER

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI

JEMBER

2023

PERSEMBAHAN

Dengan mengucap rasa syukur kepada Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa karena telah memberikan kesehatan dan kelancaran selama mengemban pendidikan di perguruan tinggi ini. Skripsi ini saya persembahkan untuk semua orang yang selalu mendukung dan mendoakan semua proses dan pilihan yang saya alami dan lakukan selama ini, yaitu:

1. Keluarga tercinta yang selalu memberikan dukungan positif dan doa kepada saya sehingga saya bisa dapat menjalani dan sampai tahap menyelesaikan pendidikan sarjana di Universitas Jember ini dengan baik dan lancar.
2. Almamater tempat saya menjalankan studi, semoga terus berkembang dan menjadi perguruan tinggi yang semakin baik dan maju.
3. Dosen-dosen yang telah memberikan ilmu, wawasan dan pengalamannya yang berharga selama proses pendidikan yang saya tempuh di perguruan tinggi ini.
4. Sahabat-sahabat yang selalu mendukung secara emosional selama proses menjalankan pendidikan.

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”
(Q.S. Al Baqarah, 2:286)

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”
(Q.S. Al Insyirah, 94: 6)

“Everything becomes a bad thing when you think negative. When you think
positive, it become better.”
(Kim Seokjin of BTS)

“If you want to love others, you should love yourself first, and you have come to
love yourself for who you are, who you were, and who you hope to become”
(BTS)

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Zainatul Qodriyati

NIM : 200810301129

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul “Menyelami *Mental Accounting* Penggemar K-Pop Berbasis *Gender*” adalah benar-benar hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, dan bukan karya jiplakan, serta tidak pernah diajukan pada institusi manapun. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapatkan sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 14 Januari 2024

Penulis

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi berjudul *Menyelami Mental Accounting Penggemar K-Pop Berbasis Gender* telah diuji dan disetujui oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember pada:

Hari : Senin

Tanggal : 18 Maret 2024

Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember

Pembimbing

Tanda Tangan

1. Pembimbing Utama

Nama : Dr. Whedy Prasetyo, S.E., M.SA., Ak

NIP : 197705232008011012 (.....)

2. Pembimbing Anggota

Nama : Dr. Nining Ika Wahyuni, S.E., M.Sc., Ak

NIP : 198306242006042001 (.....)

Penguji

1. Penguji Utama

Nama : Taufik Kurrohman, S.E., M.SA., Ak.

Ph.D

NIP : 198207232005011002 (.....)

2. Penguji Anggota

Nama : Moch. Shulthoni, S.E., M.SA

NIP : 198007072015041002 (.....)

Zainatul Qodriyati

Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jember

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis *mental accounting* penggemar k-pop yang didasarkan pada gender. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif fenomenologi. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dan observasi kepada informan yang memenuhi kriteria yang sudah ditetapkan, yang dalam penelitian ini terdiri dari 4 orang, dengan 2 laki-laki dan 2 perempuan sebagai informan. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa *mental accounting* telah diterapkan dengan baik oleh penggemar, pada setiap tahapannya. Perbedaan yang terlihat untuk penggemar laki-laki dan perempuan terletak pada proses pencatatan yang dilakukan.

Kata Kunci: *Mental Accounting*, Penggemar K-Pop, Gender.

Zainatul Qodriyati

Accounting Department, Economy and Business Faculty, University of Jember

ABSTRACT

This research aims to find out and analyze the mental accounting of k-pop fans based on gender. The type of research used in this study is phenomenological qualitative research. The data collection techniques used in this research are interviews and observations to informants who meet the predetermined criteria, which in this study consisted of 4 people, with 2 men and 2 women as informants. The results of this research show that mental accounting has been applied well by fans, at each stage. The difference seen for male and female fans lies in the recording process carried out.

Keywords: Mental Accounting, K-Pop Fans, Gender.

RINGKASAN

Menyelami Mental Accounting Penggemar K-Pop Berbasis Gender;
Zainatul Qodriyati; 200810301129; 33 halaman; Jurusan Akuntansi; Fakultas
Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jember

Cepatnya informasi menyebabkan adanya perubahan pada segala aspek yang ada (Adha, 2020). Perubahan juga terjadi dalam aspek budaya. Budaya negara lain yang masuk dan menyebar diseluruh dunia termasuk Indonesia adalah budaya Korea Selatan. Penyebaran ini disebut dengan istilah *Korean Hallyu* (Oktaviani et al., 2021). Salah satu artis Korea Selatan yang memiliki fandom terbesar adalah BTS dengan nama fandom Army. Army rela menyisihkan sebagian keuangan mereka untuk membeli album atau segala sesuatu yang berkaitan dengan bintang idolanya (Kartikasari et al., 2022). Army tidak hanya berasal dari kaum perempuan saja, tetapi juga kaum laki-laki. *Mental accounting* sendiri adalah rangkaian operasi kognitif yang digunakan oleh individu dalam mengkode, membuat kategori dan mengevaluasi aktivitas finansialnya, yang juga didasarkan pada aspek ekonomi makro (Thaler, 1999). Gender sendiri juga menjadi salah satu faktor yang menyebabkan seorang individu dalam menjalankan aktivitas finansialnya (Sari et al., 2020).

Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif fenomenologi. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dan observasi pada informan yang sudah memenuhi kriteria yang ditentukan oleh peneliti. Data yang sudah didapatkan dianalisis lebih lanjut dan melakukan *trustworthiness* dengan wawancara kembali untuk uji keabsahan dalam penelitian ini.

Hasil yang didapatkan dari penelitian ini adalah *mental accounting* telah diterapkan dengan baik oleh Army sesuai dengan tahapan yang ada, mulai tahap *organize, make decision* sampai *evaluate*. *Framing effect* sendiri yang dialami oleh Army adalah saat mereka dihadapkan pada keputusan membeli atau tidak album atau hal lainnya yang berkaitan dengan BTS. Perbedaan yang terlihat dalam *mental accounting* yang dihubungkan dengan gender dalam aktivitas finansial adalah saat proses pencatatan, dimana perempuan lebih teliti dari laki-laki.

SUMMARY

Dive into the Mental Accounting of K-Pop Fans Based on Gender;
Zainatul Qodriyati; 200810301129; 33 pages; Accounting major; Faculty of
Economics and Business, University of Jember

The speed of information causes changes in all aspects (Adha, 2020). Changes also occur in the cultural aspect. The culture of other countries that has entered and spread throughout the world, including Indonesia, is South Korean culture. This spread is called Korean Hallyu (Oktaviani et al., 2021). One of the South Korean artists who has the largest fandom is BTS with the name Army. Army is willing to set aside some of their finances to buy albums or everything related to their idol stars (Kartikasari et al., 2021). Army does not only come from women, but also men. Mental accounting itself is a series of cognitive operations used by individuals in coding, categorizing and evacuating their financial activities, which are also based on macroeconomic aspects (Thaler, 1999). Gender itself is also one of the factors that cause an individual to carry out their financial activities (Sari et al., 2020).

The type of research used is qualitative phenomenology. The data collection techniques used in this research are interviews and observations of informants who have met the criteria determined by the researcher. The data that has been obtained is further analyzed and trustworthiness is carried out by re-interviewing for validity testing in this research.

The results obtained from this research are that mental accounting has been applied well by the Army in accordance with the existing stages, from the organize, make decision to evaluate stages. The framing effect itself experienced by the Army is when they are faced with the decision to buy or not an album or other things related to BTS. The difference seen in mental accounting associated with gender in financial activities is during the recording process, where women are more careful than men.

PRAKATA

Bismillahirrahmanirrahim. Segala puji dan Syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT. Shalawat serta salam penulis limpahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW karena atas pertolongan dan karunianya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Menyelami Mental Accounting Penggemar Kpop Berbasis Gender”. Penelitian ini diajukan guna memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan program studi strata 1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

Selama penyusunan skripsi dan masa penelitian, penulis tidak terlepas dari adanya berbagai macam hambatan. Namun hambatan tersebut dapat teratasi dengan baik berkat dukungan, bantuan dan pengarahan dari berbagai pihak sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan lancar. Dengan kerendahan hati penulis ucapkan rasa terima kasih yang tidak terhingga kepada:

1. Bapak Dr. Iwan Taruna, M.Eng. IPM selaku Rektor Universitas Jember;
2. Ibu Prof. Dr. Isti Fadah, M.Si, CRA., CMA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember beserta Wakil Dekan 1, Wakil Dekan 2 dan Wakil Dekan 3 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember;
3. Ibu Dr. Yosefa Sayekti, S.E., M.Com., Ak selaku Kepala Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember;
4. Bapak Dr. Agung Budi Sulistiyo, S.E., M.Si., Ak, CA selaku Kepala Program Studi S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember;
5. Bapak Dr. Whedy Prasetyo, S.E., M.SA., Ak selaku Dosen Pembimbing Utama yang senantiasa sabar dan memberikan semangat dalam membimbing penulis selama proses pengerjaan skripsi ini. Terimakasih banyak atas ilmu, rekomendasi, arahan penelitian dan waktu yang telah diberikan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik;

6. Ibu Dr. Nining Ika Wahyuni, S.E., M.Sc., Ak selaku Dosen Pembimbing Anggota yang telah memberikan bimbingan dan masukan serta segala bantuan kepada penulis selama proses penelitian ini;
7. Ibu Dr. Ririn Irmadaryani, M.Si, Ak selaku Dosen Pembimbing Akademik yang senantiasa memberikan pengarahan dengan baik selama menjalani proses perkuliahan;
8. Bapak Taufik Kurrohman, S.E., M.SA., Ak dan Bapak Moch. Shulthoni, S.E., M.SA selaku Dosen Penguji dalam seminar dan sidang skripsi penulis;
9. Seluruh Dosen dan Staf Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan pengetahuan dan pengalaman serta bantuan administrasi guna lancarnya proses pengerjaan skripsi ini;
10. Kedua orang tua penulis Bapak Nur Hadi dan Ibu Nur Hayati yang telah memberikan kasih sayang dan dukungan secara moril maupun materil. Terimakasih banyak karena tidak pernah lelah menjadi sandaran, doa dan selalu ada untuk penulis;
11. Saudara kandung perempuan saya yang selalu memberikan semangat dan doa kepada penulis selama proses pengerjaan skripsi ini;
12. Teman-teman penulis mulai SD sampai dengan teman seangkatan S1 Akuntansi 2020. Terimakasih untuk dukungan, doa dan motivasinya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik;
13. Para informan yang telah bersedia menjadi informan bagi penelitian penulis sehingga penulisan skripsi ini bisa lengkap dan selesai;
14. Semua pihak yang sudah membantu selama proses pengerjaan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu, semoga kebaikan semua pihak dibalas dengan balasan yang luar biasa oleh Tuhan Yang Maha Esa. Dalam penyusunan skripsi penulis menyadari masih terdapat kekurangan mengingat keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang penulis miliki. Penulis berharap semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi segala pihak.

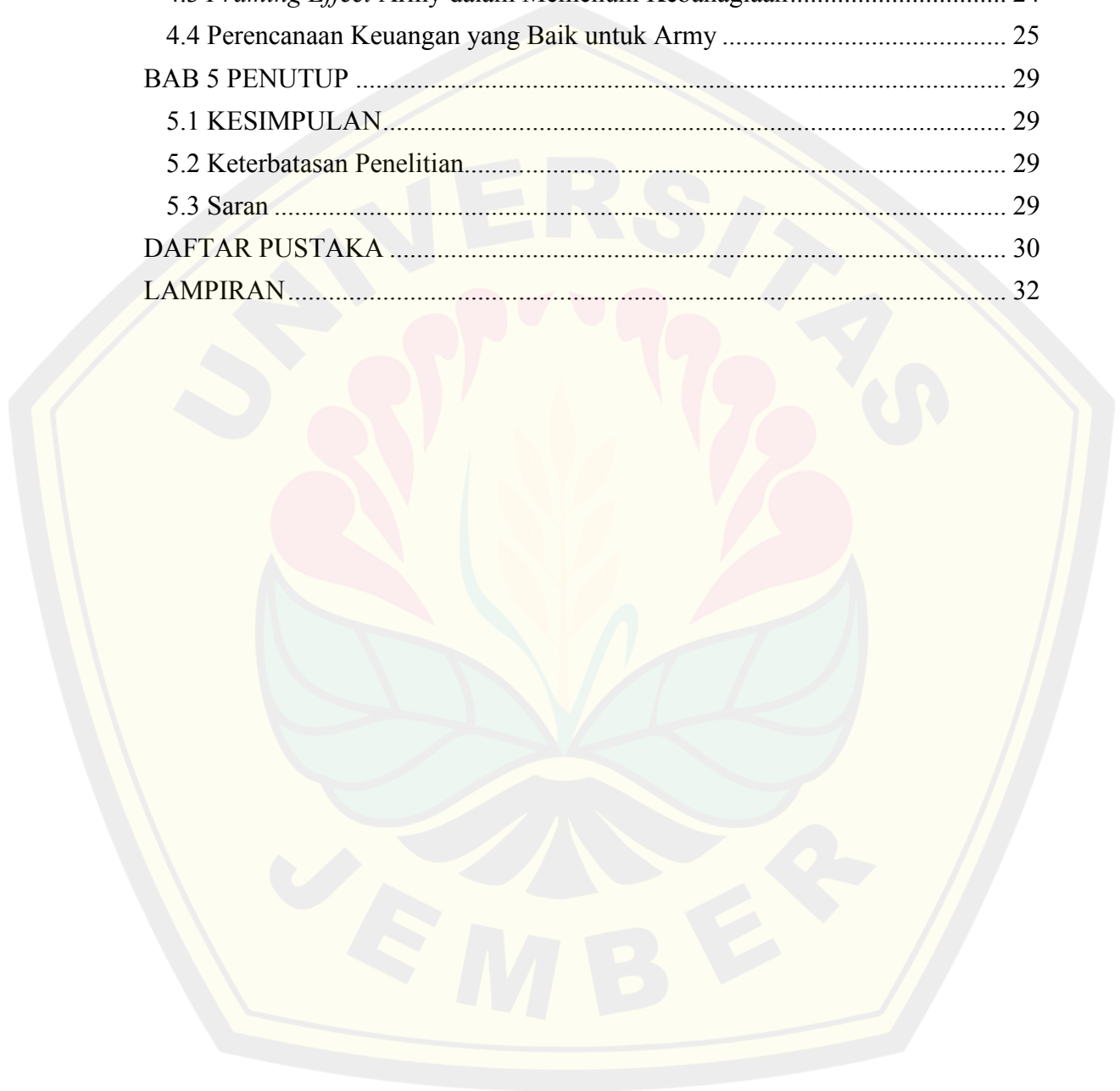
Jember, 14 Januari 2024

Penulis

DAFTAR ISI

PERSEMBAHAN	ii
MOTTO	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
HALAMAN PERSETUJUAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
RINGKASAN	viii
SUMMARY	ix
PRAKATA	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Manfaat Teoritis	4
1.4.2 Manfaat Praktis	4
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA	5
2.1 <i>Mental Accounting</i>	5
2.2 <i>Financial Planning</i>	6
2.3 Konsep <i>Gender</i>	8
2.5 Penelitian Terdahulu	9
BAB 3 METODE PENELITIAN	12
3.1 Jenis Penelitian	12
3.2 Waktu, Lokasi dan Objek Penelitian	12
3.3 Sumber Data	13
3.4 Teknik Pengumpulan Data	13
3.5 Teknik Analisis Data	14
3.6 Metode Uji Keabsahan Data	15

3.7 Kerangka Pemecahan Masalah	16
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	17
4.1 Hasil Penelitian	17
4.1.1 Gambaran Singkat Objek Penelitian	17
4.2 <i>Mental Accounting</i> dan Penggemar K-pop Army.....	20
4.3 <i>Framing Effect</i> Army dalam Memenuhi Kebahagiaan.....	24
4.4 Perencanaan Keuangan yang Baik untuk Army	25
BAB 5 PENUTUP	29
5.1 KESIMPULAN.....	29
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	29
5.3 Saran	29
DAFTAR PUSTAKA	30
LAMPIRAN.....	32



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	9
Tabel 2 Profil Subjek Penelitian	18



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Pemecahan Masalah 16



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Premierly Interview untuk Informan	32
Lampiran 2 Daftar Pertanyaan Wawancara untuk Informan	33
Lampiran 3 Hasil Wawancara dengan Informan	33
Lampiran 4 Dokumentasi Wawancara	40



BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Mental Accounting pertama kali diperkenalkan oleh Richard Thaler pada tahun 1985 sebagai salah satu model perilaku konsumen yang dikembangkan berdasarkan aspek psikologi dan ekonomi makro (Thaler, 1999). Dalam pikiran manusia terdapat proses akuntansi seperti yang dilakukan dalam perusahaan yang meliputi pembukuan sampai dengan tahap evaluasi pengambilan keputusan dalam melakukan konsumsi (Rospitadewi et al., 2017). Dalam proses pemikiran ini, *mental accounting* mampu meringkas, mencatat, dan menganalisis serta melaporkan transaksi atau kejadian finansial untuk menelusuri aliran uang dan pengendalian pengeluaran yang dilakukan oleh seorang individu. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dari itu *mental accounting* menganggap manusia akan memiliki pengeluaran yang dianggap sebagai suatu pengalaman yang perlu untuk dievaluasi.

Mental accounting juga menjadi salah satu bagian dari pengelolaan atau perencanaan keuangan yang sangatlah penting bagi semua kalangan (Yulfiswandi et al., 2023). Perencanaan keuangan juga menjadi salah satu hal yang spesifik yang pasti dimiliki oleh setiap manusia di dalam masing-masing individu, di dalam alam bawah sadarnya, dalam proses melakukan perencanaan keuangan (Saraswati et al., 2021). *Mental accounting* inilah yang menjadi salah satu hal yang berperan penting terhadap perkembangan pola pikir manusia terhadap perencanaan keuangan baik di masa sekarang maupun masa akan datang.

Cepatnya informasi yang diterima menyebabkan adanya perubahan pada segala aspek dan hal yang ada (Adha, 2020). Perubahan ini tidak hanya terjadi pada bidang ekonomi saja, tetapi juga pada semua bidang yang ada, termasuk dalam hal budaya. Banyak negara yang merasakan perubahan ini, yang bisa dilihat dari aktivitas masyarakat yang mulai berubah. Perubahan aktivitas bahkan sifat manusia sedikit banyak dikarenakan adanya keterkaitan dari adanya perubahan zaman, dan kemajuan zaman. Hal ini sejalan dengan data

yang dikeluarkan oleh *Hootsuite* pada tahun 2022 yang menyatakan bahwa pengguna internet mengalami kenaikan yang cukup drastis, terlebih di Indonesia yang sudah mencapai angka 204 juta pengguna. Imbas dari penggunaan internet inilah informasi dapat secara cepat diserap dan dapat juga menyebabkan perubahan pada aktivitas dan sifat seorang manusia (Riyanto, 2022).

Budaya negara lain yang mulai masuk dan banyak disukai serta dibicarakan oleh sebagian besar masyarakat Indonesia adalah budaya dari negara Korea Selatan. Budaya Korea Selatan yang mulai menyebar luas pada hampir semua belahan dunia, dikenal dengan istilah *Korean Hallyu* (Oktaviani et al., 2021). Munculnya banyak bintang Korea Selatan yang terkenal, membantu menyebarkan budaya Korea Selatan yang berkontribusi besar pada perkembangan, pengenalan, dan penyebaran budaya Korea Selatan dimata dunia (Oktaviani., 2021). Salah satu artis Korea Selatan yang memiliki *fandom* terbesar di dunia adalah *boy grup* BTS. BTS adalah salah satu artis korea yang secara resmi memulai debut sebagai artis pada tahun 2013. Sejak saat itu, sedikit demi sedikit BTS mulai dikenal dunia. Salah satu alasan BTS bisa dikenal dunia, selain karena strategi manajemen perusahaan, peran penggemar mereka yang dikenal dengan nama Army juga tidak bisa dilupakan (authors, 2023). Army sebagai penggemar BTS menyebar ke berbagai wilayah di dunia, termasuk juga Indonesia, yang mana Indonesia menjadi negara terbesar dengan jumlah Army terbanyak di dunia. Data ini didapat dari survei yang dilakukan *GoodStats* yang menunjukkan bahwa 20% dari total responden yang mereka wawancara adalah seorang Army Indonesia (Aditiya, 2023).

Peran Army bagi terkenalnya BTS sangatlah luar biasa. Penggemar rela memberikan segala hal demi bintangnya. Salah satu hal yang paling sederhana yang sering dilakukan Army bagi BTS adalah dengan melakukan *voting* demi sang bintang mendapatkan penghargaan dan dapat dikenal secara luas. Faktor lain adalah dengan datang ke konser, pembelian album atau *merchandise* resmi yang dikeluarkan oleh agensi. Penggemar juga rela menyisihkan sebagian keuangan yang mereka miliki demi bisa memiliki album atau merchandise

yang dikeluarkan oleh bintangnya (Kartikasari et al., 2022). Bukti dari pernyataan tersebut bisa dilihat dalam data penjualan album BTS dalam *Gaon Circle Chart Korea* yang menyatakan bahwa BTS menjadi idola dengan penjualan terbesar dan terbanyak sepanjang masa (Gaon Circle Chart, 2022). Peran Army diseluruh dunia, tidak lepas akan pencapaian BTS tersebut, tidak terkecuali Army Indonesia. Katadata bahkan mengatakan bahwa pada tahun 2021 saja, disebutkan pengeluaran Army, baik laki-laki maupun perempuan untuk BTS sudah mencapai pada angka 20,8 juta untuk membeli beberapa *merchandise* dari BTS (Pahlevi, 2022). Pernyataan inilah yang menjadikan cerita para penggemar baik laki-laki maupun perempuan dalam mengelola keuangannya untuk dibelikan atau dibelanjakan segala hal yang berkaitan dengan bintangnya sangatlah menarik untuk dibahas.

Penelitian kali ini penulis mengambil fenomena pada *fandom* terbesar didunia yakni Army, terkhusus pada Army Indonesia. Pemilihan ini didasarkan pada alasan yang menyebutkan bahwa Army Indonesia adalah salah satu dari 10 negara dengan jumlah penggemar BTS terbanyak didunia. Bahkan penjualan album BTS dari tahun ke tahun banyak didapatkan salah satunya berasal dari pemesanan dari negara Indonesia (Aditiya, 2023). Oleh karena alasan tersebut, peneliti berkeinginan untuk melakukan penelitian yang menggunakan topik *mental accounting* dengan fenomenologi penggemar k-pop yang berdasarkan pada *gender*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan pada latar belakang, maka peneliti mengambil rumusan masalah untuk penelitian ini adalah bagaimana *mental accounting* dapat membantu perencanaan keuangan bagi seorang penggemar K-pop, terlebih untuk Army baik untuk penggemar laki-laki maupun perempuan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan paparan rumusan masalah diatas, maka dapat diambil tujuan penelitian dari penelitian ini adalah jawaban untuk mengetahui dan memberikan pemahaman tentang bagaimana *mental accounting* yang dimiliki oleh Army

laki-laki maupun perempuan dapat membantu Army dalam merencanakan keuangan mereka.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pengembangan pengetahuan dan wawasan serta memperkaya wacana kajian di dunia akademik mengenai *mental accounting* seorang penggemar *idol* Korea Selatan, baik laki-laki maupun perempuan dalam memenuhi egonya atas kebutuhan primer dan kebutuhan untuk hobi mereka.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti

Sebagai sarana untuk meningkatkan dan mengembangkan pengetahuan yang telah diperoleh khususnya yang terkait dengan *mental accounting* dan pengelolaan keuangan agar bisa mendapatkan keinginan untuk memenuhi kebutuhan hobi dan keinginan untuk kebutuhan primer secara *balance*, bagi penggemar laki-laki dan penggemar perempuan.

2. Bagi Akademisi

Dapat digunakan sebagai bahan pembelajaran untuk menambah wawasan, terlebih yang berkaitan dengan *mental accounting*.

3. Bagi Penggemar

Sebagai sarana informasi tambahan ataupun sebagai referensi untuk penggemar laki-laki maupun perempuan dalam pengelolaan keuangan agar tetap seimbang antara kebutuhan pribadi dan kebutuhan untuk hobi sebagai seorang penggemar *idol* Korea.

BAB 2 KAJIAN PUSTAKA

2.1 *Mental Accounting*

Mental accounting adalah rangkaian operasi kognitif yang dipergunakan oleh individu maupun rumah tangga dalam mengkode, membuat kategori dan mengevaluasi aktivitas finansialnya dengan tiga komponen utama, yang juga didasarkan pada aspek psikologi dan ekonomi makro. Komponen utama ini dimulai dari *organize*, *make decision* dan *evaluate* yang dilakukan selama proses menjalankan aktivitas ekonomi oleh setiap individu. *Mental accounting* juga mengacu pada kecenderungan individu untuk memisahkan penghasilan mereka menjadi kedalam beberapa akun berbeda berdasarkan subjektivitasnya (Thaler, 1999).

Thaler pada tahun 1985 pertama kali menemukan fenomena ini pada seorang warga yang memiliki perencanaan keuangan yang sama dengan rancangan keuangan bagi suatu perusahaan. Seorang warga tersebut melakukan perencanaan dengan menyisihkan dan membedakan uang yang dia miliki ke dalam beberapa kategori sesuai dengan apa yang dia butuhkan. Berdasarkan pada fenomena ini Thaler menyatakan bahwa *mental accounting* yang dilakukan warga tersebut sama dengan perusahaan, yang mana dalam pikiran manusia ada proses akuntansi yang sama dengan perusahaan mulai dari proses pembukuan, evaluasi dan pengambilan keputusan dalam proses konsumsi yang akan dilakukan masing-masing individu (Thaler, 1999).

Mental accounting merupakan proses kognitif dimana individu mencatat, meringkas, menganalisis dan melaporkan transaksi atau kejadian finansial untuk menelusuri aliran uang dan mengendalikan pengeluaran (Rospitadewi et al., Efferin, 2017). Individu tersebut akan menggunakan aspek kognitif berupa aktivitas mental dan perasaan serta emosi dalam proses menjalankan *mental accounting* tersebut. Proses ini juga melibatkan beberapa komponen selama proses berjalannya perencanaan keuangan sampai dengan pengevaluasiannya.

Mental accounting adalah komponen inti dari cara kerja pikiran dan tindakan yang saling menyertai dan terus berulang tanpa disadari. Hal ini terjadi pada siapa saja dengan berbagai latar belakang. Pengulangan ini

terus terjadi dan melalui beberapa tahapan yang juga menjadi komponen mental accounting yaitu *framing effect*, pembentukan *specific account*, *self control*, *pengambilan keputusan*, *self report*, dan akhirnya *hedonic treadmill* (Rospitadewi et al., 2017). Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa akuntansi mental memang benar-benar digunakan oleh manusia dalam kehidupan sehari-hari meskipun tidak disadari oleh manusia itu sendiri.

Mental Accounting menunjukkan kemiripan yang sangat tinggi dengan sistem akuntansi yang dikembangkan dan digunakan di dunia bisnis. Kemiripan ini terjadi karena seorang individu cenderung menganggap bahwa pengalaman mereka dalam melakukan aktivitas keuangan, terutama dalam pengeluaran itu perlu untuk dievaluasi (Thaler, 1999). Proses evaluasi yang dilakukan manusia dengan berdasarkan pada *mental accounting* agar tercipta perencanaan keuangan yang sehat bagi individu tersebut adalah dimulai dengan tahapan *organize*, *make decision* dan *evaluate* (Thaler, 1999). Komponen lain dalam *mental accounting* yang juga menjadi bagian penting dalam proses perencanaan keuangan yang dilakukan individu adalah *framing effect*. Komponen-komponen tersebut akan menghasilkan cara kerja pikiran yang berbasis *mental accounting* yang berimplikasikan pada pengambilan keputusan tingkat individu (Rospitadewi et al., 2017). Cara kerja ini menunjukkan bahwa *mental accounting* dapat menyebabkan individu merasa nyaman dengan yang dilakukan terhadap keuangan masing-masing meskipun perlakuan individu tersebut untuk keuangannya terkesan tidak sehat.

2.2 Financial Planning

Menurut *Financial Planning Standard Board* (FPSB, 2019) suatu lembaga yang berada di China menyatakan bahwa *financial planning* adalah suatu proses dimana dalam mengatur keuangan untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkan baik itu pengeluaran maupun pemasukan. Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya perencanaan keuangan, keuangan yang dimiliki oleh seorang individu akan memiliki arah yang lebih baik dan jelas mau dibawa kemana oleh masing-masing individu sebagai pemegang kendali utama keuangan tersebut. Perencanaan keuangan dianggap penting karena dengan adanya hal ini bisa dipastikan keuangan

yang dikelola akan lebih terarah dan dapat menjamin keuangan yang dimiliki dimasa mendatang.

Financial planning adalah suatu proses dimana mengelola keuangan yang kita miliki dengan sangat teliti dan terencana sesuai dengan tujuan yang sudah ditetapkan sebelumnya (Saraswati et al., 2021). Perencanaan keuangan yang terkelola dengan baik akan menghindarkan kita dari kejadian buruk yang akan timbul di kemudian hari. Selain itu juga dengan keuangan yang terencana juga kita dapat dengan lebih mudah mencapai tujuan keuangan yang sudah ditetapkan.

Tujuan perencanaan keuangan adalah untuk memfasilitasi pembentukan tujuan keuangan, dengan mempertimbangkan sikap dan perilaku akun, dan penggunaan data keuangan tingkat individu dan rumah tangga untuk menjelaskan dan memprediksi perilaku saat ini dan masa depan untuk membantu mencapai tujuan yang diinginkan (Saraswati et al., 2021). Ada lima setidaknya yang harus dipertimbangkan dalam proses pengelolaan atau perencanaan keuangan, yakni *consumption, cash-flow management, saving and investment, credit management* dan *insurance*. Jika hal kelima hal ini telah terpenuhi, maka kita sudah bisa menggunakan keuangan yang ada sesuai dengan apa yang kita mau.

Perencanaan keuangan juga memberikan banyak manfaat bagi orang yang melakukannya (Yulfiswandi et al., 2023). Salah satu manfaat yang bisa kita peroleh yaitu dapat memperkecil anggaran utang. Meskipun kita dalam keadaan yang susah, tapi dengan adanya anggaran keuangan yang sudah kita buat, kita akan terhindarkan dari segala hal yang mungkin saja bisa terjadi secara darurat. Hal ini dikarenakan dengan adanya anggaran, keuangan sudah dibagi sesuai dengan tujuan.

Penerapan rencana keuangan yang baik, dapat menimbulkan mudahnya mengambil keputusan terbaik yang berkaitan dengan keuangan (Saraswati et al., 2021). Hal ini dikarenakan dengan adanya perencanaan keuangan, seorang manusia atau individu tidak akan memutuskan suatu hal yang akan menjerumuskan. Efek jangka Panjang maupun pendek juga ikut masuk dalam pertimbangan tersebut. Maka dari itu bisa disimpulkan bahwa dengan perencanaan

keuangan yang baik dan tepat, juga akan memberikan manfaat yang baik juga bagi orang yang membuat perencanaan tersebut.

2.3 Konsep *Gender*

Secara ideologi patriarki perbedaan *gender* menganggap bahwa laki-laki lebih unggul daripada perempuan. Hal ini dikarenakan pandangan ideologi patriarki yang menempatkan laki-laki sebagai kaum superordinat jika dibandingkan dengan kaum perempuan (Ferricha, 2014:96). Berdasarkan ideologi patriarki tersebut menjadikan tatanan kehidupan manusia didominasi oleh kaum laki-laki atas kaum perempuan. Kondisi ini menyebabkan perempuan memiliki posisi hanya sebagai pelengkap bagi kaum laki-laki.

Gender dalam konsep perencanaan atau pengelolaan keuangan sendiri, didefinisikan sebagai salah satu faktor yang menyebabkan adanya perilaku seorang individu melakukan perencanaan atau pengelolaan keuangan (Sari et al., 2020). *Gender* disebut sebagai faktor dikarenakan dengan adanya *gender* ini ada perbedaan yang cukup jelas mengenai pengelolaan atau perencanaan keuangan serta pemahaman mengenai keuangan yang dimiliki antara kaum laki-laki dan perempuan. Perbedaan ini dikarenakan rata-rata pihak perempuan lebih teliti dan rinci dalam melakukan perencanaan atau pengelolaan keuangan jika dibandingkan dengan pihak laki-laki.

Gender juga dimaknakan sebagai suatu konsep yang memberikan pemahaman tentang peran, identitas dan relasi antara laki-laki dan perempuan dalam masyarakat. Gender tidak hanya merujuk pada perbedaan secara biologis dan fisik antara laki-laki dan perempuan, tetapi juga mencakup perbedaan dalam peran, perilaku, kegiatan serta hal-hal yang berkaitan dengan sosial. Gender juga bisa terbentuk dari faktor sosial dan budaya (Mayssara et al., 2020). Gender tidak hanya berkaitan tentang seksualitas, tetapi juga berkaitan dengan tanggung jawab, pengambilan keputusan, peran dalam masyarakat dan juga berkaitan dengan feminitas dan maskulinitas. Feminitas dan maskulinitas ini berkaitan dengan cara pandang dan cara memperlakukan masyarakat pada laki-laki dan perempuan berdasarkan norma sosial budaya.

2.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian Rospitadewi & Efferin (2017) menyatakan bahwa *mental accounting* menunjukkan kemiripan yang sangat tinggi dengan sistem akuntansi yang dikembangkan dan digunakan di dunia bisnis. Cara kerja pikiran yang berbasis *mental accounting* akan berimplikasi terhadap pengambilan keputusan pada tataran individu maupun organisasi.

Eldista et al (2019) menyatakan bahwa *mental accounting* pada mahasiswa kos rata-rata telah diterapkan oleh para mahasiswa yang bertempat di kos. Penerapan tersebut dilakukan dengan melakukan pencatatan, pengklasifikasian dan evaluasi terhadap keuangan yang telah mereka keluarkan untuk setiap akun secara spesifik baik tertulis maupun hanya dalam pikiran saja.

Prasetyo (2020) menyatakan dalam penelitiannya bahwa pendapatan seorang penyanyi dangdut yang disawer itu dihitung melalui dana saweran yang terbentuk saat penghimpunan itu terjadi.

Penelitian Wildan et al (2022) menyatakan bahwa *mental accounting* disadari atau tidak oleh setiap manusia merupakan komponen paling penting dalam cara kerja pikiran yang disertai dengan tindakan yang terus berulang. Penerapan masing-masing individu yang melakukan dan melaksanakan *mental accounting* dengan sadar atau tidak, antar individu melakukan nya dengan berbeda cara.

Tabel 1 Penelitian Terdahulu

NO	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Rospitadewi & Efferin (2017)	<i>Mental Accounting</i> dan Ilusi Kebahagiaan: Memahami Pikiran dan Implikasinya bagi Akuntansi.	<i>mental accounting</i> menunjukkan kemiripan yang sangat tinggi dengan sistem akuntansi yang dikembangkan dan digunakan di dunia bisnis, dan telah banyak diterapkan oleh manusia entah dalam keadaan sadar atau tidak.

2	Eldista et al (2019)	<i>Mental Accounting: Memaknai Kebahagiaan dari Sisi Lain Gaya Hidup Mahasiswa Kos.</i>	<i>mental accounting</i> pada mahasiswa kos rata-rata telah diterapkan oleh para mahasiswa yang bertempat di kos, dalam keadaan sadar maupun tidak.
3	Prasetyo, 2020	Penghimpunan Pendapatan <i>Ngefans</i> Saweran: Mistik Semar Mesem Penyanyi Dangdut (Studi pada Penyanyi Orkestra Melayu New Kendedes)	Nilai kepastian keterukuran pendapatan penyanyi yang terhimpun, artinya pendapatan <i>ngefans saweran</i> melalui proses pembentukan pendapatan itu sendiri.
4	Wildan et al (2022)	Mengungkap <i>Mental Accounting</i> Berbasis Spiritual (Studi Kasus di Perguruan Tinggi X).	<i>mental accounting</i> disadari atau tidak oleh setiap manusia merupakan komponen paling penting dalam cara kerja pikiran yang disertai dengan <i>tablean</i> yang terus berulang.

BAB 3 METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian dimana prosedur penelitiannya akan menghasilkan data yang bersumber dari tulisan, lisan atau ungkapan tingkah laku informan (Bungin, 2022). Penelitian kualitatif memiliki beberapa jenis yakni naratif, fenomenologi, *grounded theory*, etnografi dan studi kasus. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif fenomenologi. Penelitian kualitatif fenomenologi merupakan kegiatan penelitian yang dilakukan oleh seorang peneliti dimana peneliti tersebut akan meneliti fenomenologi langsung ke lapangan, memahami data di lapangan, mengumpulkan data, menganalisis data dan membangun teori dari data di lapangan (Bungin, 2022:103). Metode penelitian kualitatif fenomenologi bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih lanjut terkait objek yang sedang diteliti yang didapatkan secara langsung dengan interaksi dengan informan, untuk menghasilkan suatu informasi yang utuh, dan dari informasi ini akan dijelaskan hasil penelitiannya dan dihubungkan dengan teori yang ada.

3.2 Waktu, Lokasi dan Objek Penelitian

Tempat dan waktu penelitian ini adalah dengan melakukan wawancara kepada narasumber melalui media *interview* langsung pada penggemar BTS (Army) yang akan dimulai sejak Oktober 2023 sampai dengan Desember 2023, yang akan dilakukan secara daring dengan *zoom meeting* sebagai media wawancaranya. Jangka waktu ini diambil dengan alasan bahwa pada masa ini BTS sedang banyak-banyaknya mengeluarkan album atau *merchandise*, dikarenakan pada bulan-bulan tersebut adalah masa *anniversary* dari BTS maupun Army. Objek atau informan yang akan dipilih oleh peneliti adalah empat orang dengan kriteria sebagai berikut:

1. Seorang ARMY minimal tiga tahun.
2. Laki-laki atau perempuan dengan minimal usia 17 tahun.

3. Pernah membeli album, *merchandise* atau datang ke konser BTS.

Kriteria diatas menghasilkan objek penelitian ini adalah penggemar BTS (Army) dengan jumlah empat informan, dua laki-laki dengan inisial BT dan AF, serta dua informan perempuan dengan inisial RF dan MQ yang ada di Indonesia tentang cara mereka mengelola dan melakukan perencanaan keuangan mereka.

3.3 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian dibagi menjadi dua jenis yakni sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer adalah sumber data yang didapatkan secara langsung dari hasil wawancara dan pengamatan secara langsung pada pengalaman informan penelitian. Sumber data yang lain adalah sumber data sekunder yang mana sumber data sekunder ini bisa didapatkan peneliti dari sumber yang kedua atau secara tidak langsung dari informan. Data sekunder bisa diambil dari dokumen-dokumen yang berkaitan dengan objek yang sedang diteliti, dan data sekunder juga bisa didapatkan dari informasi yang didapat peneliti melalui perantara orang lain, tidak langsung pada objek yang diteliti (Bungin, 2022).

Sumber data dalam penelitian ini adalah sumber data primer yang didapatkan dari hasil wawancara dan pengamatan secara tatap muka langsung pada pengalaman informan yang digunakan sebagai objek penelitian, yakni Army Indonesia yang sudah ditetapkan dan sesuai dengan kriteria penelitian, yang difokuskan pada BT, AF, RF dan MQ.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif terdapat beberapa macam yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi (Bungin, 2022). Wawancara dilakukan dengan dilakukannya tanya jawab secara langsung antara peneliti dengan informan sebagai sumber data utamanya. Observasi dalam pengumpulan data didapatkan dengan melakukan pengamatan secara langsung dan sistemis pada objek penelitian.

Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data dari pengamatan pada dokumen yang terkait dengan penelitian.

Wawancara dan observasi digunakan sebagai teknik pengumpulan data dalam penelitian ini. Wawancara dan observasi akan dilakukan dengan melakukan tanya jawab secara langsung pada informan penelitian yakni Army serta akan dilakukan pengamatan secara mendalam dan menyeluruh dari apa yang dilihat dan didengar peneliti selama melakukan proses wawancara bersama informan. Dokumentasi akan dilakukan peneliti dengan mengumpulkan data berupa gambar dan suara selama proses penelitian ini berlangsung.

3.5 Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dalam beberapa tahap yakni:

- a. Tahap pengumpulan data, pada tahap ini peneliti akan mengumpulkan data dengan cara melakukan wawancara secara langsung pada informan Army. Tahap pengumpulan data yang dilakukan dengan wawancara bisa didapatkan dengan mencatat, merekam dan mendokumentasikan informasi yang didapatkan dari informan Army yang sesuai dengan data yang diperlukan dalam penelitian.
- b. Reduksi data, pada tahap ini peneliti akan merangkum, menyimpulkan, mengelompokkan, mengkodekan, memilah dan menyusun data secara berhubungan yang disesuaikan dengan data yang dibutuhkan dalam penelitian, dari hasil yang sudah didapatkan peneliti saat melakukan wawancara dengan informan Army, yang disesuaikan dengan *keywords* penelitian. Reduksi data akan dilakukan terus-menerus hingga laporan akhir selesai.
- c. Penyajian data, tahap ini akan peneliti lakukan dengan menyajikan data yang sudah terorganisir dan tersusun sesuai dengan yang diperlukan dalam penelitian, dengan merancang matrik berupa kolom dan baris dari hasil wawancara dengan informan Army.
- d. Penarikan kesimpulan, penarikan kesimpulan peneliti lakukan dengan mengambil kesimpulan setelah semua tahapan analisis data selesai, dan

juga telah diuji keabsahannya. Penarikan kesimpulan peneliti dapat dari data yang sudah dikumpulkan yang berkaitan dengan penelitian yang dari kesimpulan ini akan memberikan jawaban terkait masalah yang diteliti.

3.6 Metode Uji Keabsahan Data

Trustworthiness adalah ukuran yang menunjukkan kevalidan, kebenaran atau kesahihan kebenaran dari informasi yang diberikan oleh informan (Kamayanti, 2021). *Trustworthiness* memiliki beberapa kriteria yang bisa digunakan sebagai landasan kebenaran informasi yang diberikan. Kriteria tersebut adalah *credibility*, *transferability*, *dependability*, dan *confirmability*.

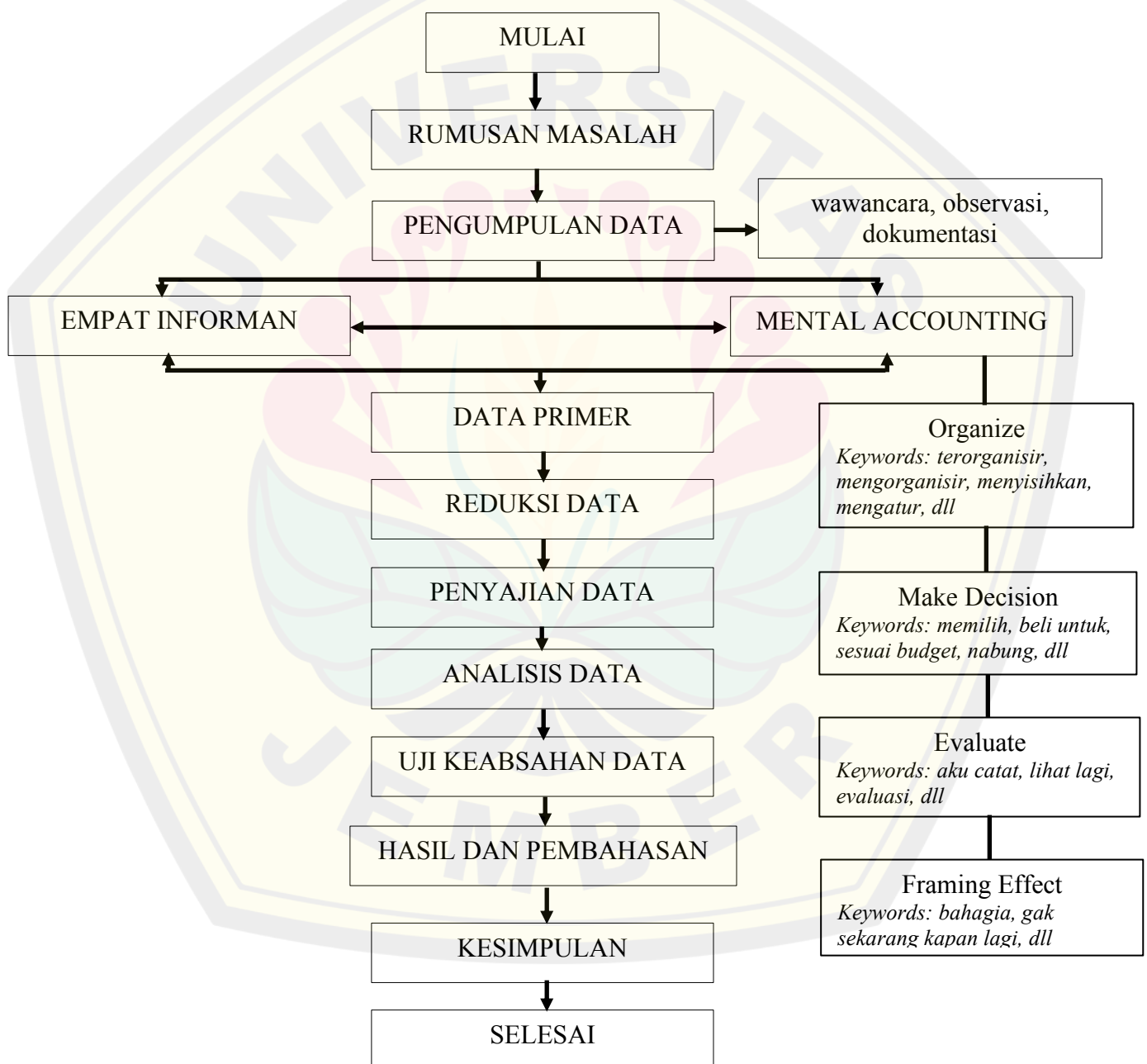
Credibility dapat dicapai dengan cara peneliti benar-benar memahami bahwa informan Army yang dipilih adalah informan Army yang faham benar tentang apa yang telah diceritakan informan Army pada saat dilakukannya tanya jawab. *Transferability* dapat dicapai dengan peneliti mendeskripsikan seluruh rangkaian penelitian secara lengkap, jelas, terperinci dan sistematis, sehingga konteks penelitian dapat tergambar dengan jelas sesuai dengan kemampuan yang dimiliki peneliti. *Dependability* dapat peneliti capai dengan melihat dan mengamati konsistensi informan Army dalam memberikan jawaban pada peneliti saat dilakukan wawancara pada waktu yang berbeda, dengan orang yang sama dan dengan *script* wawancara yang sama. *Confirmability* sendiri dapat peneliti capai dengan melakukan konfirmasi pada hasil-hasil yang ditemukan peneliti selama melakukan penelitian bersama informan Army. Konfirmasi yang dilakukan peneliti adalah dengan merefleksikan hasil-hasil temuan tersebut pada jurnal yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan.

Berdasarkan pada metode uji keabsahan data diatas, maka pada penelitian ini peneliti menggunakan *trustworthiness* sebagai metode dalam menguji keabsahan data pada penelitian ini. *Trustworthiness* yang dilakukan dalam penelitian ini akan menggunakan keempat kriteria diatas sebagai dasar dalam menguji keabsahan data yang didasarkan pada *trustworthiness*,

sehingga data yang didapatkan bisa digunakan dalam penelitian ini dan dapat dikatakan sebagai data yang kredibel.

3.7 Kerangka Pemecahan Masalah

Adapun kerangka pemecahan masalah yang telah dirancang oleh peneliti yang akan digunakan sebagai gambaran atau langkah-langkah dalam proses penyelesaian penelitian dalam penelitian ini tergambar dalam bentuk bagan sebagai berikut:



BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Singkat Objek Penelitian

Hasil observasi dan wawancara di lapangan, dengan informan yang merupakan penggemar musik *k-pop* terlebih penggemar BTS yakni Army yang sudah mengikuti BTS selama minimal lima tahun. Berikut gambaran singkat yang berkaitan dengan informan sebagai objek penelitian ini, yakni:

1. **BT** adalah seorang laki-laki yang berusia 18 tahun. BT menyukai BTS sejak dia berusia 12 tahun. BT pertama kali tahu dan mencari tahu BTS karena dia diberitahu oleh temannya bahwa ada *boy grup* asal korea yang memberikan pesan baik dalam setiap lagu-lagunya. Saat semanjak itu BT rajin mencari tahu dan mengikuti segala hal yang berkaitan dengan BTS mulai lagu-lagunya sampai dengan printilan-printilan yang berkaitan dengan BTS. BT mengatakan bahwa alasan dia menyukai BTS adalah karena lagu-lagu BTS bisa membuat dia merasakan ketenangan terlebih di usia dia yang saat ini yang sering mengalami emosi yang kurang stabil, dia merasa bahwa dengan adanya BTS saat dia berada di situasi yang kurang baik, dia merasa seperti ada yang menemaninya dan membuatnya mencegah melakukan hal-hal yang buruk. Alasan lain mengapa BT membeli album atau *merch* BTS adalah karena dengan dia membeli hal tersebut dia merasa sebagai rasa ucapan terimakasih kepada idolanya atas apa yang telah BTS berikan kepada dia.
2. **AF** adalah seorang laki-laki dengan usia 25 tahun. AF mulai menyukai BTS sejak tahun 2018. AF hidup seorang diri dengan hanya mengandalkan uang saku pemberian sang kakak sebagai penyambung roda hidupnya. AF mengatakan dia sedang dalam tahap mencari kerja sana sini. AF menyukai BTS karena dia menyukai cara pandang BTS dalam menghadapi segala permasalahan hidup, yang BTS gambarkan dalam lagu-lagu mereka yang tidak hanya berhubungan tentang cinta-cintaan saja, tetapi juga

berhubungan tentang bagaimana cara kita harus menghadapi dunia dan mencintai diri sendiri. AF juga mengatakan meskipun dia hidup sederhana dia berusaha menyisihkan sedikit demi sedikit keuangan yang dia miliki untuk bisa membeli album atau *merch* BTS sebagai ucapan rasa terimakasih AF pada BTS.

3. **RF** adalah seorang perempuan yang berusia 25 tahun yang mendapatkan penghasilan dari bekerja disalah satu perusahaan dan kerja sampingan dengan menjual beberapa *merch handmade* atau *merch* hasil buatan RF sendiri. RF sendiri mulai menyukai dan mengikuti BTS sejak tahun 2017, era *love yourself*. RF mengatakan bahwa dia bertemu dengan BTS pada saat yang tepat. RF mengatakan bahwa saat dia mengalami masa-masa sulit dalam hidupnya dia dikenalkan dengan BTS. BTS dapat mengubah hidupnya yang sedikit gelap kala itu menjadi sedikit lebih terang. RF merasa dia bisa melanjutkan hidup salah satunya berkat dukungan dari lagu-lagu BTS. RF menambahkan dia kalau konser mungkin tidak bisa selalu datang, tergantung lokasi konsernya, tetapi jika itu berkaitan dengan album maka dia akan selalu membeli album tersebut karena dengan membeli album selain dapat membantu menaikkan *chart* bagi sang idola juga bisa membuat RF merasa Bahagia dan tenang.
4. **MQ** adalah seorang mahasiswi Pendidikan profesi pengacara yang berusia 25 tahun. MQ menyukai BTS sejak tahun 2018 yang dikarenakan anggota BTS *good looking*, selain itu juga dengan adanya BTS dalam hidupnya mengajarkan dia bahwa kita tidak perlu peduli apa kata orang dan cukup berfokus pada diri sendiri. BTS juga yang membuat dia percaya diri. Menurutnya BTS telah mengajarkan banyak hal pada dia. Alasan dia membeli album BTS dan datang ke konsernya adalah untuk mendapatkan kebahagiaan dan ketenangan bagi diri dia.

Berikut ringkasan data informan sebagai objek dalam penelitian ini:

Tabel 2 Profil Subjek Penelitian

Informan	Sumber Pendapatan
-----------------	--------------------------

BT/L	Uang saku
AF/L	Uang saku
RF/P	Bekerja dan jualan <i>handmade</i>
MQ/P	Uang saku

Sumber: Olahan data primer, 2023

Berdasarkan informasi tersebut sumber pendapatan penggemar lebih banyak masih berasal dari uang saku ada yang dari orang tua ada juga yang dari kakak nya. Adapun informan yang lain mendapatkan uang dari bekerja dan usaha bisnis penjualan *handmade*. Nominal yang didapatkan oleh masing-masing informan cukup bervariasi tergantung dengan pemberian dari orang tua atau kakaknya. Informan yang bekerja nominal uang bulanannya untuk pendapatan hasil kerjanya tetap, tetapi untuk hasil penjualan untuk tiap bulannya berbeda tergantung dengan besar kecilnya total transaksi penjualan yang terjadi dalam tiap bulannya.

Sumber pendapatan tersebut memberikan cara yang berbeda bagi penggemar dalam menerapkan alokasi keuangannya, yakni dengan membuat mereka rata-rata menerapkan alokasi keuangan berdasarkan skala prioritas bagi kebutuhan hidupnya. Alokasi tersebut Army terapkan tergantung dengan bagaimana mereka akan memenuhi kebutuhan hidup mereka masing-masing. Army juga memiliki porsi alokasi selain untuk kebutuhan hidup, yakni alokasi untuk memenuhi kepuasan mereka sebagai penggemar yang mereka katakan sebagai sumber kebahagiaan.

Kebahagiaan bagi responden Army ini adalah ketika mereka dapat mendukung BTS dengan sebaik mungkin. Dukungan yang mereka berikan sebagai wujud kebahagiaan adalah dengan membeli *merchandise*, album, berkumpul dengan sesama penggemar dalam suatu acara tertentu, sampai dengan berusaha datang ke konser yang BTS adakan. Sumber kebahagiaan ini tidak serta merta membuat mereka berlebihan, tetapi mereka juga tetap membuat ukuran besaran materi dalam memenuhi kebutuhan mereka sebagai penggemar.

Ketika keluar beberapa album dan *merch* secara bersamaan kadangkala membuat informan sedikit menuju pada perilaku berlebihan. Perilaku berlebihan

tersebut sering kali menempatkan informan dalam suatu pilihan yang sulit. Perilaku berlebihan ini menyebabkan dibutuhkan adanya suatu keputusan yang bijak bagi informan Army, dengan tujuan pendapatan mereka dapat tersalurkan sesuai dengan porsinya untuk kebutuhan sehari-hari dan kebutuhan sebagai penggemar dengan lebih baik. Keputusan ini diperlukan juga agar tidak terjadi adanya *bias* dalam *mental accounting* yang mengarah pada perilaku boros. *Mental accounting* yang mengarah pada perilaku boros dapat dicegah dengan komponen yang terkandung dalam *mental accounting* itu sendiri, yakni dengan komponen *self control* (Rospitadewi et al., 2017). *Self control* menjadi bagian dari *mental accounting* dikarenakan dengan *self control* inilah perilaku boros bagi seorang dapat dikendalikan, selain itu juga *self control* juga menjadi bagian dari komponen *evaluate*.

Pencatatan dan pengevaluasian keuangan bagi seorang individu dapat diketahui melalui *mental accounting*. Pencatatan dan pengevaluasian adalah cerminan dari *mental accounting* dikarenakan dalam *mental accounting* ini ada beberapa tahapan atau komponen yang terkandung didalamnya, yakni *organize*, *make decision* dan *evaluate* (Thaler, 1999). Komponen lain yang ada dalam *mental accounting* selain tiga hal tersebut juga ada *framing effect* dan *self control* (Rospitadewi et al., 2017). Informan Army sendiri telah menjalankan ketiga tahapan tersebut dengan baik, secara tertulis maupun secara tidak mereka sadari. Informan yang merupakan Army juga berpendapat bahwa tahapan evaluasi itu juga sangat penting, dikarenakan dengan adanya evaluasi ini dapat meminimalisir dan mengendalikan mereka dari perilaku boros.

4.2 Mental Accounting dan Penggemar K-pop Army

Mental accounting memiliki beberapa komponen yang terkandung didalamnya, yakni *organize*, *make decision* dan *evaluate* (Thaler, 1999). Komponen ini ditemukan dalam keempat informan saat menjalankan perencanaan keuangan. Komponen pertama adalah tahapan *organize*, pada tahap ini pengaturan atau pengorganisasian keuangan yang dilakukan Army adalah dengan mereka membedakan pendapatan mereka ke dalam beberapa akun yang berbeda tergantung

dengan kebutuhan dan pandangan subjektif skala prioritas bagi masing-masing informan. Seperti yang dikatakan oleh informan Army berikut.

“Keuangan yang **terorganisir** itu pasti ada dan *tak* lakukan, biasanya untuk kebutuhan primer, terus sekunder baru untuk kebutuhan ku sebagai penggemar yang setiap bulan selalu aku sisihkan untuk itu.” (RF/P)

“Aku tiap bulan selalu **mengorganisir** pendapatanku, dan biasanya aku keluarkan untuk kebutuhan ku yang wajib dulu, baru untuk kebutuhan ku *as a fans*, tetapi selalu aku usahakan untuk mengeluarkan dan menyisihkan keuangan ku untuk album, dan lain-lain” (AF/L)

Dalam mengatur keuangan, masing-masing Army memiliki tujuan mengeluarkan keuangan mereka dengan cara yang berbeda-beda (Rospitadewi et al., 2017). Melihat dari segi gaya hidupnya, keempat informan memiliki kesamaan yakni akan tetap berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka sebagai penggemar, meskipun mereka memiliki gaya hidup dan sumber pendapatan yang berbeda. Pendapat ini sejalan dengan hasil wawancara dari informan berikut.

“meskipun tidak besar, tapi selalu aku usahakan untuk **menyisihkan** keuangan ku untuk kebutuhan ku sebagai penggemar” (BT/L)

Penggemar laki-laki maupun perempuan setelah mengorganisir keuangan mereka dengan tujuan masing-masing, mereka tetap memberikan bagian pada kebutuhan penggemar mereka (Jeanette et al., 2018). Kesimpulan untuk pengorganisasian keuangan ini adalah **tidak ada beda antara penggemar laki-laki dan perempuan dalam pemenuhan kebutuhan sebagai penggemar**, dikarenakan mereka akan tetap menyisihkan keuangan mereka untuk membeli

kebutuhan mereka sebagai penggemar yang mereka katakan sebagai sumber kebahagiaan mereka.

Tahapan dalam komponen *mental accounting* yang kedua adalah tahapan **pengambilan keputusan** atau *make decision*. Informan Army sering dihadapkan dalam situasi dimana mereka ingin membeli semua hal yang berkaitan dengan apa yang idola mereka keluarkan (album, *merchandise*), idola mereka kenakan (menjadi *brand ambassador* suatu produk, barang yang sering digunakan sang idola meskipun bukan produk yang mereka iklankan), dan idola mereka laksanakan (konser). Army ingin memiliki semua itu, tetapi disisi lain ada hal lain yang lebih penting dari itu. Perkara ini menyebabkan perbedaan pendapat antar informan.

“aku *sih* pingin punya semua, tapi aku lebih **memilih memenuhi kebutuhan utama ku dulu**, baru kebutuhan ini, nah kalau dihadapkan dengan situasi seperti ini aku belinya tergantung harganya, kalau masih bisa dijangkau dengan keuangan ku ya aku beli, kalau *gak* ya *gak* aku beli, tetapi khusus untuk **album berapapun harganya aku selalu beli, kalau konser tergantung tempatnya**, jika masih di Indonesia kayaknya aku bakal usahain datang *sih*” (RF/P)

“aku dalam kondisi seperti ini, **apapun keadaannya aku selalu usahakan beli semua yang berhubungan dengan BTS**, mulai album, *merch* sampai produk yang menjadikan mereka *brand ambassador* nya, *gak* peduli mahal atau murah pokoknya harus beli, kalau **konser aku masih oke kalau di indonesia**” (MQ/P)

“aku sesuai **budget *sih***, terlebih aku model yang nabung dulu, kalau tabungan ku udah cukup ya beli aku, makanya aku selalu ikut tabungan pembelian album *non profit*, ya *biar* aku bisa beli album, *kalau* konser **nabung dulu** kali, sambil menunggu mereka selesai wamil” (AF/L)

“*kan* aku selalu menyisihkan keuangan ku ya, jadi **selalu beli *sih* apalagi kalau album, konser tergantung lokasi**” (BT/L)

Berdasarkan hasil jawaban informan dapat dilihat bahwa masih ada informan yang menuju dalam perilaku boros meskipun sudah mengatur perencanaan keuangannya, namun yang lain juga masih berada dalam tahap yang wajar. Tahap *make decision* ini memang seringkali membuat individu berada pada pilihan yang sulit untuk menentukan akan dibuat apa keuangan yang mereka miliki (Thaler, 1999).

Tahapan selanjutnya adalah mengevaluasi atau *evaluate*. Informan selalu melakukan evaluasi dalam kurun waktu per bulan. Setiap bulan Army sebagai informan akan mengevaluasi keuangan yang sudah mereka keluarkan. Evaluasi ini mereka lakukan ada yang dengan mencatat secara langsung atau hanya dalam pikiran saja, tidak diungkapkan atau tuliskan secara jelas. Berikut ini sesuai dengan hasil wawancara dengan informan yang merupakan Army.

“selalu aku usahakan untuk **aku catat setiap hari**, dengan detail hari tanggal, barang dan jumlah yang aku keluarkan, **setelah satu bulan selalu aku lihat dan evaluasi lagi**, misalkan pendapatan ku dalam satu bulan segini, ternyata yang keluar lebih banyak, jadi ada kemungkinan aku menuju ke boros, dan jika ternyata pengeluaran bulan ini lebih besar dari bulan sebelumnya, maka untuk bulan selanjutnya aku akan berusaha mengurangi, tapi tinggal lihat kalau ada album ya pasti aku beli, soalnya paling *gak* bisa kalau album, tapi kalau yang lain masih bisa aku rem, *hehe*” (RF/P)

“**aku *gak nyatet sih***, pokoknya aku sisihkan maksimal tiga puluh persen dari pendapatan ku perbulan untuk kebutuhan ini, *nah* berlandaskan dari ini untuk **evaluasinya aku kira-kira *sih***, “kira-kira aku bulan ini boros *gak*” tapi pokoknya tiga puluh persen untuk kebutuhan ini, tujuannya *sih* dengan aku sisihkan ini nanti pas BTS *comeback*, apalagi konser, aku bisa beli albumnya dan datang konsernya” (AF/L)

Bagian evaluasi ini cukup berbeda antara penggemar laki-laki dan perempuan. **Penggemar perempuan** cenderung lebih teliti dan rinci dengan cara selalu mencatat perencanaan keuangan mereka mulai dari mengorganisir sampai dengan evaluasinya. Berbeda dengan **penggemar laki-laki** yang cenderung kurang begitu teliti dan rinci dengan tidak selalu mencatat apa yang sudah mereka keluarkan. Perbedaan antara **Army laki-laki dan perempuan** terlihat saat dihubungkan dengan bagaimana cara mereka mencatat keuangan mereka (Sari et al., 2020). Tercatat tidaknya, sadar tidaknya mereka dalam melakukan perencanaan keuangan yang dilakukan oleh **Army laki-laki atau perempuan** masih masuk kedalam *mental accounting*, yang bisa diartikan bahwa mereka menggunakan *mental accounting* sebagai landasan mereka dalam melakukan perencanaan keuangan (Thaler, 1999).

4.3 *Framing Effect* Army dalam Memenuhi Kebahagiaan

Framing effect seorang penggemar k-pop terkhusus Army sebagai informan, terjadi ketika Army berada dalam kondisi yang susah mengambil keputusan, yang cenderung mengarah pada *bias mental accounting*, yakni cenderung menuju pada perilaku boros. Kondisi dan situasi tersebut terjadi saat banyaknya *merch*, album dan konser yang keluar secara bersamaan, yang didukung dengan banyak faktor lain, misalnya keinginan untuk selalu mendukung idola tetapi juga ingin menyisihkan uang untuk hal yang lain. *Framing effect* berhubungan dengan informasi yang diterima dan membentuk persepsi tentang apa saja yang diinginkan dan reaksi terhadap informasi tersebut (Rospitadewi et al., 2017). Pengalaman *framing effect* yang dirasakan Army, terlihat sesuai dengan wawancara dengan informan berikut.

“ada di satu waktu, **BTS mengeluarkan merch, juga mengeluarkan album, terus ada yang jual *handmade* bagus**, aku gak pikir panjang langsung aku beli semua itu, karena bagus dan *kalau* beli awal pasti dapat *gift* PO dari *weverse*, selain itu aku juga kemakan **pemikiran kalau gak sekarang ya kapan lagi**, jadi ya aku beli *deh*, hehe, *kan* aku belinya sistem PO, kasih DP dulu terus

pas barang *sampai* di Indonesia aku pelunasan, *nah* pas pelunasan ini aku sadar, soalnya total pelunasannya banyak banget, jadi aku sadar “kok aku bisa kalap gini, semua tak beli, padahal kalau udah di *unboxing* ya udah cuma jadi pajangan, tapi kok tetep tak beli”, tapi untuk mendinginkan pikiran ku aku mikir lagi “kan untuk mendukung BTS dan juga itukan bisa memberikan kebahagiaan bagi aku” jadi ya *wes* percuma *tak* sesali, toh juga udah kebeli” (RF/P)

Framing effect terjadi bisa juga ditimbulkan karena adanya stimulus dari dalam diri atau lingkungan luar yang membuat seorang tanpa sadar melakukan hal tersebut, salah satunya bisa dikarenakan timbulnya rasa kebahagiaan (Rospitadewi et al., 2017). Perilaku yang menyebabkan adanya *framing effect* salah satunya adalah dengan perubahan suasana hati yang bisa terjadi kapanpun. *Framing effect* yang Army rasakan ketika mereka merasa bahagia atas dikeluarkannya album, *merch* pengumuman konser tapi disatu sisi mereka juga merasa bahwa semua itu tidak bisa mereka selalu penuhi karena masih ada kebutuhan lain yang harus mereka penuhi juga. Saat inilah suasana hati **penggemar laki-laki maupun perempuan** menjadi naik turun antara sedih dan senang antara membeli atau tidaknya segala hal yang berkaitan dengan BTS.

4.4 Perencanaan Keuangan yang Baik untuk Army

Berdasarkan *mental accounting* cara terbaik untuk perencanaan keuangan adalah dengan merencanakan keuangan dengan melaksanakan setiap tahapan dengan baik, mulai dari tahap awal sampai akhir (Saraswati et al., 2021). Berikut perencanaan keuangan yang baik yang disesuaikan dengan tahapan atau komponen *mental accounting*.

Tahap *organize* dan *budgeting*. Tahap ini mengharuskan untuk mengklasifikasikan pendapatan akan dibelanjakan untuk akun-akun apa saja. Pengklasifikasian bisa dilakukan dengan melihat besaran pendapatan yang diterima, setelah itu masing-masing individu bisa membuat rancangan pengeluaran yang dibutuhkan sesuai dengan skala prioritas masing-masing. Penggemar laki-laki

dan penggemar perempuan pada tahap ini bisa mendahulukan anggaran pengeluaran untuk kebutuhan utama terlebih dahulu, kemudian baru anggaran untuk kebutuhan sebagai penggemar (Jeanette et al., 2018). Anggaran dapat dilakukan sesuai dengan salah satu hasil wawancara dengan informan, yakni dengan menetapkan langsung besarannya atau hanya perkiraan (misalnya 30%). Catatan utama untuk tahapan ini adalah lebih baik tidak memaksakan pengeluaran untuk kebutuhan penggemar jika kebutuhan utama atau kebutuhan yang lebih penting lainnya masih belum terpenuhi dengan baik (Saraswati et al., 2021). Tujuan dari hal ini adalah agar tidak muncul adanya pengeluaran yang lebih besar dari pemasukkannya. Pernyataan ini diperkuat dengan pernyataan jawaban dari salah satu informan yang mengatakan sebagai berikut:

“Aku tiap bulan selalu **mengorganisir** pendapatanku, dan biasanya aku keluarkan untuk kebutuhan ku yang wajib dulu, baru untuk kebutuhan ku *as a fans*, tetapi selalu aku usahakan untuk mengeluarkan dan menyisihkan keuangan ku untuk album, dan lain-lain” (AF/L)

“.....pokoknya aku **sisihkan** maksimal 30% dari pendapatan ku perbulan untuk kebutuhan ini, (AF/L)

Tahap *make decision*. Tahap ini harus dipikirkan dengan sebaik mungkin, dimana baik penggemar laki-laki maupun penggemar perempuan harus menentukan keputusan keuangan mereka dengan baik dan bijaksana. Jika kebutuhan utama sudah terpenuhi, maka kebutuhan penggemar dapat dilakukan. Pada tahapan ini juga lebih baik jangan lupa untuk tetap melakukan *saving*. Tujuannya adalah jika saat BTS mengeluarkan album atau mengadakan konser, jika uangnya masih kurang, bisa ditabung terlebih dahulu, untuk beli dikemudian hari, tidak terburu-buru, yang nantinya malah menyebabkan kerugian. Informan sudah mengatakan bahwa dia telah melaksanakan tahapan ini dengan baik, dengan didukung oleh jawaban informan berikut.

“aku *sih* pingin punya semua, tapi **aku lebih memilih memenuhi kebutuhan utama ku dulu, baru kebutuhan ini, nah kalau dihadapkan dengan situasi seperti ini aku belinya tergantung harganya**, kalau masih bisa dijangkau dengan keuangan ku ya aku beli, kalau *gak* ya *gak* aku beli, tetapi khusus untuk album berapapun harga nya aku selalu beli, kalau konser tergantung tempatnya, jika masih di Indonesia kayaknya aku bakal usahain datang *sih*” (RF/P)

Tahap *evaluate* dan *self control*. Tahap ini adalah tahap yang paling penting. Tahap ini mengharuskan masing-masing penggemar laki-laki dan perempuan untuk melakukan evaluasi dan *self control* dalam melakukan perencanaan keuangan. Tahap ini bisa dilakukan dan dilihat dari catatan yang sudah dilakukan pada awal bulan, dan dibandingkan dengan bulan sebelumnya. Jika pengeluaran pada bulan ini lebih besar dari bulan sebelumnya, maka lebih baik penggemar laki-laki atau perempuan mengurangi pengeluaran pada bulan selanjutnya. *Self control* harus dilakukan, dengan tujuan tidak adanya pengeluaran yang membludak yang menjurus pada perilaku boros. Catatan untuk tahap ini adalah baik penggemar laki-laki maupun perempuan, harus tetap melakukan pencatatan, dengan tujuan untuk lebih mudah membantu dalam proses evaluasi. Pernyataan ini diperkuat dengan jawaban dari informan yang mengatakan bahwa:

“**selalu aku usahakan untuk aku catat setiap hari**, dengan detail hari tanggal, barang dan jumlah yang aku keluarkan, setelah satu bulan selalu aku lihat dan evaluasi lagi, misalkan pendapatan ku dalam satu bulan segini, ternyata yang keluar lebih banyak, jadi ada kemungkinan aku menuju ke boros, dan **jika ternyata pengeluaran bulan ini lebih besar dari bulan sebelumnya, maka untuk bulan selanjutnya aku akan berusaha mengurangi**, tapi tinggal lihat kalau ada album ya pasti aku beli,

soalnya paling *gak* bisa kalau album, tapi kalau yang lain masih bisa aku rem, *hehe*” (RF/P)

Catatan yang perlu diperhatikan dalam perencanaan keuangan bagi penggemar, selain harus dilaksanakan sesuai dengan tahapan yang ada, juga harus didukung dengan pemahaman yang berkaitan dengan *mental accounting* ataupun *finance*. Pemahaman akan kedua ilmu tersebut sedikit banyak akan membantu penggemar dalam proses perencanaan keuangan mereka (Kurnia, 2018). Pernyataan ini sejalan dengan pernyataan dari informan berikut.

“dalam perencanaan keuangan meskipun aku tidak ada *background* belajar ilmu keuangan, tetapi seiring bertambahnya usia, aku **mempelajarinya sendiri** dengan melihat video *yt*, dan baca buku, karena menurut ku belajar hal itu **dapat membantu** dalam proses perencanaan keuangan ku” (MQ/P)

“aku ada **belajar sedikit** tentang dasar-dasar penjurnalan akuntansi *sih*, berbekal hal itu dalam pencatatan ku aku buat jurnal yang sederhana” (AF/L)

Penggemar laki-laki maupun perempuan tetap mempelajari akuntansi dasar maupun keuangan sebagai dasar mereka dalam melakukan perencanaan keuangan. Kegiatan pembelajaran ini mereka lakukan agar *mental accounting* yang telah mereka miliki didalam alam bawah sadar *mental* diri mereka masing-masing, dapat mereka arahkan dengan baik dan tidak menyebabkan mereka terjerumus kedalam *bias mental accounting* yang menjurus pada perilaku boros. Alasan lain menurut mereka dengan belajar hal tersebut bisa menghindarkan mereka membuat keputusan yang salah bagi keuangan mereka.

BAB 5 PENUTUP

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa *Mental accounting* yang dihubungkan dengan perencanaan keuangan bagi penggemar k-pop, dapat membantu penggemar dalam melakukan perencanaan keuangan yang didasarkan pada komponen-komponen yang ada pada *mental accounting*. Komponen tersebut telah diterapkan dengan baik oleh penggemar laki-laki maupun perempuan mulai tahap *organize, make decision* sampai tahap *evaluate* pada perencanaan keuangan mereka, baik secara tertulis maupun tidak tertulis. Fenomena *framing effect mental accounting* yang terdapat dalam penggemar k-pop terkhusus Army terletak pada keputusan untuk membeli tidaknya semua album, *merch* dan datang ke konser.

Perbedaan yang terlihat pada penggemar laki-laki dan perempuan terletak pada proses pencatatan. Pencatatan yang dilakukan Army perempuan lebih rinci dan jelas, sedangkan untuk Army laki-laki cenderung tidak dicatat dengan rapi, dan akan dicatat jika ingat saja. Perencanaan keuangan yang mereka lakukan selain berlandaskan pada keempat komponen juga didasarkan pada ilmu akuntansi maupun keuangan yang telah sedikit mereka pelajari sebelumnya, agar mereka tidak salah langkah dalam mengambil keputusan keuangan mereka.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan pada penelitian ini adalah hanya berfokus pada pola perilaku dan aktivitas Army dalam menjalankan perencanaan keuangan dan berdasar pada *gender*, dan masih belum ada dokumen pendukung yang bisa digunakan sebagai informasi tambahan dalam penelitian.

5.3 Saran

Saran untuk penelitian selanjutnya, peneliti diharapkan mampu untuk menemukan lebih banyak informan dan dari berbagai macam latar belakang yang berbeda, sehingga hasil penelitian bisa lebih bervariasi dan dapat memberikan gambaran lebih luas tentang hubungan *mental accounting*, perencanaan keuangan dan penggemar k-pop.

DAFTAR PUSTAKA

- Adha, L. A. (2020). Digitalisasi Industri Dan Pengaruhnya Terhadap Ketenagakerjaan Dan Hubungan Kerja Di Indonesia. *Journal Kompilasi Hukum*, 5(2), 267–298. <https://doi.org/10.29303/jkh.v5i2.49>
- Aditiya, I. M. (2023, May 19). *Indonesia dalam Jajaran Penggemar BTS Terbesar 2022*. <https://Goodstats.Id>. <https://goodstats.id>
- Authors. (2019, September 26). *Financial Planning Standards Board*. <https://www.fpsb.org>
- Authors. (2022). *Circle Chart Music*. <https://circlechart.kr>
- Authors. (2023). *BTS*. <https://bts.bighit.com>. <https://bts.bighit.com>
- Bungin, B. (2022). *Post Qualitative Social Research Methods Kualitatif Kuantitatif Mixed Methods Positivisme Kualitatif Mixed Methods Positivisme Postpositivisme Phenomenology Postmodern Filsafat, Paradigma, Teori, Metode dan Laporan*. Surabaya: Prenadamedia Group Kencana.
- Efferin, S. (2017). *Sistem Pengendalian Manajemen berbasis Spiritualitas*. Malang: Penerbit Peneleh.
- Oktaviani, S. J., & Pramadya, T. P. (2021). Korean Wave (Hallyu) dan Persepsi Kaum Muda di Indonesia: Peran Media dan Diplomasi Publik Korea Selatan. *Insignia Journal of International Relations*, 8(1), 87–100.
- Eldista, E., Sulistiyo, Agung Budi., & Hisamuddin, N. (2019). Mental Accounting: Memaknai Kebahagiaan dari Sisi lain Gaya Hidup Mahasiswa Kos. In *Jurnal Akuntansi Universitas Jember*, 17(2). <https://doi.org/10.19184/jauj.v17i2.15393>
- Ferricha, D. (2014). *Sosiologi Hukum dan Gender Interaksi Perempuan dalam Dinamika Norma dan Sosio-Ekonomi*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Kamayanti, A. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif Akuntansi Pengantar Religiositas Keilmuan*. Malang: Penerbit Peneleh.
- Kartikasari, H., & Sudrajat, A. (2022). Makna Pembelian Album Fisik bagi Penggemar Budaya Pop Korea. Universitas Negeri Surabaya 1 Email Korespondensi: hesty.19003@mhs.unesa.ac.id 405 Hesty Kartikasari 1, Arief Sudrajat 2. In *Jurnal Analisa Sosiologi*, 11(3), 405-428. <https://dx.doi.org/10.20961/jas.v11i3.59242>
- Saraswati, Ade Maya & Widodo Nugroho, A. (2021). Perencanaan Keuangan dan Pengelolaan Keuangan Generasi Z di Masa Pandemi Covid-19 melalui Penguatan Literasi Keuangan. Article Info. *Jurnal Warta LPM*, 24(2), 309–318. <http://journals.ums.ac.id/index.php/warta>
- Kurnia, I. (2018). *Kajian Fenomenologi tentang Personal Finance Management pada Hallyu Wave Fandom Army BTS Kota Malang* [<http://repository.um.ac.id/id/eprint/37482>]. Universitas Negeri Malang.
- Mayssara, A., Hassanin A, & Affiifi. (2020). Pengertian Gender. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*.
- Pahlevi, R. (2022, January 25). *Ini Jumlah Penjualan Album BTS dari Debut hingga 2021*. <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2022/01/25/Ini-Jumlah-Penjualan-Album-Bts-Dari-Debut-Hingga-2021>.

- Jeanette & Sinta Paramita. (2018). Makna Idola Dalam Pandangan Penggemar (Studi Komparasi Interaksi Parasosial Fanboy dan Fangirl ARMY Terhadap BTS) Makna Idola Dalam Pandangan Penggemar (Studi Komparasi Interaksi Parasosial Fanboy dan Fangirl ARMY Terhadap BTS). *Jurnal KONEKSI Universitas Tarumanegara*, 2(2), 393-400. <https://doi.org/10.24912/kn.v2i2.3915>
- Yulfiswandi, C., Kho, C., Valentina, M. A., Lim, J., Aurellia, A. (2023). Pentingnya Perencanaan Keuangan untuk Masa Depan. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*. <https://doi.org/10.31604/jips.v10i4.2023.1908-1914>
- Prasetyo, W. (2020). Covid-19 Learning Concerning Financial Planning Importance and Household Accounting. *Jurnal Reviu Akuntansi dan Keuangan*, 10(3), 444-457. <http://repository.unej.ac.id/handle/123456789/103012>
- Prasetyo, W. (2020). Penghimpunan Pendapatan Ngefans Saweran : Mistik Semar Mesem Penyanyi Dangdut (Studi pada Penyanyi Orkestra Melayu New Kendedes). In *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Airlangga*, 5(1), 784-799. <https://doi.org/10.18202/jamal.2017.04.7037>
- Riyanto, A. D. (2022, February 19). *Hootsuite We Are Social Indonesian*. <https://andi.link/Hootsuite-We-Are-Social-Indonesian-Digital-Report-2022/>. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>
- Rospitadewi, E., & Efferin, S. (2017). Mental Accounting dan Ilusi Kebahagiaan: Memahami Pikiran dan Implikasinya bagi Akuntansi. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*. <https://doi.org/10.18202/jamal.2017.04.7037>
- Sari, D. L., Pujiati, & Rahmah Dianti Putri. (2020). Literasi Keuangan Mahasiswa Ditinjau dari Gender, Teman Sebaya dan Pembelajaran Kewirausahaan. *Economic Education and Entrepreneurship Journal*, 3(1), 1-9.
- Thaler, R. H. (1999). Mental Accounting Matters. *Journal of Behavioral Decision Making*, 12(3), 183-206. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1099-0771\(199909\)12:3<183::AID-BDM31>3.0.CO;2-F](https://doi.org/10.1002/(SICI)1099-0771(199909)12:3<183::AID-BDM31>3.0.CO;2-F)
- Wildan, W. K. S., Sulistiyo, A. B., & Prasetyo, W. (2022). Revealing Spiritual-Based Mental Accounting. *Wiga : Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi*, 12(1), 36-45. <https://doi.org/10.30741/wiga.v12i1.668>

LAMPIRAN

Lampiran 1 Premierly Interview untuk Informan

Untuk *premierly interview* kali ini, pertanyaan yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Tahukah anda mengenai apa itu *financial planning*?
2. Perlukah seorang penggemar k-pop melakukan *financial planning*?

Peneliti telah memilih empat responden, dua laki-laki dan dua perempuan untuk penelitian kali ini dengan hasil dari pertanyaan tersebut. Hasil dari jawaban keempat responden tersebut adalah sebagai berikut:

1. Keempat responden tahu dan mengerti akan maksud dari *financial planning*.
2. Keempat responden mengatakan bahwa seorang penggemar baik laki-laki maupun perempuan perlu melakukan *financial planning*.

Lampiran 2 Daftar Pertanyaan Wawancara untuk Informan

1. Tahukah anda mengenai apa itu *financial planning*?
2. Perlukah seorang penggemar k-pop melakukan *financial planning*?
3. Apa makna BTS bagi kehidupan anda?
4. Jika aka ada sebuah konser k-pop apa saja sih yang harus dipersiapkan?
5. Jika BTS mengadakan suatu konser apakah anda akan selalu menghadirinya?
6. Uang bulanan anda anda dapatkan dari mana?
7. Apakah setiap bulan atau setiap BTS anda mengeluarkan *merch* atau album anda selalu membelinya?
8. Apakah anda selalu menyisihkan keuangan anda perbulan untuk memenuhi kebutuhan anda sebagai penggemar?
9. Berapa besaran pengeluaran yang biasa anda habiskan untuk memenuhi kebutuhan anda sebagai penggemar?
10. Bagaimana biasanya anda mengatur keuangan anda tiap bulannya?
11. Bagaimana cara anda memenuhi kebutuhan primer anda dan kebutuhan sebagai penggemar agar keduanya terlihat seimbang?
12. Bagaimanakah model *financial planning* yang biasa anda lakukan? Apakah ada pencatatannya?
13. Apakah setiap bulannya anda juga melakukan evaluasi terhadap keuangan anda?
14. Tahukah anda tentang *mental accounting*? Dan sadarkah anda jika anda telah melakukan atau menjalankan *mental accounting* itu?
15. Framming effect seperti apa yang anda rasakan?
16. Apakah anda ada belajar tentang akuntansi atau keuangan?

Lampiran 3 Hasil Wawancara dengan Informan

No	Pertanyaan	RF/P	MQ/P	BT/L	AF/L
1	Tahukah anda mengenai apa itu financial planning?	Tahu, perencanaan keuangan kan	Tahu, merencanakan keuangan untuk kesehatan keuangan kan	Tahu	Tahu, itu adalah proses perencanaan keuangan seseorang untuk mencapai tujuan hidupnya
2	Perluah seorang penggemar k-pop melakukan financial planning?	Perlu dong, bahkan sangat perlu	Perlu biar gak terlalu berlebihan, tapi juga tetep ada budget untuk itu	Perlu lah	Perlu, kan itu salah satu penyisihan dana, agar kita bisa bagi untuk kebutuhan pribadi dan kebutuhan idol
3	Apa makna BTS bagi kehidupan anda?	BTS dapat mengubah hidupku yang agak suram waktu itu menjadi lebih terang, berkat BTS salah satunya aku bisa melanjutkan hidup ditemani lagu-lagunya	Melalui kata-kata BTS, mereka membuatku lebih percaya diri, dan tidak perlu peduli kata orang cukup fokus pada diri sendiri saja	BTS bisa membuat aku merasakan ketenangan melalui lagu-lagunya diusia ku yang kurang stabil ini, BTS seperti menemani aku melalau lagu-lagunya	BTS mengajarkan bagaimana cara pandang BTS dalam menghadapi berbagai masalah, tentang mencintai diri sendiri, yang digambarkan dalam lagu-lagunya
4	Jika akan ada sebuah konser k-pop apa saja	Budget yang pasti, biar tahu kira-kira yang	Banyak sih, tapi yang utama ya uangnya cukup apa gak untuk beli tiket,	Tiket sih yang utama, sama akomodasi pas	Pastinya tiket, ootd yang kece, merchandise

	yang harus dipersiapkan?	dikeluarkan itu besarnya berapa	pesen penginapan, dan budget untuk pp nya	udah dideket venue konsernya	kalaupun ada bisa dibawa, hehe
5	Jika BTS mengadakan suatu konser apakah anda akan selalu menghadirinya?	Gak selalu juga, mahal harga tiketnya, tergantung tempat sih	Tergantung tempatnya, kalau masih dalam jangkauan dan budget cukup ya mungkin bisa aku ikuti	Kalau di Indonesia kayaknya masih oke lah	Gak wajib sih, tapi kalau bisa ada budget berlebih bisa lah ngikuti dimana aja konsernya, tapi yang paling penting tempatnya dimana sih
6	Uang bulanan anda, anda dapatkan darimana?	Kerja dan jualan fanmade juga	Uang saku aku	Uang saku	Aku dapat dari kakak ku sih
7	Apakah setiap bulan atau setiap BTS mengeluarkan merch atau album anda selalu membelinya?	Kalo murah dibudget masih masuk ya belilah, tapi yang pasti kalau album selalu aku beli	Kalau album pasti sih, kalau merch tergantung, kalau mau beli ya beli, kalau gak ya gak	Aku tergantung budget sih, budet ada harga cocok gass beli	Kalau pas mereka mengeluarkan aku usahain beli, tapi sejak masa hiatus ini aku gak begitu banyak beli-beli
8	Apakah anda selalu menyisihkan keuangan anda perbulan untuk	Iya dong pasti	Iya aku selalu sisihkan	Iya aku sisihkan aku tabung, aku kumpulin untuk beli-beli gitu-gitu	Iya aku menyisihkan, meski gak seberapa

	memenuhi kebutuhan anda sebagai penggemar?				
9	Berapa besaran pengeluaran yang biasa anda habiskan untuk memenuhi kebutuhan anda sebagai penggemar?	Perkiraan kurang lebih 1 sampai dengan 2 jutaan lah	Gak ngitung sih ya, hehe, tapi pasti ada lah tiap bulan yang aku habiskan untuk beli hal-hal itu	Meskipun tidak besar, tapi selalu aku usahakan untuk menyisihkan keuangan ku untuk kebutuhan ku sebagai penggemar	Gak banyak sih tapi masih bisalah untuk memenuhi dan menyisihkan untuk kebutuhan penggemar
10	Bagaimana biasanya anda mengatur keuangan anda tiap bulannya?	Keuangan yang terorganisir itu pasti ada dan tak lakukan, biasanya kebutuhan primer, sekunder baru untuk kebutuhan penggemar ku, yang aku sisihkan untuk itu. Aku sih pingin punya semua tapi aku lebih memilih memenuhi kebutuhan utamaku dulu, baru kalau album berapapun harganya aku	Aku dalam kondisi seperti ini apapun keadaannya aku selalu usahakan beli semua yang berhubungan dengan BTS, mulai album, merch sampai prosuk yang menjadikan mereka brand ambasadornya, gak peduli mahal murah pokoknya harus beli, kalau konser aku masih oke kalau di indonesia, jadi aku ngaturnya setiap bulan	Kan aku selalu menyisihkan keuangan ku ya, jadi selalu beli sih apalagi kalau album, kalau konser tergantung lokasinya, aku ngatur untuk kebutuhan utama dan aku sisihkan untuk album lah yang utama	Aku tiap bulan selalu mengorganisir pendapatanku, dan biasanya aku keluarkan untuk kebutuhan ku yang wajib dulu, baru untuk kebutuhan as a fans, tetapi selalu aku usahakan untuk mengeluarkan dan menyisihkan keuangan ku untuk album dan lain-lain, untuk konser aku sesuaikan budget sih, dan yang pasti

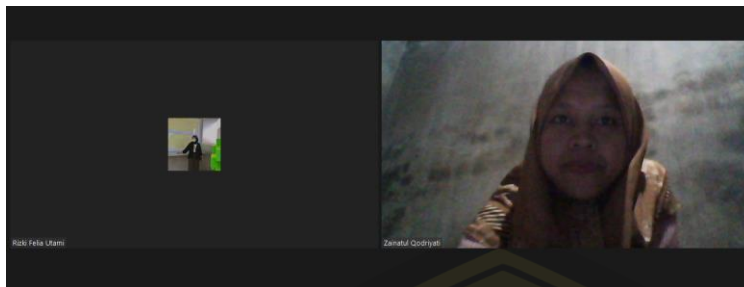
		selalu beli, kalau konser tergantung tempatnya	selalu ada untuk kebutuhan penggemar		nabung dulu sambil menunggu mereka selesai wamil
11	Bagaimana cara anda memenuhi kebutuhan primer anda dan kebutuhan sebagai penggemar agar keduanya terlihat seimbang?	Harus pintar2 ngelola uang masuk uang keluar sih	Lihat pemasukan berapa terus dibagi-bagi, yang utama untuk kebutuhan pribadi dulu, baru aku sisihkan untuk kebutuhan ini	Pokoknya kalau untuk kebutuhan ini aku selalu ambil dari tabungan, pemasukan aku untuk kebutuhan utama dulu, sisanya aku sisihkan untuk aku tabung untuk kebutuhan ini	Aku sih biasanya menyisihkan setidaknya 30% untuk kebutuhan penggemar
12	Bagaimana model financial planning yang biasa anda lakukan? Apakah ada pencatatannya?	Biasa aku catat pemasukan dulu berapa, terus aku catat apa aja pengeluaran yang diperlukan setelah gaji	Aku catet sih biasanya aku pakek bantuan apk, aku catet secara lengkap dan rinci	Kalau inget aku catet kalau gak ya gak, hehe	Pokoknya aku sisihkan aja dah 30%, dan gak aku catat
13	Apakah setiap bulannya anda juga melakukan evaluasi	Selalu aku usahakan untuk aku catat setiap hari dengan detail, hari tanggalnya, barang dan	Iya, aku lihat pemasukan sama pengeluaran ku tiap bulannya seberapa,	Gak selalu, tapi biasanya kalau aku merasa udah membengkak	Aku gak nyatet sih, pokoknya aku sisihkan maksimal 30% dari pendapatan ku perbulan

	terhadap keuangan anda?	jumlah yang aku keluarkan setelah satu bulan selalu aku lihat dan evaluasi lagi, misalkan pendapatan ku dalam satu bulan segini, ternyata pengeluaran bulan ini lebih besar dari bulan sebelumnya, maka untuk bulan selanjutnya aku akan berusaha mengurangi tapi tinggal lihat kalau ada album ya pasti aku beli, soalnya paling gak bisa kalau album, tapi kalau yang lain masih bisa aku rem, hehe	pengeluaran ku membengkak apa gak	pengeluarannya ya aku usahakan aku rem untuk pengeluaran yang kuran begitu penting	untuk kebutuhan ini, nah berlandaskan dari ini untuk evaluasinya aku kira-kira sih, kira-kira aku bulan ini boros gak, tapi pokoknya 30% untuk kebutuhan ini, tujuannya sih dengan aku sisihkan ini pasti nanti pas BTS comeback, apalagi konser, aku bisa beli albumnya dan datang ke konsernya
14	Tahukah anda tentang mental accounting? Sadarkah anda jika anda telah melakukan atau menjalankan mental accounting?	Eh aku gak tahu sama sekali, huhu	Tahu, tapi ya cuma sebaras tahu aja, mungkin ya aku melakukan mental accounting itu	Gak tahu	Pernah denger, dan tahu sedikit, aku juga sadar walaupun gak sepenuhnya paham betul

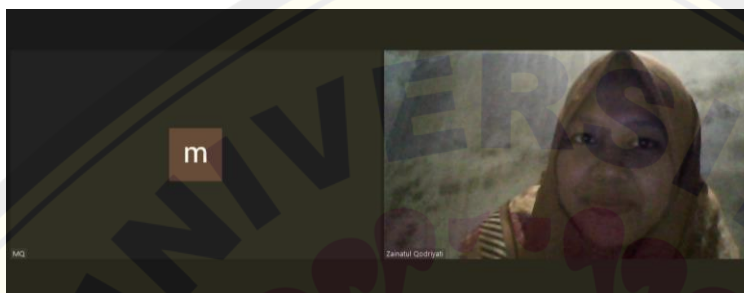
15	Framming effect seperti apa yang anda rasakan?	Ada di satu waktu, BTS mengeluarkan merch, juga mengeluarkan album, terus ada yang jual fanmade bagus, aku gak pikir panjang aku beli semua itu, karena bagus dan kalau beli awal pasti dapat gift PO dari weverse, selain itu aku juga kemakan pemikiran kalau gak sekarang ya kapan lagi, jadi ya aku beli deh, kan aku belinya sistem PO kadi DP dulu terus pas barang sampai indonesia aku pelunasan, nah pas pelunasan ini aku sadar, soalnya total pelunasan banyak banget, jadi aku sadar kok bisa aku kalap gini, semua aku beli, padahal kalau udah di unboxing ya udah cuma jadi pajangan, tapi kok tetep aku beli, tapi untuk mendinginkan pemikiran, aku mikir lagi kan untuk	Paling bingung kalau keluar album berdekatan sama keluar merch, produk dengan anggota BTS yang jadi modelnya, bingung mau beli yang mana dulu, kan kalau kebeli aku merasa bahagia tapi kalau ada kebutuhan yang lebih urgent itu yang susah, dan pasti aku sesuaikan juga dengan budget	Bahagia banget sih kalau bisa beli album atau yang lainnya tapi kalau pas gak bisa beli ya sedih pasti karena gak bisa dukung artis yang kita idolakan, tapi ya gimana lagi harus aku sesuaikan dengan budget juga kan	Bahagia banget sumpah ada rasa kebanggaan tersendiri kalau bisa memenuhi kebutuhan ini, tapi kalau gak bisa ya aku legowo aja sih dengan pemikiran masih ada hari esok dan pastikan nanti ada yang jual dengan lebih murah juga, biasalah sesuaikan sama budget, hahaha
----	--	---	--	--	---

		mendukung BTS jadi ya wes percuma disesali toh juga udah kebeli			
16	Apakah anda ada belajar tentang akuntansi atau keuangan?	Aku ada sedikt belajar tentang finance sih	Dalam perencanaan keuangan meskipun aku tidak ada background belajar ilmu keuangan, tetapi seiring bertambahnya usia, aku mempelajarinya sendiri dengan melihat video yt, dan baca buku, karena menurutku belajar hal itu dapat membantu dalam proses perencanaan keuanganku	Aku ada belajar akuntansi dasar	Aku ada belajar sedikit tentang dasar-dasar penjurnalan akuntansi sih, berbekal itu dalam pencatatan aku buat penjurnalan yang sederhana

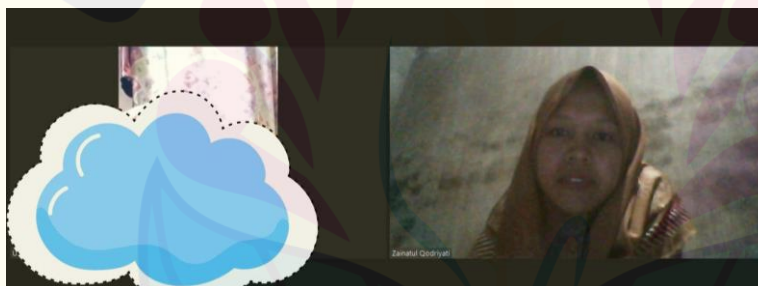
Lampiran 4 Dokumentasi Wawancara



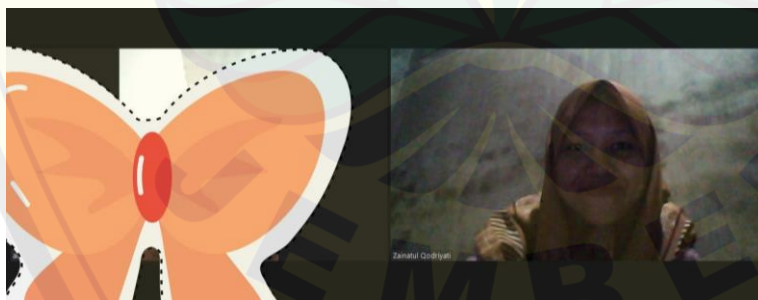
Gambar 1 wawancara bersama RF/P



Gambar 2 wawancara bersama MQ/P



Gambar 3 wawancara bersama AF/L



Gambar 4 wawancara bersama BT/L