

**STRATEGI PENGEMAR K-POP DALAM MENGELOLA
KEUANGAN PRIBADI**

(Sebuah Pendekatan Fenomenologi Mahasiswa Di Kota Malang)

SKRIPSI



Oleh :

INAROTHUL HUDA
NIM : 220501110143

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK
IBRAHIM
MALANG
2025**

**STRATEGI PENGEMAR K-POP DALAM MENGELOLA
KEUANGAN PRIBADI**

(Sebuah Pendekatan Fenomenologi Mahasiswa Di Kota Malang)

SKRIPSI

Diusulkan untuk Penelitian Skripsi pada Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim



Oleh :

INAROTHUL HUDA
NIM : 220501110143

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK
IBRAHIM
MALANG
2025**

LEMBAR PENGESAHAN

STRATEGI PENGEMAR K-POP DALAM MENGELOLA
KEUANGAN PRIBADI
(Sebuah Pendekatan Fenomenologi Mahasiswa di Kota Malang)

SKRIPSI

Oleh
Inarothul Huda

NIM : 220501110143

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Pengaji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen (S.M.)

Pada 23 Desember 2025

Susunan Dewan Pengaji:

Tanda Tangan

1 Ketua Pengaji

Dr. Muhammad Nanang Choiruddin, SE., M.M

NIP. 198508202023211019



2 Anggota Pengaji

Fitriyah, MM

NIP. 197609242008012012



3 Sekretaris Pengaji

Mega Noerman Ningtyas, M.Sc

NIP. 199109272019032023



Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi,



Dr. Setiani, M.M

NIP. 199009182018012002

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Inarothul Huda

NIM : 220501110143

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul: **Strategi Penggemar K-Pop Dalam Mengelola Keuangan Pribadi (Sebuah Pendekatan Fenomenologi Mahasiswa Di Kota Malang)** adalah hasil karya saya sendiri, bukan “duplikasi” dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila di kemudian hari ada “klaim” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 28 Januari 2026

Hormat saya,



Inarothul Huda

NIM : 220501110143

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur dan puji syukur atas ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan kekuatan yang diberikan-Nya, penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik. Tidak lupa shalawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah menunjukkan teladan hidup yang penuh kebaikan dan menjadi sumber inspirasi bagi umat manusia. Semoga syafaat-Nya senantiasa menyertai kita semua di dunia dan akhirat.

Skripsi ini saya persembahkan dengan penuh rasa hormat dan cinta kepada kedua orang tua saya, Suto Santoso dan Zainah, yang telah memberikan dukungan, kasih sayang, dan doa yang tiada henti selama perjalanan hidup saya. Semua yang saya capai hari ini adalah berkat cinta dan pengorbanan kalian. Saya juga persembahkan kepada diri saya sendiri, yang telah berusaha dengan sangat keras agar harapan dan mimpi yang dicita-citakan dapat tercapai. Saya bangga dan bersyukur karena dapat tetap berjalan menghadapi semua kesulitan dikehidupan saya dan tetap berusaha berada di jalan yang sebaik-baiknya.

Dengan segala hormat, saya mempersembahkan karya ini kepada Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi, khususnya, dosen pembimbing saya, Ibu Mega Noerman Ningtyas, M.Sc yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan dukungan yang luar biasa sepanjang proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas setiap waktu yang diberikan kepada saya, masukan dan dorongan yang diberikan, yang membuat saya semakin yakin untuk terus maju hingga mencapai titik ini.

HALAMAN MOTTO

إِنَّمَا أَمْرُهُ إِذَا أَرِادَ شَيْئًا أَنْ يَقُولَ لَهُ كُنْ فَيَكُونُ

“Sesungguhnya ketetapan-Nya, jika Dia menghendaki sesuatu, Dia hanya berkata kepadanya, 'Jadilah!' Maka, jadilah (sesuatu) itu”

(Q.S Yasin : 82)

“*You can't be good at everything, but that doesn't mean you can't do anything*”

-Wonwoo (*Seventeen*)

“*We were born to be real, not to be perfect*”

-Suga (BTS)

“Setidaknya lakukan sesuatu atau mati”

-*Mysel*f

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Strategi Penggemar K-Pop Dalam Mengelola Keuangan Pribadi (Sebuah Pendekatan Fenomenologi Mahasiswa Di Kota Malang)” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW yang telah membimbing kita dari kegelapan menuju jalan kebaikan, yakni Din al-Islam.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Setiani, M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Ibu Mega Noerman Ningtyas, M.Sc selaku dosen pembimbing skripsi, yang dengan sabar telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, arahan, serta masukan yang sangat berarti selama proses penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Fitriyah, S.Sos, MM selaku dosen wali yang dengan sabar telah membimbing dan mengarahkan saya selama periode perkuliahan.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
5. Kedua orang tua tercinta yang senantiasa memberikan dukungan moral, doa, serta motivasi selama proses studi dan penyusunan skripsi ini. Terima kasih yang tak terhingga saya haturkan kepada kedua orang tua saya, Suto Santoso

dan Zainah, atas segala doa, cinta, dukungan, dan pengorbanan yang tak pernah putus. Keikhlasan dan kasih sayang yang telah diberikan sepanjang hidup saya menjadi sumber kekuatan dan motivasi terbesar dalam menyelesaikan skripsi ini. Segala pencapaian ini tidak akan terwujud tanpa bimbingan, pengorbanan, dan doa dari kalian berdua. Semoga sehat dan bahagia selalu sehingga bisa melihat saya mencapai mimpi-mimpi saya di kemudian hari.

6. Alm. Nenek saya, Hj. Marbiha/Marwiha yang telah menemani dan merawat saya ketika saya masih kecil sehingga saya tumbuh besar dan dapat melanjutkan pendidikan hingga di posisi sekarang. Semoga Allah SWT mengampuni dosa-dosanya dan semoga amal ibadahnya diterima di sisi-Nya.
7. Kedua adik yang sangat saya banggakan dan saya sayangi, Syahmi Farel Ahmad Fahreza dan Mohammad Syafik. Terima kasih saya sampaikan kepada mereka karena telah hadir dalam hidup saya dan menjadi penyemangat saya dikala saya lelah. Terimakasih saya sampaikan, semoga kalian selalu bahagia dan dimudahkan segala urusan kehidupan dunia dan akhiratnya.
8. Pengasuh pondok pesantren saya di Pondok Pesantren Al-Mujtama', Alm. Kyai H. Abdul Ghafur Syafiuddin, LC beserta keluarga. Terima kasih tak terhingga saya ucapkan atas setiap tetes ilmu, bimbingan, dan atas keberkahan doa yang senantiasa mengiringi langkah saya, terutama pada saat saya masih menjadi santri. Semoga Allah SWT mengampuni beliau dan ditempatkan dalam golongan orang-orang yang berilmu dan beramal saleh. Dan bagi keluarga beliau, semoga senantiasa dilimpahkan kesehatan, rahmat, serta keberkahan yang luas.
9. Para guru saya di pondok pesantren Al-Mujtama', tempat dimana saya sempat mencari ilmu disana. Terkhusus Ibu Ruskiyah, Ustad Bukhori, Ibu Jamilah Sholeh, ibu Ernawati Syah, Ibu Nur Asiah Al-Ghazali, Ibu Waqi'ah Ahmad, Ibu Nafi'ah dan segenap jajaran tenaga pendidik di Pondok Pesantren Al-Mujtama'. Terima kasih yang tak terhingga saya sampaikan

atas segala ilmu, bimbingan dan dukungan yang diberikan kepada saya hingga saya berada di posisi sekarang. Semoga yang bersangkutan beserta keluarga senantiasa dilimpahkan kesehatan, rahmat, serta keberkahan yang luas.

10. Sepupu sekaligus teman masa kecil saya, *Mbak* Normala Indah Rizky yang telah membantu saya memulai studi ini dari awal pendaftaran sampai sekarang. Terima kasih saya sampaikan, semoga *Mbak* dan keluarga sehat selalu dan dimudahkan segala urusan baik di dunia maupun akhirat.
11. Para informan yang bersedia menjadi narasumber dan membantu penyusunan skripsi ini yang namanya tidak dapat disebutkan secara transparan, NL, JJ, AR, TA, dan FA. Terima kasih yang tak terhingga saya sampaikan, semoga sehat selalu dan dimudahkan dalam segala urusan.
12. Sahabat sekaligus teman seperjuangan semasa di pesantren, Mariyatul Kiftiyah, Susanti, Irmayanti, Sutri Puspita Sari, Izzatul Afrah, Susilawati, Sustikawati Dewi, dan Siti Kholidah yang walaupun tidak sering bertemu, namun tetap saling mendukung dan semakin hebat dengan jalan masing-masing. Semoga kalian beserta keluarga selalu dalam keadaan sehat dan dimudahkan segala urusan baik di dunia maupun di akhirat.
13. Teman-teman *Human Research Development* HMPS Manajemen periode 2024-2025, Novita Tri Wulandari, Hanum Melani Agustin, Mohamad Nabil Siraj E.M, Aidah Sandy Aulia, Amelia Navira Dwiyanti, Eliza Agustina, Rengga Aditya Hidaytullah, Cindy Fitri Astika, Angga Sitya Darma Roihan, Agil Herlan Pratama, Heru Kurniawan, M. Rizal Madany, dan Muhammad Haikal Adam. Terima kasih atas kebersamaan dan dukungan yang diberikan selama ini. Semoga kita semua semakin sukses, Bahagia dan tercapai segala cita-cita.
14. Teman kamarku, Nurul Fatikhah R. Izzati yang menemani proses penyusunan skripsi dan keluh kesahku selama 3 tahun lebih, teman-teman yang ku temui di perkuliahan, Thalita Azka, Rismatun Fitriana, Ndan juga teman-teman angkatan manajemen 2022 yang lain yang tidak dapat disebutkan satu-satu yang telah menemani perjalanan sejak maba hingga

sekarang. Terimakasih banyak atas waktu yang di berikan untuk sama-sama berjalan dan menghadapi kehidupan perkuliahan yang berat namun indah ini. Semoga kita semua semakin sukses, bahagia, dan tercapai segala cita-cita.

15. Seluruh Idola K-Pop saya yang menjadi inspirasi penyusunan skripsi ini, Kim Nam Joon, Kim Seok Jin, Min Yoon Gi, Jung Heo Seok, Park Jimin, Kim Tae Hyung, Jeon Jungkook, Choi Seung Cheol, Yoon Jeonghan, Hong Jisoo, Moon Junhui, Kwon Soon Young, Jeon Won Woo, Lee Ji Hoon, Lee Seok Min, Kim Mingyu, Xu Minghao, Boo Seungkwan, Hansol Vernon Chwe, Lee Chan, Lee Tae Yong, Nakamoto Yuta, Qian Kun, Kim Dong Young, Chittaphon Leechaiyapornkul, Jeong Yun Oh, Dong Si Cheng, Kim Jung Woo, Mark Lee, Lucas Wong, Xiao Dejun, Wong Kunhang, Huang Renjun, Lee Jeno, Lee Dong Hyuck, Na Jaemin, Liu Yangyang, Zhong Chenle, Park Jisung, Osaki Shotaro, Jung Sung Chan, Lee Heeseung, Park Jong Seong, Sim Jae Yun, Park Sunghoon, Kim Sunoo, Yang Jungwon, Nishimura Riki, Kwon Ji Yong, Kang Daesung, Dong Yong Bae, Choi Seung Hyun, Park Jung Soo, Kim Hee Chul, Kim Jong Woon, Shin Dong Hee, Lee Hyuk Jae, Lee Dong Hae, Kim Ryeo Wook, Cho Kyu Hyun, Lee Sung Min, Kim Young Woon, Kim Min Seok, Kim Jun Myeon, Zhang Yixing, Byun Baek Hyun, Kim Jong Dae, Park Chan Yeol, Do Kyung Soo, Kim Jong In, Oh Sehun, Kim Ji Soo, Kim Jennie, Park Chae Young, Lalisa Manoban, Im Na Yeon, Yoo Jeong Yeon, Hirai Momo, Minatozaki Sana, Park Ji Hyo, Myoui Mina, Kim Da Hyun, Son Chae Young, Chou Tzu Yu, Kim Taeyeon, Jessica Jung, Lee Soon Kyu, Hwang Mi Young, Kim Hyo Yeon, Kwon Yu Ri, Choi Soo Young, Im Yoon Ah, Seo Ju Hyun dan juga idola K-Pop lainnya yang telah menemani masa muda saya dengan lagu dan tingkah laku kalian sehingga saya dapat bertahan hingga hari ini. Terima kasih saya ucapan, dan semoga di suatu kesempatan kita dapat bertemu.
16. Terakhir, untuk diri sendiri, yang telah bekerja keras untuk menyelesaikan skripsi ini, yang telah bekerja keras untuk tetap hidup dan menjalani kehidupan ini, yang tetap berdiri setelah tergempur peristiwa-peristiwa yang

menyakitkan. Terimakasih karena tetap waras dan bahagia, semoga apa yang sudah kita usahakan sejak sekarang akan berkembang dan meledak hebat di masa depan. Semoga kita selalu bahagia dunia dan akhirat.

Dengan segala kerendahan hari, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan menjadi kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan. *Amin ya Robbal 'Alamin...*

Malang, 28 Januari 2026

Penulis,

Inarothul Huda

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN JUDUL DALAM	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSEMPAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
ABSTRAK	xix
ABSTRAC.....	xx
مستخلص البحث.....	xxi
BAB I.....	23
PENDAHULUAN.....	23
1.1 Latar Belakang.....	23
1.2 Fokus Penelitian	30
1.3 Tujuan penelitian	30
1.4 Kontribusi penelitian	30
1.5 Batasan Penelitian.....	31
BAB II..	32
KAJIAN TEORI	32
2.1 Penelitian terdahulu	32
2.2 Kajian Teoritis	39

2.2.1 <i>Theory of Planned Behavior</i>	39
2.2.2 Pengelolaan Keuangan Pribadi	40
2.2.2.1 Definisi Pengelolaan Keuangan Pribadi	40
2.2.2.2 Aspek Pengelolaan Keuangan Pribadi	40
2.2.2.3 Pengelolaan Keuangan Pribadi Dalam Islam.....	42
2.2.3 Penggemar K-pop	44
2.2.3.1 Definisi Penggemar (<i>fan/fandom</i>).....	44
2.2.3.2 Korean Pop (K-Pop).....	44
2.3 Kerangka Berpikir.....	47
BAB III.....	48
METODOLOGI PENELITIAN	48
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian	48
3.2 Lokasi Penelitian.....	49
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	49
3.3.1 Subjek Penelitian	49
3.3.2 Objek Penelitian.....	50
3.4 Sumber Data dan Jenis Data.....	50
3.4.1 Data Sekunder	50
3.4.2 Data Primer	50
3.5 Teknik Pengumpulan Data	51
3.5.1 Observasi.....	51
3.5.2 Wawancara	51
3.5.3 Dokumentasi	52
3.6 Analisis Data.....	52
3.6.1 Reduksi	52

3.6.2 Penyajian Data	53
3.6.3 Penarikan Kesimpulan	53
3.7 Uji Keabsahan Data	53
3.7.1 Triangulasi	54
3.7.1.1 Triangulasi Sumber	54
3.7.1.2 Triangulasi Teknik	55
3.7.1.3 Triangulasi Waktu.....	55
BAB IV	56
PAPARAN DATA DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN.....	56
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	56
4.1.1 Sejarah K-Pop	56
4.1.2 K-Pop Di Indonesia.....	57
4.1.3 K-Pop Di Kota Malang	58
4.1.4 Deskripsi Informan	60
4.2 Paparan Data	63
4.2.1 Pola konsumsi mahasiswa penggemar K-Pop di Kota Malang.....	65
4.2.1.1 Kebutuhan Makan	65
4.2.1.2 Kebutuhan Perawatan Diri	67
4.2.1.3 Keinginan Membeli Produk K-Pop	68
4.2.2 Strategi dalam mengelola keuangan pribadi mahasiswa penggemar K- pop di Kota Malang	70
4.2.2.1 Membuat Pos-pos Anggaran dan Dana Darurat	70
4.2.2.2 Menabung	72
4.2.2.3 Mencegah Transaksi Berlebihan dan Mencari Solusi.....	74
4.2.2.4 Kebutuhan Tetap Prioritas Utama.....	77

4.2.3 Implikasi keterlibatan strategi tersebut dalam mengelola keuangan pribadi mahasiswa penggemar K-pop di Kota Malang.....	79
4.2.3.1 Meningkatkan kendali diri	79
4.2.3.2 Rasional dalam berbelanja	81
4.2.3.3 Keuangan yang stabil	84
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	86
4.3.1 Pola Konsumsi Mahasiswa Penggemar K-Pop Di Kota Malang	86
4.3.1.1 Kebutuhan Makan	86
4.3.1.2 Kebutuhan Perawatan Diri	88
4.3.1.3 Keinginan Membeli Produk K-Pop	89
4.3.2 Strategi dalam mengelola keuangan pribadi mahasiswa penggemar K-pop di Kota Malang	91
4.3.2.1 Membuat Pos-pos Anggaran dan Dana Darurat	91
4.3.2.2 Menabung	95
4.3.2.3 Mencegah Transaksi Berlebihan dan Mencari Solusi.....	97
4.3.2.4 Kebutuhan Tetap Prioritas Utama.....	100
4.3.3 Implikasi keterlibatan strategi tersebut dalam mengelola keuangan pribadi mahasiswa penggemar K-pop di Kota Malang.....	101
4.3.3.1 Meningkatkan kendali diri	101
4.3.3.2 Rasional dalam berbelanja	103
4.3.3.3 Keuangan yang stabil	105
BAB V	108
PENUTUP	108
5.1 Kesimpulan	108
5.2 Saran	110
DAFTAR PUSTAKA	111

LAMPIRAN-LAMPIRAN	118
--------------------------------	-----

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	34
Tabel 2.2 Persamaan Dan Perbedaan Penelitian	39
Tabel 3.1 Data Informan Mahasiswa Penggemar K-Pop	49
Tabel 4.1 Ringkasan Data Informan Mahasiswa Penggemar K-Pop	61
Tabel 4.2 Pengumpulan Data Hasil Wawancara Informan	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Konser Dan Fan Meeting 2023-2024 Di Indonesia	25
Gambar 1.2 Akumulasi Pembelian Tiket Konser K-Pop Pada Akun Ticket Scalper Pingu_Seoul Periode 2023 – September 2025	26
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	47

ABSTRAK

Inarothul Huda. 2025, SKRIPSI. Judul: “Strategi Penggemar K-Pop Dalam Mengelola Keuangan Pribadi (Sebuah Pendekatan Fenomenologi Mahasiswa Di Kota Malang)”

Pembimbing : Mega Noerman Ningtyas, M.Sc

Kata Kunci : Pengelolaan Keuangan, Mahasiswa, K-Pop

Indonesia merupakan pasar K-Pop terbesar di dunia (18,47%), di mana Kota Malang menjadi pusat penggemar terbanyak kedua di Jawa Timur (32,1%). Sebagai kota pendidikan dengan estimasi 22.000 mahasiswa baru per tahun, fenomena ini membawa dampak ekonomi bagi mahasiswa. Salah satu masalah utamanya adalah pengeluaran keuangan yang berlebihan demi pemenuhan gaya hidup K-Pop, yang berisiko mengganggu keseimbangan keuangan pribadi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguraikan strategi dan implikasinya dalam mengelola keuangan pribadi mahasiswa penggemar K-pop untuk mencapai kestabilan antara kebutuhan pokok dan hiburan di Kota Malang.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan jenis *Phenomenology*. Pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Metode pengolahan data melalui pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola konsumsi mahasiswa penggemar K-Pop adalah untuk memenuhi kebutuhan makan, kebutuhan perawatan diri seperti alat mandi dan *skincare* serta keinginan untuk membeli produk K-Pop. Dimana dua diantaranya merupakan hal umum yang dibutuhkan oleh setiap individu. Kemudian, dari hasil penelitian ini pula menunjukkan bahwa strategi pengelolaan keuangan mahasiswa penggemar K-Pop di Kota Malang diantaranya, membuat pos-pos anggaran dan dana darurat, menabung, mencegah transaksi berlebihan dan mencari solusi serta menjadikan kebutuhan tetap prioritas utama, yang mengindikasikan bahwa dalam memenuhi keinginan hiburan seperti K-Pop, mereka memiliki intuisi dengan melakukan berbagai cara tanpa harus mengorbankan kebutuhan utama. Adapun hasil implikasi dari keterlibatan strategi tersebut menunjukkan mahasiswa penggemar K-Pop di Kota Malang mampu meningkatkan kendali diri, rasional dalam berbelanja hingga menciptakan keuangan yang stabil walaupun tengah berada dikondisi yang memungkinkan untuk bertindak secara impulsif terhadap produk K-Pop yang diinginkan.

ABSTRACT

Inarothul Huda. 2025, THESIS. Title: "K-Pop Fans' Strategies in Managing Personal Finances (A Phenomenological Approach Among Students in Malang City)"

Supervisor : Mega Noerman Ningtyas, M.Sc

Keywords : Personal Finance Management, Students, K-Pop

Indonesia is the largest K-Pop market in the world (18.47%), with Malang being the second largest fan base in East Java (32.1%). As an educational city with an estimated 22,000 new students per year, this phenomenon has an economic impact on students. One of the main problems is excessive financial expenditure to fulfill the K-Pop lifestyle, which risks disrupting personal financial balance. The purpose of this study is to outline strategies and their implications in managing the personal finances of K-pop fan students to achieve stability between basic needs and entertainment in Malang.

This study uses a descriptive qualitative approach with a phenomenological type. Data collection was conducted through observation, interviews, and documentation. Data processing methods included data collection, data reduction, data presentation, and conclusion drawing. Data collection was conducted through observation, interviews, and documentation.

The results of the study show that the consumption patterns of K-Pop fan students are to meet their food needs, personal care needs such as toiletries and skincare, and the desire to buy K-Pop products. Two of these are common needs for every individual. Furthermore, the results of this study also show that the financial management strategies of K-Pop fan students in Malang include creating budget and emergency funds, saving money, preventing excessive transactions, and finding solutions while making basic needs a top priority. This indicates that in fulfilling their entertainment desires, such as K-Pop, they have the intuition to do various things without having to sacrifice their basic needs. The implications of these strategies show that K-Pop fans in Malang City are able to improve self-control, shop rationally, and create stable finances even when faced with conditions that might lead to impulsive purchases of desired K-Pop products.

مستخلص البحث

انارة الهدى. 2025، البحث العلمي. الموضوع: ”استراتيجيات معجمي موسيقى البوب الكورية في إدارة شؤونهم المالية الشخصية (نهج ظاهري بين الطلاب في مدينة مالانج)“.

المشرفة: ميغا نورمان نينغتياس، ماجستير في العلوم

الكلمات المفتاحية: إدارة الشؤون المالية الشخصية، الطلاب، موسيقى البوب الكورية

إندونيسيا هي أكبر سوق للك-بوب في العالم (47.18٪)، وتعد مالانج ثاني أكبر قاعدة جماهيرية في جاوة الشرقية (32.1٪). وباعتبارها مدينة تعليمية تستقبل ما يقدر بنحو 22,000 طالب جديد كل عام، فإن هذه الظاهرة لها تأثير اقتصادي على الطلاب. ومن بين المشكلات الرئيسية في هذا الصدد الإنفاق المالي المفرط ، مما قد يؤدي إلى اختلال التوازن المالي الشخصي. والغرض من هذه K-Pop لتلبية متطلبات نمط حياة K-pop الدراسة هو تحديد الاستراتيجيات وأثارها في إدارة الشؤون المالية الشخصية للطلاب من محبي لتحقيق التوازن بين الاحتياجات الأساسية والترفيه في مالانج.

تستخدم هذه الدراسة نهجاً وصفياً نوعياً ذو طبيعة ظاهرية. تم جمع البيانات من خلال الملاحظة والمقابلات والتوثيق. وشملت طرق معالجة البيانات جمع البيانات وتقليلها وعرضها واستخلاص النتائج.

تهدف إلى تلبية احتياجاتهم الغذائية K-Pop تشير نتائج الدراسة إلى أن أنماط استهلاك طلاب معجمي K- وأحتياجات العناية الشخصية مثل مستلزمات النظافة والعناية بالبشرة، والرغبة في شراء منتجات اثنان من هذه الاحتياجات شائعان لكل فرد. علاوة على ذلك، تظهر نتائج هذه الدراسة أيضاً أن Pop. في مدينة مالانج تشمل إنشاء ميزانية وصناديق K-Pop استراتيجيات الإدارة المالية للطلاب معجمي طوارئ، وتوفير المال، ومنع المعاملات المفرطة، وإيجاد حلول مع إعطاء الأولوية للاحتجاجات ، لديهم الحدس للقيام بأشياء K-Pop الأساسية. وهذا يشير إلى أن في تلبية رغباتهم الترفيهية، مثل مختلفة دون الحاجة إلى التضحية باحتياجاتهم الأساسية. تشير الآثار المترتبة على هذه الاستراتيجيات قادرون على تحسين ضبط النفس، والتسوق بشكل K-Pop إلى أن طلاب مدينة مالانج من محبي K-Pop عقلاني، وتحقيق استقرار مالي حتى في ظل ظروف قد تدفعهم إلى الشراء الانفعالي لمنتجات التي يرغبون فيها.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini K-pop tengah menjadi pembicaraan yang tidak akan ada habisnya. Setiap dekade industri K-pop menghasilkan puluhan artis baru dengan latar belakang generasi yang berbeda untuk menarik perhatian penggemar. Sejak SM *Entertainment*, salah satu pelopor musik K-pop sukses mengirimkan artisnya pada tahun 1998 ke negara Cina dan Jepang, K-pop mulai dikenal dan diterima pada kancanah musik dunia. Bahkan, pada tahun 2017 salah satu grup K-pop yang dikenal sebagai BTS berhasil menjadi boyband korea selatan pertama yang menduduki *Billboard Chart* mengalahkan top musisi dunia seperti Justin Bieber dan Ariana Grande.

Di indonesia sendiri, K-pop mulai terkenal pada awal tahun 2000-an (Nabila et al., 2024). Lebih tepatnya pada saat drama modern *Full House* yang dibintangi oleh Rain yang juga seorang penyanyi sekaligus pengisi *soundtrack* dramanya sendiri tayang di televisi Indonesia dan mendapatkan respon positif dari masyarakat. Berkat kesuksesan drama ini, pada tahun 2005 Rain pun mengadakan konser di Indonesia untuk pertama kalinya dengan jumlah 40.000 penonton. Melihat antusias dari masyarakat Indonesia terhadap penampilan Rain, SM *Entertainment* kemudian melihat adanya peluang untuk mengekspansi K-pop ke negara dengan jumlah penduduk terbanyak keempat di dunia ini dengan mengadakan konser *SM Town Live World Tour III* pada tahun 2012.

Sejak saat itu industri musik korea mulai merambah ke pangsa pasar hiburan Indonesia. Perusahaan *entertainment* Korea Selatan mulai berdatangan membangun branding musik, budaya, hingga visual artisnya. Bahkan pada tahun 2024 menurut data Chartmetric oleh GoodStats (Ridzky, 2025), Indonesia merupakan penikmat musik K-Pop terbesar dengan 18,47% pangsa pasar dunia. Sebaliknya, sebagai negara penghasil K-pop, Korea Selatan justru tidak masuk pada tiga besar dengan pangsa pasar hanya sebesar 7,12%. Hal ini mengindikasikan bahwa K-pop sukses membawa budaya mereka menjadi fenomena global. Tidak hanya di negara asalnya namun juga diterima oleh masyarakat internasional. Selain itu, kesuksesan ini pada akhirnya mampu menghasilkan strategi komersial dengan melakukan *cultural export* melalui musik, tren fashion dan kecantikan, hingga gaya hidup.

Berkenaan dengan fenomena diatas, tidak dapat dipungkiri bahwa industri K-pop menarik konsumen dari berbagai kalangan untuk mengeluarkan dana yang membuat para penggemar K-pop menjadi lebih aktif dalam mengakses platform musik digital, membeli produk terkait, serta berpartisipasi dalam aktivitas fandom yang menuntut adanya pengelolaan keuangan pribadi yang benar dalam mengatur pengeluaran (Dika et al., 2024). Fakta bahwa konsumsi mengenai hal yang berkaitan meningkat, seperti pembelian tiket konser yang selalu terjual habis dengan rentang waktu yang singkat (Priwiratu, 2024). Dimana, sepanjang tahun 2023 saja sudah terdata 45 konser yang diadakan di Indonesia. Kemudian pada tahun 2024 sebanyak 67 acara korea yang telah diselenggarakan, dan diprediksi akan terus bertambah hingga akhir tahun 2025 mendatang.

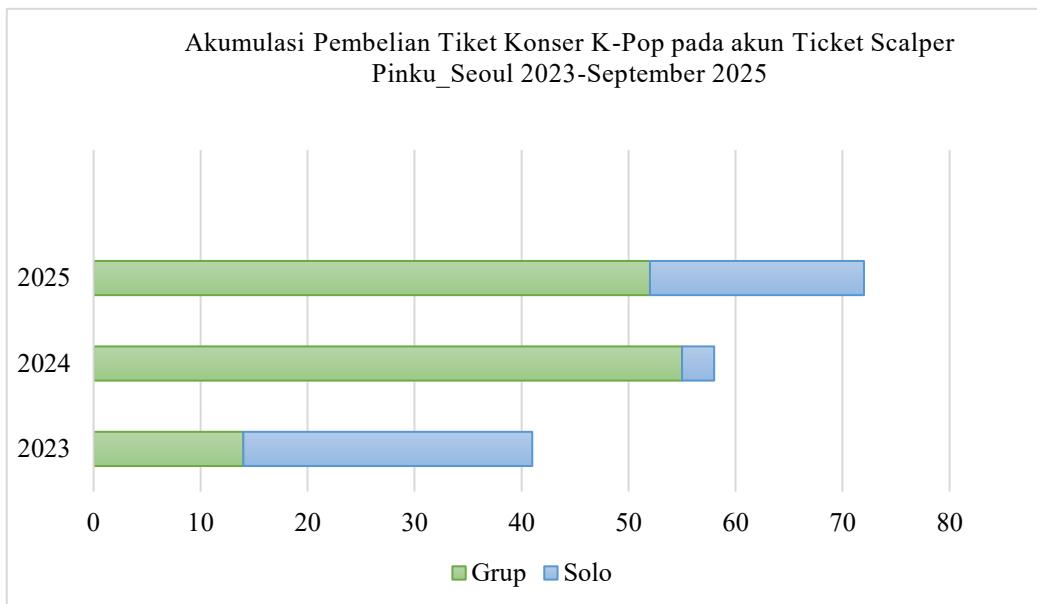


Sumber: Data yang telah diproses oleh peneliti (2025)

Gambar 1.1 Jumlah Konser dan Fan Meeting 2023-2024 di Indonesia

Namun, dibalik banyaknya permintaan produk tersebut, terdapat beberapa permasalahan yang dialami oleh penggemar K-pop. Salah satunya ialah pengeluaran finansial yang berlebihan. Tiket konser yang cepat terjual dalam hitungan menit membuat para penggemar pada akhirnya menggunakan jasa calo (*ticket scalper*) yang mana harga tiket tentunya jauh lebih mahal dari tiket yang ditawarkan oleh promotor. Sehingga, penggemar rela mengeluarkan dana dua sampai tiga kali lipat dari harga asli. Selain itu, menggunakan jasa calo memiliki resiko seperti penipuan yang tak jarang merugikan hingga puluhan juta rupiah. Salah satu *Ticket Scalper* bernama Pinku_Seoul dengan 14.900 pengikut pada akun Instagram nya, telah aktif membagikan akumulasi pemesanan tiket konser K-Pop. Dimana berdasarkan analisis peneliti, sepanjang tahun 2023 hingga September 2025 mengikuti jadwal konser idol dan artis Korea Selatan, permintaan akan tiket

solo seperti August-D, Taeyon dan G-Dragon maupun grup seperti NCT, BabyMonster, dan SEVENTEEN mengalami peningkatan.



Sumber: Data yang telah diproses oleh peneliti (2025)

Gambar 1.2 Akumulasi Pembelian Tiket Konser K-Pop pada Akun Ticket Scalper Pingu_Seoul 2023 – September 2025

Kemudian, produk-produk K-pop lain seperti *merchandise* berupa *photocard*, *lightstick*, album hingga aksesoris juga menjadi pertimbangan dalam memenuhi konsumsi mereka. Maka, sebagai individu yang bersangkutan tentunya penggemar K-pop harus paham dalam memilah serta memilih antara kebutuhan dan keinginan pribadi untuk kestabilan keuangan yang berkelanjutan sebagai bagian dari pencegahan fluktuasi dalam mengelola keuangan pribadi mereka.

Berdasarkan uraian di atas dapat diketahui bahwa pembelian yang berlebihan mendorong adanya perilaku *impulsive* sehingga mengelola keuangan merupakan hal yang sangat penting untuk mencegah ketidakstabilan pada keuangan pribadi (Dika et al., 2024). Para penggemar K-pop tentu harus memiliki strategi yang

mumpuni agar kebutuhan dan konsumsi hiburan dapat berjalan seimbang tanpa adanya kendala pada kebutuhan pokok sehari-hari.

Pengelolaan keuangan pribadi merupakan penggunaan rencana keuangan yang komprehensif untuk mengatur pengeluaran dan mengontrol pendapatan. Dengan melakukan pengelolaan keuangan pribadi yang baik memungkinkan peningkatan standar hidup, yang pada gilirannya mendukung secara signifikan mengurangi tekanan keuangan. Menurut Munohsamy & Brunei (2022) kehidupan setiap orang akan menjadi lebih baik berkat pengelolaan keuangan pribadi yang benar pada masa kini maupun masa depan. Dalam Islam, sikap pengelolaan keuangan pribadi yang baik merupakan bentuk dari implementasi tanggung jawab terhadap diri sendiri (Salwa, 2019). Dimana, konsumen harus berpikir rasional ketika membeli sesuatu dan lebih memprioritaskan konsumsi antara kebutuhan *dharuriyat* (primer), *hajiyat* (sekunder), dan *tahsiniyat* (tersier). Hal ini sejalan dengan firman Allah SWT dalam Surah Al-A'raf ayat 31 yang berbunyi :

يَبْرِئُ أَدَمَ حَذْنُوا زِينَتُكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُّوَا وَأَشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ ﴿٣١﴾

Artinya : “Wahai anak cucu Adam, pakailah pakaianmu yang indah pada setiap (memasuki) masjid dan makan serta minumlah, tetapi janganlah berlebihan. Sesungguhnya Dia tidak menyukai orang-orang yang berlebihan”.

Dalam ayat di atas, Allah SWT menegaskan bahwa sebagai manusia, seseorang dilarang untuk berlebih-lebihan sehingga merugikan pada diri sendiri dan orang lain. Sebagai umat Islam mereka tentunya dianjurkan untuk bersikap

sederhana dan tidak berlebihan dalam mengeluarkan harta untuk kesenangan pribadi yang membuat kebutuhan sehari-hari justru terabaikan (Ihsan et al., 2023.)

Sebagaimana disebutkan di atas bahwa K-pop merangkul penggemar dari berbagai kalangan, maka dapat ditelaah terdapat aktivitas penggemar K-pop pada Kota Malang. Menurut Zahra, (2020) Kota Malang merupakan salah satu kota dengan populasi penggemar K-Pop terbanyak kedua setelah Kota Surabaya dengan total 32,1% pada Provinsi Jawa timur. Beberapa komunitas *fandom* dan *event* K-pop juga telah banyak dibentuk oleh para penggemar. Seperti, *Light ARMY* Malang, Elf Malang SJ, *Event K-Pop* Malang, dan K-Popers Malang. Bahkan, salah satu komunitas *fandom* bernama EXO-L Malang dengan lebih dari 2.770 pengikut pada akun instagram mereka telah menggelar beragam *event* sebagai bentuk perayaan terhadap idola mereka (Mahmudan, 2023). Tak hanya itu, komunitas *Hallyu* Kota Malang juga kerap mengadakan festival budaya di salah satu pasaraya terbesar di Kota Malang, yakni Malang *Town Square* yang menjadi ajang kolaborasi dan interaksi sosial antar *fandom*. Dimana pada tanggal 4 Agustus 2025 mereka menggelar festival budaya dengan tema *Midsummer Solstice* yang diadakan di *rooftop* Malang *Town Square* yang dihadiri oleh puluhan peserta sebagai bentuk antusias penggemar (Widyadhana et al., 2025). Selain itu, Kota Malang yang disebut sebagai kota pendidikan dengan data Badan Pusat Statistik (BPS) Malang menunjukkan estimasi jumlah mahasiswa sebanyak 22.000 per tahun (Nanda, 2024) menjadikan Kota Malang sebagai salah satu pusat aktivitas anak muda yang dikenal dengan generasi adaptif dan terbuka terhadap tren dan budaya global (Trisnayanti et al., 2022).

Menurut penelitian dari Rifani et al., (2023) menyimpulkan bahwa strategi dalam mengelola keuangan remaja K-pop dapat dilihat bagaimana kemampuan mengendalikan diri mereka. Remaja yang memiliki pengendalian diri akan lebih baik dalam mengendalikan pengeluaran mereka, bahkan saat mereka berpartisipasi dalam aktivitas konsumsi terkait K-pop. Namun, penelitian oleh Fatimah et al., (2022), dalam studinya pada komunitas penggemar K-pop menemukan bahwa saat berbelanja *merchandise* K-pop, mereka cenderung berlebihan sehingga menyebabkan pemborosan pada keuangan pribadi. Selain itu berdasarkan survei oleh Annur, (2022) pada 313 responden, penggemar K-pop di Indonesia didominasi oleh perempuan sebanyak 28,2% yang relevan dengan penelitian oleh Rahmawati et al., (2024) dimana dalam mengatur pengeluaran finansialnya, mereka justru cenderung menggunakan insting daripada rasionalitas. Akibatnya dalam mengelola keuangannya mereka tidak memikirkan dampak yang akan ditimbulkan. Beberapa penelitian di atas memiliki pendapat berbeda yang menandakan bahwa fenomena K-pop tidak hanya dapat diukur dengan angka, tetapi juga dapat diukur melalui faktor lain yang mendorong penggemar melakukan keputusan keuangan sehingga membutuhkan pendekatan interaktif secara langsung agar memberikan hasil yang lebih objektif. Dengan demikian, peneliti memutuskan mengambil pendekatan kualitatif agar dapat memberikan sudut pandang konstektual sehingga menghasilkan pemahaman faktual terkait Strategi Penggemar K-pop dalam Mengelola Keuangan Pribadi. Dimana, penelitian ini berusaha untuk mengatasi keterbatasan penelitian sebelumnya. Lebih lanjut, mahasiswa Kota Malang menjadi subjek utama dalam penelitian ini. Selain itu, diharapkan penelitian ini dapat

membantu para pemangku kepentingan, khususnya para penggemar K-pop di Kota Malang, dalam mengambil keputusan terkait pengelolaan keuangan pribadi mereka dengan lebih baik dan berkelanjutan yang dirangkum melalui penelitian ini dengan judul **“Strategi Penggemar K-Pop Dalam Mengelola Keuangan Pribadi (Sebuah Pendekatan Fenomenologi Mahasiswa Di Kota Malang)”**.

1.2 Fokus Penelitian

1. Bagaimana pola konsumsi mahasiswa penggemar K-Pop di Kota Malang?
2. Bagaimana strategi dalam mengelola keuangan pribadi mahasiswa penggemar K-pop untuk mencapai kestabilan antara kebutuhan pokok dan hiburan di Kota Malang?
3. Bagaimana implikasi keterlibatan strategi tersebut dalam mengelola keuangan pribadi mahasiswa penggemar K-pop di Kota Malang?

1.3 Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui pola konsumsi mahasiswa penggemar K-Pop di Kota Malang
2. Untuk menguraikan strategi dalam mengelola keuangan pribadi mahasiswa penggemar K-pop untuk mencapai kestabilan antara kebutuhan pokok dan hiburan di Kota Malang
3. Untuk mengetahui dan menguraikan implikasi keterlibatan strategi tersebut dalam mengelola keuangan pribadi mahasiswa penggemar K-pop di Kota Malang

1.4 Kontribusi penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai berikut :

1. Kontribusi Teoritis
 - a. Bagi peneliti, baik sebagai syarat kelulusan maupun sebagai konten untuk memperluas keahlian dan wawasan.
 - b. Bagi para akademisi, sebagai sumber literatur untuk mendukung upaya ilmiah, terutama dalam pengembangan ilmu manajemen keuangan yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan pribadi, khususnya pada mahasiswa penggemar K-pop di Kota Malang
2. Kontribusi Empiris

Bagi para penggemar K-pop dan pemangku kepentingan lainnya dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam membantu membuat pilihan terbaik terkait konsumsi barang K-pop dan pengelolaan keuangan pribadi yang harus diperhitungkan.

1.5 Batasan Penelitian

Batasan-batasan tertentu harus ditetapkan agar penelitian lebih terarah, sesuai dengan tujuan penelitian, dapat memberikan hasil yang terbaik, dan dapat memperjelas fokus penelitian. Adapun batasan pada penelitian ini adalah :

1. Penelitian ini hanya berfokus pada penggemar K-pop yang berbasis di Kota Malang
2. Penelitian ini hanya berfokus pada konteks pengelolaan keuangan pribadi pada mahasiswa penggemar K-pop di Kota Malang
3. Penelitian ini hanya berfokus pada strategi dalam mengelola keuangan pribadi mahasiswa penggemar K-pop untuk mencapai kestabilan antara kebutuhan pokok dan hiburan di Kota Malang

BAB II

KAJIAN TEORI

2.1 Penelitian terdahulu

Penelitian ini didasarkan pada penelitian sebelumnya yang memberikan temuan penting. Penelitian oleh Islam et al., (2024) menjelaskan bahwa pengelolaan keuangan yang baik dapat memberikan peluang untuk kesejahteraan keuangan di masa kini hingga masa depan. Hal ini juga didukung oleh temuan Putra et al., 2024 yang menyatakan bahwa ketika keuangan rumah tangga dikelola dengan baik maka dapat meningkatkan keharmonisan dalam keluarga.

Kemudian, untuk melanjutkan eksplorasi, temuan dari Valencialaw et al., (2023), dan Putri & Setiawan, (2025) menyebutkan bahwa penggemar K-pop merupakan individu konsumtif yang rela mengeluarkan dana lebih untuk keinginan hiburan, seperti menonton konser, membeli tiket, serta mengoleksi *merchandise* idola mereka dalam memperoleh pengalaman eksklusif yang dianggap sebagai bagian dari identitas sosial mereka. Oleh karena itu dalam menyoroti perilaku konsumtif tersebut, sejumlah penelitian akhirnya mengidentifikasi bagaimana strategi penggemar K-pop dalam mengelola keuangan mereka, dan pada penelitian oleh Setiyorini et al., (2025) salah satu strategi yang digunakan oleh penggemar K-pop adalah pengetahuan mereka tentang keuangan sehingga dapat menyeimbangkan antara keinginan dan kebutuhan dengan kemampuan keuangan yang dimiliki, serta meminimalisir dampak negatif dari perilaku konsumtif melalui literasi keuangan yang baik. Lalu, penelitian dari Fatimah et al., (2022) menemukan

bahwa berdasarkan pendapat Al-Ghazali pola konsumsi penggemar K-pop di Bengkulu dianggap tidak tepat dan tidak normal. Dimana kebiasaan konsumsi mereka hanya semata-mata didorong oleh kepuasan bukan kebutuhan. Untuk lebih jelasnya, berikut ini adalah temuan oleh beberapa peneliti sebelumnya yang berkesinambungan dengan judul atau konteks peneliti:

No.	Judul, Penulis, tahun	Metode Penelitian	Kesimpulan
1.	“Analisis Persepsi Mahasiswa Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi : Studi Kasus Di Kalangan Mahasiswa Stain Bengkalis” (Islam et al., 2024)	Kualitatif	Bagi mahasiswa STAIN Bengkalis, pengelolaan keuangan pribadi yang efektif adalah kemampuan penting untuk mendukung kesejahteraan keuangan mereka masa kini dan masa depan. Walaupun begitu, studi ini mendapati bahwa mahasiswa masih menghadapi sejumlah kesulitan dan hambatan saat berusaha menerapkan pengelolaan keuangan pribadi yang baik.
2.	“Akuntansi Mental dan ‘Girl Math’: Bagaimana Pola Pikir Uang Perempuan Mempengaruhi Pengelolaan Keuangan Pribadi” (Rahmawati et al., 2024.)	Kualitatif	Dalam hal pengelolaan keuangan, wanita umumnya menerapkan strategi “ <i>Girl Math</i> ”, dimana mereka lebih sering membuat keputusan menurut insting dan perasaan daripada rasionalitas dan kalkulasi.
3.	“K-Pop dan Perilaku Konsumtif Menonton Konser” (Valencialaw et al., 2023.)	Kualitatif	Hasil penelitian menyebutkan bahwa perilaku konsumsi penggemar K-pop yang berlebihan muncul karena mereka

			tidak dapat menahan diri untuk menonton konser sehingga membentuk sifat boros.
4.	“Analisis Pengelolaan Keuangan Keluarga Dalam Perspektif Islam” (Umuri et al., 2024.)	Kualitatif	Temuan studi ini menunjukkan bahwa terdapat beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan dalam mengelola keuangan keluarga, antara lain: Pertama, buatlah rencana keuangan yang solid untuk keluarga. Kedua, perhatikan sumber pendapatan rumah tangga yang andal dan legal. Ketiga, kelola keuangan keluarga secara efektif, yang meliputi mengendalikan keinginan, menjalani hidup sederhana dan hemat, menyeimbangkan pendapatan dan pengeluaran, menetapkan prioritas keuangan, menentukan tujuan keuangan keluarga, berdonasi ke lembaga amal, menabung, dan melakukan investasi jangka panjang.
5.	“Self Control atas Pengelolaan Keuangan Remaja Penggemar Kpop” (Rifani et al., 2023)	<i>Explanatory sequential design</i>	Hasil studi menunjukkan bahwa dalam kemampuan mengelola keuangan remaja K-pop dapat dilihat oleh kemampuannya untuk mengendalikan diri.

6.	<p>“Pengelolaan Keuangan Rumah Tangga Untuk Meningkatkan Keharmonisan Dan Kesejahteraan Keluarga”(Putra et al., 2024.)</p>	Kualitatif	<p>Temuan studi ini menunjukkan bahwa narasumber telah menerapkan pengelolaan keuangan yang baik. Perencanaan anggaran yang dilakukan oleh narasumber mencakup biaya yang harus dibayarkan setiap hari atau setiap bulan, serta jumlah uang yang disimpan dan diinvestasikan. Selain itu, kepercayaan terhadap pasangan, kejujuran, pertanggungjawaban, dan kesatuan merupakan komponen penting dalam pengelolaan keuangan yang efektif.</p>
7.	<p>“Strategi Pengelolaan Keuangan Usaha Mikro Di Pedesaan: Studi Kualitatif Pada Pelaku UMKM”(Mu’as, 2024)</p>	Kualitatif	<p>Hasil studi menyebutkan bahwa dalam mengelola keuangannya objek peneliti (pelaku UMKM di Pedesaan) sebagian besar masih menggunakan sistem pencatatan keuangan yang manual dan memiliki akses terbatas ke sumber pendanaan resmi. Namun demikian, mereka telah mengembangkan teknik adaptif seperti penerapan kontrol persediaan yang efektif dan modal kerja berputar.</p>

8.	“Motivasi Konsumen dalam Pembelian Tiket Konser NCT: Studi pada Penggemar K-Pop di Indonesia” (Putri & Setiawan, 2025)	Kualitatif	Studi menunjukkan bahwa baik alasan emosional maupun rasional berperan dalam keputusan untuk membeli tiket konser, dengan faktor emosional yang lebih dominan. Dimana, konser tidak hanya sekadar hiburan. tetapi juga merupakan bagian dari identitas sosial dan gaya hidup para penggemar.
9.	“Analisis Perilaku Konsumsi Penggemar K-Pop Berdasarkan Teori Konsumsi Al-Ghazali” (Fatimah Dalimunthe et al., 2022)	Kualitatif	Menurut teori konsumsi Al-Ghazali, temuan studi ini menunjukkan bahwa pola konsumsi Kpopers di Bengkulu tidak tepat dan tidak normal. Dimana kebiasaan konsumsi mereka hanya semata-mata didorong oleh kepuasan.
10.	“The Influence of Financial Literacy, Self-Control, and Consumer Behavior on K-pop Merchandise Consumption Among Generation Z Student Becoming K-popers at UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung” (Setiyorini et al., 2025.)	Kuantitatif	Berdasarkan temuan, konsumsi <i>merchandise</i> K-Pop pengendalian diri dan perilaku konsumtif memiliki dampak yang baik namun tidak signifikan terhadap konsumsi <i>merchandise</i> K-Pop, namun literasi keuangan memiliki dampak yang cukup signifikan. Ketiga faktor tersebut secara bersamaan memiliki dampak yang signifikan terhadap konsumsi barang-barang tersebut.

11.	“Literasi Keuangan Memoderasi Hubungan FoMO, Love of Money, dan Self Control terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi” (Khoirunnisa & Purnamasari, 2024)	Kuantitatif	<p>Menurut temuan studi, kendali diri dan kecintaan terhadap uang bukanlah strategi yang dapat diterapkan di kalangan penggemar K-Pop (Army) dalam pengelolaan keuangan, namun FoMO secara diketahui dapat mengganggu pengelolaan keuangan pribadi.</p> <p>Kemudian, literasi keuangan memainkan peran krusial dalam memoderasi hubungan antara kendali diri, kecintaan terhadap uang, dan pengelolaan keuangan.</p>
-----	--	-------------	--

Sumber : Data yang telah diproses oleh peneliti (2025)

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Setelah meninjau penelitian sebelumnya, tabel berikut menyoroti persamaan dan perbedaan utama antara penelitian ini guna menemukan kesenjangan dan memperkuat landasan penelitian ini.

Persamaan	Perbedaan
Sebagian besar studi menggunakan pendekatan kualitatif sebagai metode penelitiannya. Fokus penelitian adalah pengelolaan keuangan. Mayoritas objek penelitian adalah penggemar K-pop seperti penelitian oleh (Valencialaw et al., n.d.), (Rifani et al., 2023), (Putri & Setiawan, 2025)	Terdapat pendekatan kuantitatif dalam penelitian terdahulu sehingga memiliki variabel yang pasti dalam temuannya seperti kendali diri, <i>love of money</i> , dan literasi keuangan. Objek penelitian yang bervariasi seperti penelitian oleh (Umuri et al., 2024.), (Putra et al., 2024.) dan (Mu'as, 2024)

Sumber : Data yang telah diproses oleh peneliti

Tabel 2.2 Persamaan Dan Perbedaan Penelitian

2.2 Kajian Teoritis

2.2.1 *Theory of Planned Behavior*

Perilaku perencanaan individu dapat menjadi gambaran bagaimana seseorang mengelola keuangannya. Dalam hal ini, *Theory of Planned Behavior* (TPB) memberikan kerangka yang menjelaskan praktik manajemen keuangan. Teori ini menekankan bahwa sikap dan keyakinan seseorang memiliki kaitan erat dengan perilaku yang ditunjukkan (Attan & Natsir, 2023).

Menurut TPB, sikap terhadap suatu perilaku berperan besar dalam memprediksi kemungkinan tindakan di masa depan. Selain itu, saat individu mempertimbangkan norma sosial di sekitarnya serta sejauh mana ia merasa mampu mengendalikan perilakunya, faktor-faktor seperti sikap positif, dukungan dari

lingkungan, dan keyakinan bahwa suatu tindakan dapat dilakukan dengan mudah, akan semakin mendorong kemauan untuk melaksanakannya (Noormansyah & Putri, 2024)

2.2.2 Pengelolaan Keuangan Pribadi

2.2.2.1 Definisi Pengelolaan Keuangan Pribadi

Pengelolaan keuangan pribadi juga dapat didefinisikan sebagai proses mengelola aset seseorang sehubungan dengan tanggung jawab keuangan. Seseorang yang menerapkan pengelolaan keuangan yang baik akan kurang cenderung terjebak dalam perilaku yang didorong oleh keinginan untuk terus-menerus memenuhi keinginan yang tak terbatas (Afandy, 2020).

Pengelolaan keuangan pribadi yang efektif dapat membantu orang mengelola uang mereka dengan bijak, yang pada gilirannya mendorong pertumbuhan ekonomi dengan mendorong produsen untuk menyediakan barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan konsumen. Seseorang bisa dikatakan memiliki pengelolaan keuangan pribadi yang baik ketika ia mampu menyusun anggaran, berhemat, mengendalikan pengeluaran, serta melakukan investasi.

2.2.2.2 Aspek Pengelolaan Keuangan Pribadi

Untuk mencapai stabilitas keuangan, beberapa aspek penting dalam keuangan pribadi harus dikelola dengan baik (Afandy, 2020). Menurut Perry dan Morris (2005) dalam Afandy (2020), terdapat lima aspek utama dalam pengelolaan keuangan yang sehat. Dalam membangun keuangan pribadi yang sehat, dapat dipahami dengan mengendalikan aspek-aspek ini secara efektif agar mengoptimalkan dalam mengurangi risiko keuangan, memastikan pengelolaan

uang yang lebih terorganisir, serta mempersiapkan diri untuk masa depan (Afandy, 2020.). Berikut aspek-aspek pengelolaan keuangan menurut Perry dan Morris (2005), yaitu :

1. Kemampuan mengendalikan keuangan

Pada aspek ini, seseorang dikatakan bisa mengelola keuangannya dengan baik apabila ia mampu mengendalikan pengeluarannya agar tidak melebihi dari pendapatan sehingga tindakan impulsif terhadap suatu barang dapat dikurangi karena ia paham dan bisa membedakan kebutuhan dan keinginan.

2. Membayar tagihan tepat waktu

Keterlambatan dalam membayar kewajiban tagihan seringkali menimbulkan masalah yang serius. Ketika tagihan terlambat dibayarkan, dampak seperti denda, bunga tambahan atau kehilangan reputasi dari penjamin dapat merugikan kondisi finansial individu dalam jangka panjang.

3. Merancang keuangan untuk masa depan

Tidak dapat dipungkiri bahwa merencanakan keuangan untuk masa depan sangatlah penting. Faktor makro ekonomi yang tidak dapat dikontrol sepenuhnya seperti inflasi dan sebagainya, dapat menurunkan nilai tukar uang dan meningkatkan harga barang akan mempengaruhi keberlangsungan hidup di masa yang akan datang. Sehingga merancang finansial untuk masa depan seperti investasi jangka panjang dapat dikatakan sebagai bentuk pengelolaan uang yang sehat.

4. Mencadangkan uang

Selain investasi, mencadangkan sebagian pemasukan dalam tabungan atau dana darurat adalah salah satu cara dalam pengelolaan keuangan yang sehat. Dengan mencadangkan, hal ini dapat memberikan perlindungan finansial ketika menghadapi situasi mendesak, seperti sakit, kecelakaan, kehilangan pekerjaan, atau kebutuhan tidak terduga lainnya.

5. Mampu memenuhi kebutuhan diri sendiri

Seseorang yang mampu mencukupi kebutuhannya secara mandiri biasanya memiliki keterampilan perencanaan, kontrol diri, dan kebiasaan menabung yang konsisten. Pada komponen ini, kemandirian mengelola keuangan menggambarkan keseimbangan antara kebutuhan dan keinginan. Hal ini karena individu yang mandiri secara finansial dapat mengalokasikan pendapatannya secara proporsional, sehingga pengeluaran yang bersifat konsumtif tidak mengganggu pemenuhan kebutuhan pokoknya.

2.2.2.3 Pengelolaan Keuangan Pribadi Dalam Islam

Dalam Islam, pengelolaan keuangan pribadi merupakan proses menyusun, memakai, mengatur dan meningkatkan aset sesuai dengan aturan syariah dengan niat mendapatkan keberkahan (*barakah*) dan kesejahteraan (*falah*) yang diridhio oleh Allah SWT (Salwa, 2019). Menurut Islam, perbuatan seseorang hendaknya direfleksikan kepada Allah SWT. Oleh karena itu, ia akan memilih jalan yang dibatasi oleh Allah dengan menghindari kekikiran, keserakahan, dan pemilihan barang-barang terlarang agar dapat hidup aman di dunia ini dan di akhirat.

Al-Qur'an sering kali mengajarkan kepada umat Islam untuk menyalurkan sebagian harta mereka melalui zakat, sedekah, dan infaq. Dimana, ajaran ini

mengingatkan bahwa umat muslim memiliki ikatan yang kuat satu sama lain. Mereka diibaratkan sebagai satu organ tubuh. Ketika salah satu organ tubuh merasakan sakit maka organ yang lain juga akan merasakannya. Demikian pula, dengan penderitaan seorang muslim akibat kemiskinan. Sebagai hamba-Nya, manusia, terutama mereka yang mampu juga dianjurkan untuk menolong sesama umat islam. Sebagaimana tertera dalam Al-Qur'an, Surah Al-Isra' ayat 26-27 yang berbunyi :

وَاتِّ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينُونَ وَابْنُ السَّبِيلِ وَلَا تُبَدِّرْ تَبْدِيرًا ۖ

ۗ إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَنِ وَكَانَ الشَّيْطَنُ لِرَبِّهِ كُفُورًا

Artinya : "Berikanlah kepada kerabat dekat haknya, (juga kepada) orang miskin, dan orang yang dalam perjalanan. Janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya para pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhanmu".

Menurut ayat di atas, harta benda hendaklah dilindungi dengan tidak memboroskan uang dan dapat dialokasikan dengan baik dan benar. Jika seseorang terbiasa melakukan pemborosan secara terus-menerus, dikhawatirkan ia tidak dapat memiliki dana darurat dalam mendesak. Oleh karena itu, kebijakan keuangan yang Islami menyarankan agar total jumlah uang yang dibelanjakan tidak melebihi pendapatannya. Dengan begitu uang yang masih tersedia dapat digunakan untuk hal lain berupa tabungan jangka panjang dan menengah, investasi dalam bentuk deposito mudharabah, atau pengaturan lain (Amir, 2021).

2.2.3 Penggemar K-pop

2.2.3.1 Definisi Penggemar (*fan/fandom*)

Istilah “*fandom*” berasal dari kata “*fanatic*,” yang merujuk pada seseorang yang sangat antusias terhadap suatu entitas atau bidang tertentu, dan “*dom*,” yang menandakan wilayah atau negara, merupakan puncak dari dedikasi ini (Choi, 2024). Orang-orang yang menunjukkan antusiasme berlebihan terhadap individu, bidang, atau fenomena budaya tertentu disebut sebagai “*fandom*.”

Menurut Fuschillo, (2020) penggemar didefinisikan sebagai seorang individu yang memiliki keyakinan emosional yang relatif mendalam dan positif terhadap seseorang atau sesuatu yang terkenal, biasanya diekspresikan melalui pengakuan terhadap gaya atau kreativitas. Selain itu, ia memiliki keinginan yang kuat untuk mempelajari dan terlibat dalam aktivitas *fandom*. Identitas penggemar ini lalu terjalin erat dengan kebahagiaan yang terkait dengan budaya popular yang menempatkan mereka dalam peran sosial yang aktif.

Penggemar biasanya membentuk suatu kelompok yang antusias dalam menyukai karya atau hal yang sama dengan tingkat fanatik yang berbeda. Konsumsi terhadap budaya, media, film, buku, dan sebagainya, hanyalah sebagian kecil dari komunitas penggemar global. Mereka dengan aktif berinteraksi dan turut berkontribusi dalam penciptaan bentuk-bentuk baru produksi hal yang mereka sukai tersebut (Wulandari, 2022).

2.2.3.2 Korean Pop (K-Pop)

Musik dansa, musik idol, musik balada, *soundtrack*, dan sebagainya semuanya bisa dikategorikan sebagai K-pop. Dalam proses aransemen nya mereka

lebih menganalisis karakteristik lirik daripada melodi, sehingga dikatakan K-pop tidak terbatas pada satu jenis musik tertentu. Dan salah satu komponen penting hiburan ini adalah untuk memenuhi tuntutan *fandom* global.

Ide tentang “*United Fandom Culture*” kemudian muncul sebagai sarana dalam daya tarik K-pop yang diartikan sebagai rasa kebersamaan yang terbentuk melalui komunikasi yang intim antara penggemar dan sang idola. Para penggemar baik remaja hingga dewasa khususnya generasi MZ banyak yang mengagumi K-pop dan artis-artisnya. Secara khusus, terdapat perbedaan yang signifikan antara fandom K-pop dan fandom lainnya. Dimana, fandom K-pop disebut sering menggunakan aktivitas fandom untuk memberikan pengaruh positif dan menemukan makna dalam pengalaman mendengarkan musik K-pop (Choi, 2024).

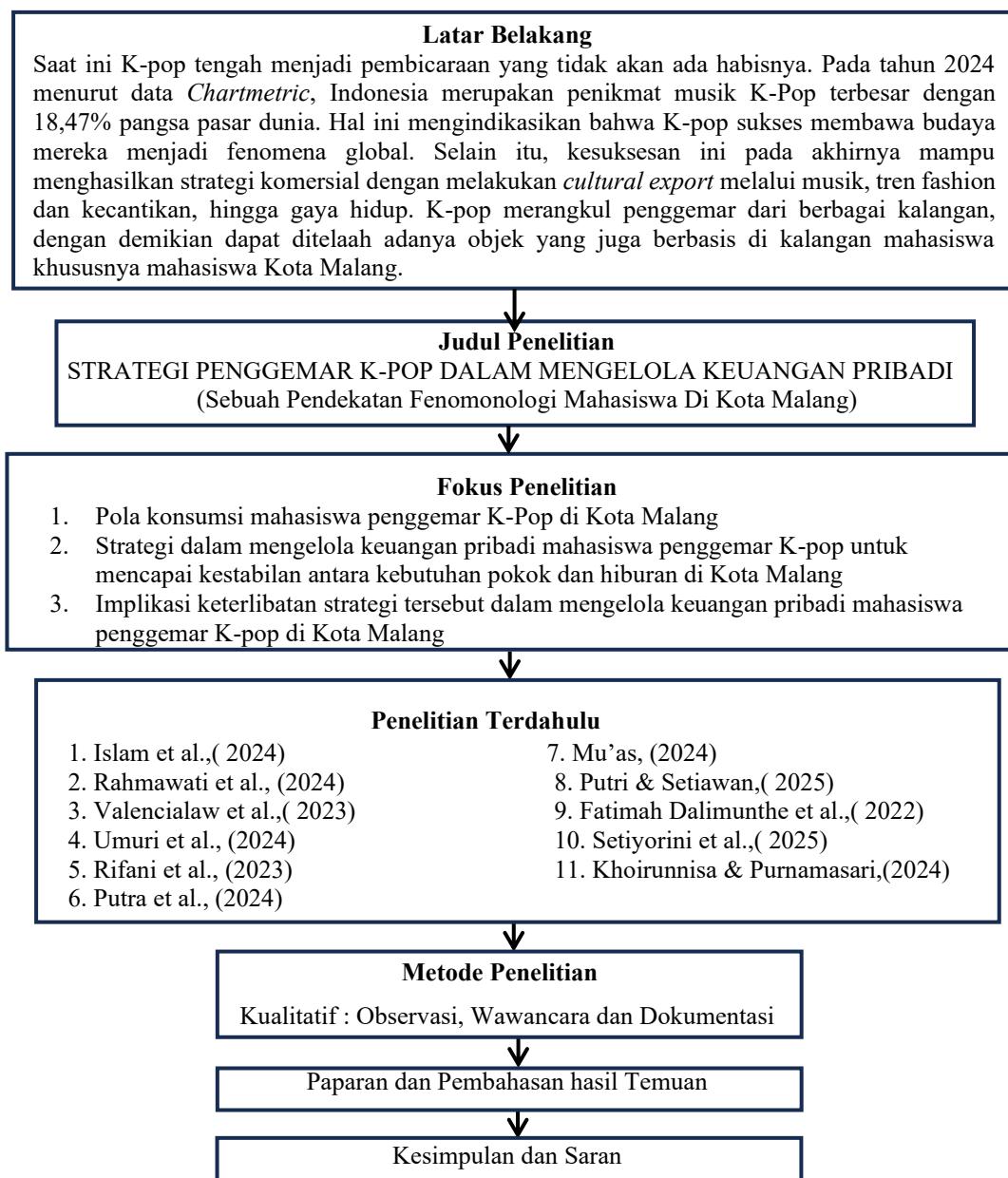
Komunitas penggemar K-pop telah berkembang menjadi komunitas internet yang sangat aktif. Melalui minat bersama dan dedikasi, penggemar K-pop dari berbagai negara dan ras membangun persahabatan erat dan hubungan konstruktif yang saling menguntungkan dengan selebriti favorit mereka. Hal ini bisa dilihat selama konser langsung, ketika penggemar bersatu dengan para penampil dengan mengibarkan spanduk dan tongkat cahaya sebagai bentuk dukungan (Dika et al., 2024).

Penggemar internasional pun memberikan tanggapan bahwa mereka mengaku merasakan “kebahagiaan,” “rasa memiliki,” dan “kedekatan” dalam lingkungan ini. Sehingga tak jarang, mereka menunjukkan kecintaan sebagai bentuk loyalitas dan dukungan terhadap K-pop dengan membeli karya sang idola

berupa album atau berbagai barang yang terkait dengan idola mereka hingga mereka favorit yang idola kenakan.

2.3 Kerangka Berpikir

Adapun kerangka berpikir yang digambarkan dalam penelitian ini sebagai berikut :



Sumber: Data yang telah diproses oleh peneliti (2025)

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Berdasarkan penjabaran di atas, maka peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan jenis *Phenomenology* dalam studinya. *Phenomenology* merupakan suatu jenis penelitian kualitatif yang bertujuan untuk memahami bagaimana satu atau lebih orang memandang suatu fenomena. Penelitian *Phenomenology* dapat dimulai dengan mengamati dan menganalisis fenomena yang menjadi objek studi, yang meneliti berbagai aspek subjektif dari perilaku objek tersebut (Naamy, 2019). Menurut Nasution (2023), Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menyelidiki, mengidentifikasi, menggambarkan, dan menjelaskan aspek-aspek dampak sosial yang tidak dapat diukur, dijelaskan, atau didefinisikan menggunakan teknik kuantitatif. Berdasarkan kondisi dan situasi pada saat penelitian dilakukan, pendekatan kualitatif deskriptif menggambarkan, mengkarakterisasi, dan menjelaskan kejadian nyata yang terjadi pada objek penelitian (Septiani & Wardana, 2022)

Metode penelitian kualitatif melibatkan penelitian lapangan yang luas, partisipasi jangka panjang dari peserta, dokumentasi yang teliti, analisis reflektif terhadap data yang diperoleh dari lapangan, dan penyusunan laporan penelitian yang komprehensif, yaitu kata-kata, kalimat, dan paragraf yang memiliki makna yang terkait dengan penelitian membentuk data penelitian kualitatif (Naamy, 2019).

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi tempat dimana penelitian dilakukan dikenal sebagai lokasi penelitian (Lafaifa, 2022). Langkah penting dalam penelitian kualitatif adalah memilih lokasi penelitian. Karena setelah dipilih, objek dan tujuan penelitian menjadi jelas, yang memudahkan penulis untuk melaksanakan penelitian. Dalam studi ini peneliti mengambil Kota Malang sebagai lokasi penelitiannya.

3.3 Subjek dan Objek Penelitian

3.3.1 Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan batasan atau batas studi yang membantu peneliti mengidentifikasi objek atau individu sebagai fokus penelitian. Subjek penelitian juga dikenal sebagai aspek dari suatu objek, orang, atau organisme yang berfungsi sebagai sumber informasi bagi peneliti untuk mengumpulkan data penelitian (Pujiati, 2024). Dalam studi ini peneliti memilih mahasiswa penggemar K-pop sebagai subjek penelitian dengan kriteria pernah melakukan atau merencanakan pembelian *merchandise* K-pop minimal satu kali. Adapun berikut data informan yang menjadi subjek penelitian ini :

No	Jenis Kelamin	Profesi	Usia (Tahun)
1.	Perempuan	Mahasiswa	19
2.	Perempuan	Mahasiswa	21
3.	Perempuan	Mahasiswa	21
4.	Perempuan	Mahasiswa	21
5.	Perempuan	Mahasiswa	22

Sumber: Data yang telah diproses oleh peneliti (2025)

Tabel 3.1 Data Informan Mahasiswa Penggemar K-Pop

3.3.2 Objek Penelitian

I Made Wirartha, menegaskan bahwa objek penelitian adalah suatu atribut tertentu yang memiliki beberapa nilai, skor, atau pengukuran untuk berbagai unit atau individu, atau merupakan konsep yang diberi nilai-nilai yang berbeda (Pujiati, 2024). Maka dari itu, sasaran ilmiah dengan tujuan dan aplikasi tertentu untuk mengumpulkan data tertentu dengan berbagai nilai, skor, atau pengukuran merupakan objek penelitian. Dengan begitu, dalam penelitian ini objek penelitian adalah strategi dalam mengelola keuangan pribadi yang dilakukan penggemar K-pop yang berstatus mahasiswa di Kota Malang.

3.4 Sumber Data dan Jenis Data

3.4.1 Data Sekunder

Data yang digunakan dalam penelitian sekunder adalah informasi yang tidak dikumpulkan dari sumber utama atau peserta studi. Data ini biasanya digunakan untuk memperkuat dan melengkapi data primer. Pengumpulan data ini menggunakan data yang telah dikumpulkan dan dilaporkan oleh individu atau organisasi lain selain peneliti (Naamy, 2019). Adapun dalam penelitian ini data sekunder yang diperoleh berasal dari informan pendukung yang berkaitan dengan produk K-Pop yaitu dari *ticket scalper Pinku_Soul*.

3.4.2 Data Primer

Data yang dikumpulkan langsung dari subjek penelitian atau secara langsung dikenal sebagai data penelitian primer. Karena akan menjadi dasar untuk pemecahan masalah, data primer ini berupa data yang autentik, imparsial, dan dapat dipercaya. Hasil survei, tes, dan wawancara dengan subjek merupakan beberapa

contoh dari data primer ini (Naamy, 2019). Berkenaan dengan itu, data primer dalam penelitian ini merupakan informan utama yaitu, mahasiswa penggemar K-pop sebagaimana kriteria di atas. Sehingga topik penelitian ini relevan dengan data yang dikumpulkan secara langsung dari responden atau subjek penelitian.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah strategi atau taktik yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data (Marinu et al., 2023.). Teknik pengumpulan data sangat penting karena akan menjadi dasar untuk mengembangkan penelitian (Sekar et al., 2025). Berbagai metode, termasuk observasi, wawancara, dan dokumentasi, dapat digunakan untuk mengumpulkan data (Sugiyono, 2022).

3.5.1 Observasi

Observasi menurut Naamy (2019), merupakan pengamatan langsung terhadap objek penelitian yang berkaitan dengan fenomena alam, perilaku dan tindakan manusia, proses kerja, serta penggunaan respon sor kecil. Selama pengamatan, peneliti atau pengamat ikut serta dalam kegiatan. Dalam hal ini, pengamatan langsung terhadap objek penelitian dilakukan untuk melihat secara detail tindakan yang diambil dari peristiwa yang terjadi.

3.5.2 Wawancara

Menurut Marinu (2023), wawancara adalah percakapan langsung yang melibatkan peneliti dan peserta untuk memperoleh informasi. Seorang pewawancara dan narasumber terlibat dalam pendekatan wawancara, sama seperti berpartisipasi dalam sesi tanya jawab tatap muka, baik menggunakan panduan

wawancara maupun tidak. Wawancara individu atau kelompok kecil dapat digunakan untuk mengumpulkan data yang terfokus dan praktis (Sekar et al., 2025).

3.5.3 Dokumentasi

Dokumentasi adalah proses pengumpulan data dari sumber-sumber historis, termasuk buku-buku tentang konsep, teori, klaim, atau undang-undang, serta sumber-sumber lain yang relevan dengan penelitian. Pada penelitian kualitatif dokumentasi dapat memberikan bukti yang logis dan tepat untuk sebuah hipotesis dalam menggunakan pendapat, konsep, atau undang-undang untuk mendukung atau membantahnya (Sekar et al., 2025). Dokumen seperti surat, jurnal, arsip foto, notulen rapat, catatan aktivitas, dan sejenisnya, juga dapat memberikan informasi berharga selain catatan langsung dari pengamatan dan wawancara.

3.6 Analisis Data

Analisis data merupakan proses pengumpulan, pengolahan, dan analisis data yang berkaitan dengan persediaan untuk menghasilkan informasi data yang relevan guna pengambilan keputusan. Adapun analisis data yang digunakan merujuk pada Miles dan Huberman (1992) yaitu reduksi, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

3.6.1 Reduksi

Reduksi data adalah proses mengorganisir, mengkategorikan, dan menghilangkan informasi yang tidak relevan agar data dapat menghasilkan wawasan yang berarti dan memudahkan dalam menarik kesimpulan (Sulistyawati, 2023). Tahap pengurangan dalam analisis diperlukan karena volume dan kompleksitas data yang besar. Tujuan dari tahap pengurangan ini adalah untuk

menentukan apakah data tersebut relevan dengan tujuan akhir. Metode reduksi melibatkan penangguhan prasangka dan asumsi tentang fenomena dalam penelitian untuk mencegah agar tidak memengaruhi penyajian hasil pengamatan dan untuk memastikan bahwa deskripsi tersebut akurat (Sekar et al., 2025).

3.6.2 Penyajian Data

Proses menyusun kumpulan data secara sistematis dan mudah dipahami sehingga kesimpulan dapat ditarik darinya dikenal sebagai penyajian data (Sulistyawati, 2023).

Penyajian data kualitatif dapat dilakukan menggunakan diagram, grafik, jaringan, matriks, atau prosa naratif (dalam bentuk catatan lapangan). Dengan ini akan memudahkan pemahaman data dengan mengorganisir dan menyusunnya dalam pola hubungan.

3.6.3 Penarikan Kesimpulan

Langkah terakhir dalam pendekatan analisis data kualitatif adalah menarik kesimpulan dan memvalidasi data, yang dilakukan dengan menganalisis hasil reduksi data sambil terus merujuk pada tujuan analisis yang harus diselesaikan (Sulistyawati, 2023). Langkah ini bertujuan untuk menafsirkan informasi yang dikumpulkan dengan mengidentifikasi hubungan, kesamaan, atau ketidaksesuaian guna menarik kesimpulan yang menjawab isu-isu saat ini.

3.7 Uji Keabsahan Data

Untuk memverifikasi data dan memastikan bahwa penelitian tersebut benar-benar ilmiah, dilakukanlah keabsahan data. Dalam memastikan bahwa data tersebut dapat digunakan sebagai penelitian ilmiah, data yang digunakan dalam penelitian

kualitatif harus diuji. Untuk menilai validitas data dalam studi ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi (Susanto et al., 2023).

3.7.1 Triangulasi

Triangulasi adalah proses mempelajari suatu fenomena menggunakan beberapa sumber data, metodologi, atau kerangka teoritis guna meningkatkan validitas dan keandalan temuan penelitian. Untuk mendukung bukti dari berbagai sudut pandang, triangulasi dalam penelitian kualitatif dapat melibatkan integrasi kelompok fokus, wawancara, dan pengamatan (Chand, 2025). Metode ini mengurangi kemungkinan bias peneliti dan membantu mengidentifikasi kontradiksi atau ketidaksesuaian dalam data, sehingga menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif dan seimbang terhadap isu penelitian.

3.7.1.1 Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber adalah teknik yang digunakan untuk mengevaluasi kredibilitas data yang dikumpulkan dari berbagai sumber, termasuk arsip, wawancara, dan dokumen lainnya (Sekar et al., 2025). Triangulasi ini dikenal dapat menambah pengetahuan tentang data yang diperoleh dari peneliti. Perlu dicatat bahwa untuk melindungi peneliti dan mencegah munculnya bias baru dari sumber data dan untuk mengekstrak data narasumber harus memiliki pengalaman penelitian dan bebas dari konflik kepentingan (Susanto et al., 2023). Oleh karena itu untuk memberikan hasil yang relevan informan kunci yaitu salah satu ketua komunitas K-Pop sekaligus *personal seller merchandise* di Kota Malang bernama NeedMerch_Go dengan pengikut instagram lebih dari 4.000 akan

membantu dalam memvalidasi temuan.

3.7.1.2 Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik adalah proses membandingkan fakta atau informasi melalui berbagai metode (Susanto et al., 2023). Seperti yang telah diketahui, peneliti menggunakan dokumentasi, pengamatan, dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Peneliti juga dapat melibatkan banyak informan untuk memverifikasi keakuratan materi guna mengumpulkan data yang dapat diandalkan dan gambaran komprehensif tentang informasi tertentu. Tujuannya adalah dengan menggunakan sudut pandang yang berbeda, kesimpulan yang mendekati kebenaran dapat dihasilkan. Oleh karena itu, jika data atau informasi yang dikumpulkan dari subjek penelitian atau informan dipertanyakan, tahap triangulasi ini dilakukan.

3.7.1.3 Triangulasi Waktu

Kredibilitas data dapat dipengaruhi oleh waktu. Hasil dari data yang dikumpulkan melalui pendekatan wawancara pertama, ketika sumber informasi masih *up-to-date*, umumnya lebih dapat diandalkan (Sekar et al., 2025). Oleh karena itu, sangat penting untuk memverifikasi keandalan data melalui observasi, wawancara, dan pencatatan dalam berbagai situasi dan era hingga data yang dapat diandalkan dihasilkan.

BAB IV

PAPARAN DATA DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah penggemar Korean Pop (K-Pop) yang berstatus mahasiswa di Kota Malang. Untuk mendapatkan informasi terkait objek, peneliti akan menguraikan gambaran umum yang relevan secara menyeluruh sebagai berikut:

4.1.1 Sejarah K-Pop

Pada tahun 1993, Presiden Korea Selatan Kim Yong Sam mengambil keputusan besar pada aturan pemerintahannya dengan menetapkan kebijakan globalisasi pada seluruh aspek kehidupan. Khususnya perombakan sistematis secara menyeluruh pada aspek pendidikan, hukum dan politik, ekonomi, media massa, administrasi nasional, lingkungan, hingga kebudayaan. Hal ini dilakukan setelah Korea Selatan lepas dari kepemimpinan diktator Jepang selama tiga dekade yang menyebabkan krisis nasional (Kim, 2018: 28) dalam Zaini (2023).

Setelah mendapatkan kebebasan tersebut alih-alih menghapuskan budaya Jepang, Kim justru menetapkannya sebagai bagian dari konsumsi tren dunia terutama generasi muda seraya mendorong budaya Korea Selatan untuk masuk ke dalam pasar Jepang yang kemudian memiliki andil terhadap perkembangan K-Pop di ranah global. Ekspedisi musik Korea Selatan diawali dengan dampak musik tradisional yang disebut *trot* sampai musik modern khususnya musik Barat yang

juga berperan penting dalam menjadikan musik Korea Selatan populer di seluruh dunia pada saat ini. Pertumbuhan budaya Korea (*Hallyu*) akhirnya menyebar secara regional pada wilayah Asia seperti Jepang, Taiwan, Thailand, Philipina, Malaysia dan Indonesia yang kemudian menarik perhatian internasional terutama beberapa pengamat musik dan musisi dunia (Park, 2006: 244) dalam Zaini (2023).

Adanya musik modern Korea Selatan ini lalu disebut sebagai K-Pop. Seorang pengamat etnomusikologi bernama Franki (2014) dalam Zaini (2023), mengatakan keberhasilan K-Pop tidak bisa lepas dari kesiapan infrastruktur dan kebijakan ekonomi yang salah satunya berupa anjuran akan pentingnya kesadaran terhadap musik lokal dan cinta budaya sehingga K-Pop bisa diterima di kalangan masyarakat serta menjadi konsumsi yang mempengaruhi kehidupan sehari-hari. Selain itu, K-Pop tidak hanya berfokus pada musik lokal saja namun juga mengadopsi berbagai genre seperti *jazz*, *rock*, *pop*, maupun *klasik* yang meningkatkan daya konsumsi dinamis dan berkelanjutan. Walaupun pada prosesnya sempat mengalami hambatan seperti menyesuaikan selera musik generasi muda yang terus berubah-ubah dan membutuhkan waktu yang panjang, pada akhirnya K-Pop berhasil menjangkau berbagai kalangan dan menjadikannya tradisi global yang diminati (Zaini, 2023) .

4.1.2 K-Pop Di Indonesia

Dari uraian di atas dapat diketahui bahwa pertumbuhan K-Pop mengalami kenaikan yang cukup signifikan terutama pada wilayah regional termasuk Indonesia. Awal mula masuknya K-Pop di Indonesia sekitar tahun 2000-an dengan munculnya drama-drama populer Korea Selatan yang tayang di stasiun televisi

swasta seperti RCTI, Indosiar dan TransTV diikuti munculnya *boyband* dan *girlband* antara lain SuperJunior, SNSD, TVXQ, BigBang dan sebagainya untuk menarik perhatian kalangan muda (Wiwoho et al., 2024). Karena antusias dari para penggemar inilah pada akhirnya membuat industri hiburan Korea Selatan berhasil memasuki pangsa pasar Indonesia yang kemudian merambah pada bidang lain seperti Fnb, *fashion* hingga gaya hidup (Nisrina et al., 2020).

Perkembangan budaya Korea Selatan kini telah menyebar dan mencakup berbagai kalangan di Indonesia dan meningkatkan konsumerisme melalui bermacam media baik digital maupun *non-digital*. Banyaknya peminat di Indonesia menjadikannya sebagai salah satu negara dengan pangsa pasar dan basis *fandom* terbesar di dunia. Hal ini, membuat Indonesia menjadi target strategi komersial untuk industri hiburan Korea Selatan khususnya K-Pop dalam memasarkan produk-produk mereka. Singkatnya, K-Pop di Indonesia telah bertransformasi menjadi bagian dari budaya global yang melekat. Tidak hanya sebagai tren musiman, namun juga berdampak pada perekonomian dan daya beli serta menciptakan perubahan yang signifikan terhadap minat masyarakat Indonesia pada budaya global seperti Korea Selatan (Nisrina et al., 2020).

4.1.3 K-Pop Di Kota Malang

Pertumbuhan K-Pop yang semakin laju telah memberikan peluang masif di Indonesia. Teknologi digital yang semakin canggih membantu penyebaran K-Pop lebih dikenal dan diterima oleh khalayak umum, termasuk di Kota Malang (Mahmudan, 2023). Sebagaimana uraian di atas bahwa remaja dan kalangan muda lainnya merupakan kelompok masyarakat yang paling rentan terhadap pengaruh

budaya ini. Hal ini disebabkan mereka cenderung tertarik terhadap hal-hal baru. Saat ini, kalangan muda tengah mengagumi musisi Korea, *boyband*, dan *girlband* karena kebanyakan dari mereka melihat idola sebagai akibat dan bagian dari perkembangan budaya populer Korea di mana, budaya ini terlihat lebih menarik daripada budaya lokal baik dari segi visual, cara berpakaian dan lainnya (Nisrina et al., 2020).

Sebagai Kota dengan julukan Kota Pendidikan, Kota Malang tentunya berperan sebagai tempat kalangan muda dari berbagai daerah untuk menuntut ilmu yang menampung beragam kebudayaan dan menjadikannya ruang interaksi sosial dengan penyerapan budaya yang aktif (Nanda, 2024). Perbedaan latar belakang inilah yang kemudian menghasilkan lingkungan sosial yang toleran terhadap dampak budaya luar, termasuk budaya populer Korea Selatan yang disebut K-Pop. K-pop bukan hanya sekedar bentuk hiburan, namun juga menjelma media dalam mengekspresikan diri dan pembentukan identitas sosial bagi kalangan muda. Tak hanya itu, identitas sosial yang didapat dalam K-Pop seringkali dimanfaatkan sebagai sarana untuk menjalin hubungan pertemanan, membentuk komunitas, serta memfasilitasi kreativitas dengan bermacam kegiatan seperti *dance cover*, *fan art*, hingga *event* bertemakan budaya Korea Selatan di lingkungan kampus, sekolah hingga umum (Trisnayanti et al., 2022). Oleh karena itu, sebagai salah satu Kota dengan tingkat pertumbuhan kalangan muda yang pesat, Kota Malang dapat menjadi wadah untuk mengembangkan bakat dan minat sesuai *passion* mereka sekaligus dapat meningkatkan peluang aktivitas ekonomi yang menguntungkan (Mahmudan, 2023).

4.1.4 Deskripsi Informan

Sebelum mengajukan pertanyaan inti, peneliti terlebih dahulu menanyakan latar belakang informan yang sesuai dengan kriteria penelitian untuk dijadikan bahan perbandingan dengan informan lain agar memperoleh hasil yang relevan dan kredibilitas serta memahami perspektif informan terkait objek yang diteliti. Adapun informan yang didapatkan telah sesuai dengan kriteria mahasiswa penggemar K-Pop yang diperoleh berdasarkan pernyataan para informan, dimana mereka merupakan mahasiswa di Kota Malang yang sedang menempuh perkuliahan dari universitas yang berbeda-beda dan telah lama menjadi penggemar K-pop. Sebagaimana pernyataan mereka sebagai berikut:

| “Aku dari Uinma, jurusan manajemen. [...] Sudah dari lama ya, kayaknya dari SD deh kayaknya. Dari tahun 2015 atau 2016.”. (AR, 10 November 2025)

| “Aku TA. Mahasiswa UM. [...] Jadi K-Popers sejak... Covid 2020. Akhir tahun 2019 mau ke-20.”. (TA, 19 November 2025)

Selain itu, para informan ini tidak hanya menjadi penggemar yang menonton atau menikmati karya idola favorit mereka seperti *Music Video* (MV), tetapi juga ikut berkontribusi secara langsung dalam membeli produk K-Pop yang menuntut mereka agar mengeluarkan dana yang tidak sedikit untuk memenuhinya.

Sebagaimana pernyataan informan:

| “K-Pop.. 200-300....Setengah juta mungkin. [...] ”. (FA, 20 November 2025)

| “Sekali dua kali pernah. Itu buat yang... Agak mahal-mahal aja sih.”. (TA, 19 November 2025)

Dengan begitu, para informan ini dapat dikatakan telah mewakili subjek penelitian guna memberikan data faktual berdasarkan sudut pandang mahasiswa penggemar

K-Pop dalam menjawab fokus penelitian terkait mengelola keuangan pribadi mereka.

Berikut lima narasumber yang bersedia diwawancara oleh peneliti dengan tetap menjaga kerahasiaan identitas asli informan:

No	Informan (Inisial)	Jenis kelamin	Profesi	Usia (Tahun)	Fanbase
1.	NL	Perempuan	Mahasiswa	21	ARMY, Carat
2.	JJ	Perempuan	Mahasiswa	19	STAY, NCTzen
3.	AR	Perempuan	Mahasiswa	22	EXO-L, NCTzen
4.	TA	Perempuan	Mahasiswa	21	NCTzen, Engene
5.	FA	Perempuan	Mahasiswa	21	ARMY, NCTzen

Sumber: Data yang telah diproses oleh peneliti (2025)

Tabel 4.1 Ringkasan Data Informan Mahasiswa Penggemar K-Pop

Berdasarkan pernyataan dari para informan, ditemukan bahwa sumber pendapatan utama yang mereka peroleh berasal dari orang tua. Temuan ini menunjukkan bahwa secara keuangan, para informan belum mampu untuk mandiri. Sehingga segala kebutuhan dan keinginan informan termasuk dalam pembelian *merchandise* K-Pop masih dipengaruhi oleh dukungan keuangan keluarga. Hasil wawancara dengan informan menyebutkan hal tersebut :

| “Pendapatan dari orang tua. Kamu pikir dari siapa? Perbulannya enggak ada dikirim-kirim, kalau habis bilang minta gitu”. (NL, 03 November 2025)

| “Sumber pendapatan itu jajan dari orang tua. [...] No, no, no. Pure dari orang tua, jajan dari orang tua”. (FA, 20 November 2025)

Walaupun begitu, beberapa informan mengungkapkan bahwa selain dari orang tua, mereka juga berinisiatif untuk mendapatkan penghasilan tambahan dengan menjadi *freelancer* seperti membuka bisnis *online*, mengajar les dan juga bekerja sebagai pegawai *part time* di sebuah kafe untuk mendukung kebutuhan serta keinginan mereka termasuk membeli barang-barang K-Pop sebagai bagian dari bentuk kepuasan diri. Hal ini diungkapkan oleh informan sebagai berikut:

- | “*Kalau sekarang kebetulan aku kerja. Jadi penghasilan ya dari aku sendiri. Tapi kalau misal ada rezeki lebih, biasanya orang tua aku juga masih ngasih*”. (JJ, 07 November 2025).
- | “*Iya dari orang tua. [...] Tapi sekarang ada freelance-freelance gitu. Ada tambahan sampingan*”. (AR, 10 November 2025)
- | “*Sebelumnya pendapatan... kalau dulu karena pernah buka olshop ya jadi pendapatannya dari olshop itu. [...] Pendapatannya dari orang tua. [...] Kalau dulu ada les anak SD. Tapi sekarang udah enggak*”. (TA, 19 November 2025)

Dari ungkapan informan di atas, dapat disimpulkan bahwa dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya, informan cenderung memiliki solusi mandiri dengan memanfaatkan keterampilan dan waktu luangnya untuk mencari penghasilan tambahan dari sumber lain di samping pendapatan orang tua.

Adapun rata-rata pengeluaran dari para informan sekitar Rp1.500.000 (satu juta lima ratus ribu rupiah) hingga Rp2.000.000 (dua juta rupiah) yang mencakup kebutuhan sehari-hari seperti makan, jajan, *skincare*, alat-alat mandi, biaya tempat tinggal (kos) dan juga keinginan dalam membeli *merchandise* K-Pop.

Hasil wawancara mengungkapkan hal tersebut:

- | “*Per minggunya 400-500 ribu, per bulannya itu dua juta. . Tapi itu kayak kebutuhan kayak skincare terus peralatan mandi, baju itu aku beli sendiri pake uang empat minggu situ. Dua juta itu per bulannya itu*

perlengkapan doang. Sama jajan itu. Kalau kos beda. [...] Kalau keychain-keychaine itu yang berapa ya biasanya keychain ya? Satu lima puluh (seratus lima puluh ribu rupiah) kayaknya. Segitu ya". (AR, 10 November 2025)

| “*Rata-rata pengeluarannya... Gak berbeda ya kalau skincare udah habis. Ya, banyak. Belum tentu juga sih kalau impulsif buying. Ya, Rp1.500.000 habis. K-Pop.. 200-300....Setengah juta mungkin*” (FA, 20 November 2025)

Berdasarkan pernyataan dari para informan, dapat disimpulkan bahwa pengeluaran yang bervariasi ini terjadi karena biaya kebutuhan dan keinginan yang berbeda-beda. Selain itu, sebagai mahasiswa penggemar K-Pop, di luar kebutuhan pokok, sebagian pengeluaran juga meliputi pemenuhan keinginan termasuk dalam membeli *merchandise* K-Pop, yang merupakan bagian dari identitas diri mereka.

Kemudian, untuk memvalidasi temuan, peneliti juga menggunakan informan kunci yaitu salah satu ketua komunitas K-Pop sekaligus *personal seller merchandise* di Kota Malang bernama NeedMerch_Go dengan pengikut lebih dari 4.000 yang telah aktif sejak tahun 2019 berinisial VN.

4.2 Paparan Data

Setelah mengetahui latar belakang dan kondisi keuangan informan dari data hasil penelitian di lapangan yang didapatkan melalui wawancara terhadap subjek penelitian, yaitu mahasiswa penggemar K-Pop di Kota Malang, langkah selanjutnya adalah mewawancarai para informan sesuai fokus penelitian dalam mengelola keuangan mereka untuk mencapai kestabilan antara kebutuhan pokok dan hiburan, khususnya K-Pop. Berikut ringkasan tabel dari hasil wawancara dengan para informan:

No	Research Question	Tema	Kutipan
1.	Pola konsumsi mahasiswa penggemar K-Pop di Kota Malang	Kebutuhan makan	<p><i>“Dana.. Ke makan ya, pasti makan”</i></p> <p><i>“Per bulan kalau misal untuk uang makan”</i></p>
		Kebutuhan perawatan diri	<p><i>“Terus beli-beli semacam kebutuhan mandi, skincare gitu”</i></p> <p><i>“Kebutuhan kayak skincare terus peralatan mandi”</i></p>
		Keinginan membeli produk K-Pop	<p><i>“.....Masih beli. Kayak photocard-photocard”</i></p> <p><i>“.....Biasanya ada yang jual photocard-nya gitu. Biasanya aku beli yang kayak gitu”</i></p>
1.	Strategi dalam mengelola keuangan pribadi mahasiswa penggemar K-pop di Kota Malang	Membuat Pos-pos Anggaran dan Dana darurat	<p><i>“.....Dipindah. Biar tidak kecampur dengan uang jajan”</i></p> <p><i>“.....Kalau misalnya aku selalu nyiapin uang itu buat dana darurat. Misalnya nanti aku lagi butuh banget. Ada keperluan mendadak.”</i></p>
		Menabung	<i>“Nabung dulu. Nanti kalau ada yang barangnya misalnya aku suka, ya udah aku beli”</i>
			<i>“Jadi aku nyisihin uangku segini. Sampai berapa kekumpul mau buat beli album misalnya”</i>
		Mencegah Transaksi	<i>“Masalahnya aku review itu semuanya aku pandang buruk biar aku nggak beli.”</i>
		Berlebihan dan Mencari Solusi	<p><i>“Paling ya kalau pengen banget-banget kebangetan mungkin jastip. Jastip mungkin bulan depan. Iya. Mikir-mikir dua kali.”</i></p> <p><i>“Mungkin aku bisa cari yang udah unsealed.”</i></p>

			<i>"Beli barang lain yang sama walaupun habis gitu."</i>
		Kebutuhan Prioritas Utama	<i>"Kalau aku sih tetap ke kebutuhan ya".</i>
			<i>"Bentar dong. Karena kan makan yang utama ya"</i>
			<i>"Jadi walaupun ada persiapan persiapan itu aku tetap nggak beli."</i>
			<i>"....Nggak."</i>
			<i>"Enggak beli."</i>
2.	Implikasi keterlibatan strategi tersebut dalam mengelola keuangan pribadi mahasiswa penggemar K-pop di Kota Malang	Meningkatkan kendali diri	<i>"....Bisa ngontrol diri lah".</i>
		Rasional dalam berbelanja	<i>"Mana yang bener-bener kebutuhan sama mana yang bener-bener kayak cuma keinginan"</i>
		Keuangan yang stabil	<i>"Lebih stabil. Soalnya gak boros"</i>
			<i>"Lebih gimana gitu, Lebih tertata sih."</i>
			<i>"Enak, duit, masih aman."</i>

Sumber: Data yang telah diproses oleh peneliti (2025)

Tabel 4.2 Pengumpulan Data Hasil Wawancara Informan

4.2.1 Pola konsumsi mahasiswa penggemar K-Pop di Kota Malang

4.2.1.1 Kebutuhan Makan

Berdasarkan hasil wawancara dari para informan ditemukan bahwa pola konsumsi mereka dimulai dengan kebutuhan makan. Di mana pengeluaran yang digunakan menjadi aktivitas utama bagi informan. Sebagaimana pernyataan informan:

| “*Dana.. Ke makan ya, pasti makan.* ”. (AR, 10 November 2025)

Sesuai dengan penuturan informan AR, dapat disimpulkan bahwa dana yang dikeluarkan untuk kebutuhan makan, digambarkan sebagai sebagai aspek yang tidak bisa dihindari dan merupakan bagian dari kehidupan informan yang bersifat terus menerus. Kebutuhan makan telah menjadi anggaran belanja yang berkelanjutan dan tidak dapat digantikan oleh apapun, oleh karena itu sebelum mengeluarkan dana untuk konsumsi lain, informan memastikan bahwa kebutuhan makan telah terpenuhi. Hal ini juga disampaikan oleh informan informan JJ bahwa setiap pengeluaran bulanan selalu ia alokasikan ke kebutuhan makan terlebih dahulu. Sebagaimana pernyataannya:

| “*Per bulan kalau misal untuk uang makan. Sebenarnya seminggu itu cukup 200 ribu ya. Sekitar segituan..* ”. (JJ, 07 November 2025)

Dari pernyataannya dapat diketahui bahwa kebutuhan makan telah memiliki estimasi biaya yang bersifat periodik, dimana setiap alokasinya diperhitungkan dengan baik sehingga dana untuk kebutuhan makan selanjutnya dapat terpenuhi. Dengan ini dapat dimengerti bagaimana kebutuhan makan merupakan konsumsi yang tidak dapat dihindarkan dan menjadi kewajiban dasar dalam kehidupan sehari-hari.

Penafsiran peneliti terhadap temuan wawancara di atas lalu di konfirmasi kepada VA selaku ketua komunitas K-Pop sekaligus *personal seller merchandise* di Kota Malang bernama NeedMerch_Go. Dalam validasinya tersebut, VA (26 Desember 2025) menegaskan bahwa temuan peneliti dapat dikatakan sesuai dengan fakta di lapangan, mengingat kebutuhan makan merupakan kebutuhan pokok tak hanya bagi penggemar K-Pop tetapi juga bagi setiap individu termasuk mahasiswa.

4.2.1.2 Kebutuhan Perawatan Diri

Selanjutnya, dalam pola konsumsi yang dilakukan oleh para informan ialah kebutuhan perawatan diri, yang mencakup *skincare* dan alat-alat mandi. Di mana kebutuhan tersebut juga bagian kebutuhan sehari-hari yang tidak dapat dihindari terlebih lagi para informan adalah wanita. Hal ini telah disampaikan oleh infroman FA dalam pernyataannya sebagai berikut:

| “*Terus beli-beli semacam kebutuhan mandi, skincare gitu.*”. (FA, 20 November 2025)

Berdasarkan pernyataannya, dapat dipahami bahwa kebutuhan perawatan diri seperti mandi dan *skincare* merupakan sesuatu yang tidak lepas dari kehidupannya. Selain itu, hal ini termasuk ke dalam kebutuhan yang harus dibeli secara berkala mengingat rotasi pemakaian yang terus menerus dilakukan. Perawatan diri dianggap sebagai sesuatu yang penting karena mendukung kegiatan sehari-hari informan. Dalam ucapannya, informan FA menyadari bahwa perawatan diri bukanlah keinginan semata, namun kebutuhan yang perlu dipenuhi. Lebih lanjut, hal ini juga disampaikan oleh informan lain seperti informan AR bahwa alokasi dana yang ia lakukan tidak hanya di untuk kebutuhan makan, namun juga untuk memenuhi perawatan diri, sebagaimana ungkapannya:

| “[...] *Itu kayak kebutuhan kayak skincare terus peralatan mandi, [...] itu aku beli sendiri pake uang 4 minggu situ..*”. (AR, 10 November 2025)

Berdasarkan pernyataan AR, setiap pendapatan yang ia dapatkan dari orang tuanya selalu ia sisihkan untuk kebutuhan perawatan diri seperti alat mandi dan *skincare*. Hal tersebut menunjukkan bahwa dalam pola konsumsi informan, perawatan diri

juga merupakan kebutuhan yang tidak dapat dihindari dan bersifat terus menerus sehingga harus dipenuhi sebelum mengeluarkan dana untuk hal lainnya.

Penafsiran peneliti terhadap temuan wawancara di atas lalu di konfirmasi kepada VA selaku ketua komunitas K-Pop sekaligus *personal seller merchandise* di Kota Malang bernama NeedMerch_Go. Dalam validasinya tersebut, VA (26 Desember 2025) menegaskan bahwa temuan peneliti dapat dikatakan sesuai dengan fakta di lapangan, dimana perawatan diri sangat penting untuk menjaga kesehatan tubuh.

4.2.1.3 Keinginan Membeli Produk K-Pop

Sebagai penggemar K-Pop, keinginan untuk membeli produk K-Pop tentu merupakan sesuatu yang mutlak. Bagi para informan, pemenuhan akan produk K-Pop termasuk pembuktian terhadap identitas sosial mereka sebagai penggemar. Meskipun tidak dilakukan secara masif, namun keinginan tersebut masih dilakukan hingga saat ini. Sebagaimana yang disampaikan oleh informan:

| “Barang kayak K-Pop itu kan? Masih. Masih beli. Kayak photocard-photocard.”. (NL, 03 November 2025)

Dalam pernyataan infroman NL, saat ini ia hanya berfokus pada salah satu produk K-Pop berupa *photocard* saja walaupun bukan dengan jumlah yang besar. Hal ini menunjukkan bahwa sebagai penggemar K-Pop keinginan untuk membeli produk yang ditawarkan oleh idola favorit merupakan sesuatu yang tetap ia pertahankan dan masih ia lakukan hingga sekarang. Padahal dirinya juga menyatakan bahwa ia bukanlah tipe penggemar yang sangat aktif. Sebagaimana ucapannya:

| “Bisa bilang iya. Bisa bilang enggak. Standard lah ya.”. (NL, 03 November 2025)

Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa sebagai individu yang memiliki identitas sosial penggemar K-Pop membeli produk K-Pop merupakan keinginan setiap penggemar. Selain itu, bentuk visual dan keunikan produk juga menjadi faktor pendukung pola konsumsi informan ketika hendak membeli barang-barang K-Pop. Hal ini disampaikan oleh informan TA, di mana pada saat membeli produk K-Pop misalnya *photocard*, biasanya ia akan memilih berdasarkan preferensi pribadi yang menurutnya cocok untuk dibeli. Sebagaimana dikatakan informan sebagai berikut:

| “Itu sih... Karena PC-nya itu biasanya... Kan biasanya... Ini kan... Kalau fanmeet itu... Ngambil dari foto-foto mereka yang... Mereka upload. Bukan yang rare beneran. Biasanya di foto lagi. Biasanya di Dream lagi. Tapi mereka itu... Aku biasanya belinya... Yang foto kayak fanmeet gitu loh. Kayak di foto... Pas... Kayak paparazzi gitu? Bukan paparazzi ya. Pas apa sih namanya? Dia itu yang fansign. [...] Biasanya kan mereka dikasih outfit lucu-lucu kan. Nah itu kan biasanya ada yang jual photocard-nya gitu. Biasanya aku beli yang kayak gitu”. (TA, 19 November 2025)

Berdasarkan hasil wawancara ini dapat ditarik kesimpulan bahwa keinginan membeli produk K-Pop adalah suatu kondisi yang diminati oleh penggemar. Meski tidak semua produk dapat dipenuhi, namun dalam praktiknya informan berusaha untuk membeli produk yang ditawarkan apabila sesuai dengan seleranya. Hal ini membuktikan bahwa keinginan membeli produk K-Pop juga termasuk dasar pola konsumsi penggemar. Sehingga dalam pemenuhannya, mereka cenderung bersikap selektif agar produk yang diinginkan terealisasi.

Penafsiran peneliti terhadap temuan wawancara di atas lalu di konfirmasi kepada VA selaku ketua komunitas K-Pop sekaligus *personal seller merchandise*

di Kota Malang bernama NeedMerch_Go. Dalam validasinya tersebut, VA (26 Desember 2025) menegaskan bahwa temuan peneliti dapat dikatakan sesuai dengan fakta di lapangan, mengingat identitas sosial yang mereka kenakan sehingga keinginan membeli produk K-Pop merupakan hal yang dibutuhkan untuk hiburan serta hobi.

4.2.2 Strategi dalam mengelola keuangan pribadi mahasiswa penggemar K-pop di Kota Malang

4.2.2.1 Membuat Pos-pos Anggaran dan Dana Darurat

Berdasarkan hasil wawancara dari para informan bahwa dalam mengelola keuangan mereka mengkategorikannya kedalam kebutuhan dan keinginan seperti uang makan, jajan, dan tempat tinggal (kos). Dalam hal ini, informan memisahkan keuangan mereka kedalam bank dan juga *e-wallet* sebagaimana disebutkan oleh informan sebagai berikut:

| “[...] Enggak juga. Ditaruh di bank dulu. Nanti kalau ada tabungan, baru ditaruh di bank lainnya dulu. Kayak Dana gitu. Dipindah. Biar tidak kecampur dengan uang jajan”. (FA, 20 November 2025)

Selain membuat pos-pos anggaran, informan juga mengaku menyisihkan uangnya untuk keperluan yang tidak terduga seperti dana darurat yang sewaktu-waktu dapat ia gunakan dalam keadaan mendesak. Hal ini dilakukan untuk mengantisipasi risiko negatif yang mungkin terjadi di masa depan. Kemudian dana darurat ini juga digunakan untuk kebutuhan seperti makan dan lain-lain. Sebagaimana yang disebutkan oleh informan sebagai berikut:

| “Rencana keuangan ada sih. Kalau misalnya aku selalu nyiapin uang itu buat dana darurat. Misalnya nanti aku lagi butuh banget. Ada

keperluan mendadak. Misalnya aku sakit. Atau misalnya di ban motor aku rusak. Dan aku harus benerin. Itu kan pasti nanti keluarnya uangku banyak. Terus kan uang jajanku jadi berkurang. Biasanya aku nyiapin dari dana darurat itu. Dana darurat itu biasanya aku pakai buat makan. Buat makan atau keperluan yang emang bener-bener aku gak punya uang jadi aku harus ngambil di dana darurat itu. Jadi aku gak boleh ngambil sebelum emang aku bener-bener butuh. [...] Aku taruh di bank”.

(JJ, 07 November 2025)

Dari hasil wawancara di atas diketahui bahwa, dalam menjaga keuangannya tetap stabil sembari memenuhi keinginan hiburan seperti membeli produk K-Pop, informan JJ dan FA membuat pos-pos anggaran dan dana darurat. Langkah ini dilakukan sebagai bentuk proteksi agar kebutuhan sehari-hari tidak terganggu. Lebih lanjut strategi ini bukan hanya menurunkan stres finansial tetapi juga berdampak positif terhadap kesehatan mental dan aktivitas. Seperti yang dikatakan oleh informan:

| “*Kalau uangnya ada, Kan hidupnya pasti enak juga. Kalau uangnya habis, buat beli hal yang cuma k-pop kek besok-besok masih bisa beli, tapi hari ini sampai gak bisa makan, Kan gak enak ke diri dan keuangannya juga. Ya, kebutuhan yang lain.*”

(TA, 19 November 2025)

Berdasarkan pengalaman para informan, mereka menjelaskan bagaimana strategi praktis ini bisa dilakukan oleh siapapun termasuk mahasiswa atau pekerja *part time*. Dari paparan data di atas menunjukkan bahwa beberapa informan telah membuat rencana keuangan yang fleksibel. Di mana mereka lebih memilih perencanaan keuangan yang adaptif dengan memanfaat teknologi yang ada seperti bank dan *e-wallet* agar menyesuaikan situasi dan kondisi informan saat ini sehingga dalam mengalokasikan dananya informan dapat lebih efisien dan mampu memantau pengeluaran keuangan mereka.

Penafsiran peneliti terhadap temuan wawancara di atas lalu di konfirmasi kepada VA selaku ketua komunitas K-Pop sekaligus *personal seller merchandise* di Kota Malang bernama NeedMerch_Go. Dalam validasinya tersebut, VA (26 Desember 2025) menegaskan bahwa temuan peneliti dapat dikatakan sesuai dengan fakta di lapangan, di mana ia sepakat terhadap strategi ini untuk menunjang kebutuhan agar tercukupi dengan seimbang.

4.2.2.2 Menabung

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pada tanggal 10 November 2025 dengan seorang informan berinisial AR, diketahui bahwa dalam mengelola keuangannya agar kebutuhan dan keinginan hiburan berupa K-Pop terpenuhi, Ia menekankan agar menabung terlebih dahulu sebelum membeli produk-produk tersebut. Sebagaimana pernyataan dari informan:

| “*Beli barang kek K-Pop itu aku nabung sih waktu itu. Nabung kayak seminggu 50, seminggu 50 apa berapa gitu. Pokoknya sampai aku bisa dapetin, itu baru aku beli. Nabung dulu. Nanti kalau ada yang barangnya misalnya aku suka, ya udah aku beli*”. (AR, 10 November 2025)

Dari penjelasannya, AR mengatakan, bahwa ketika ia menginginkan produk yang berkaitan dengan K-Pop, ia memutuskan untuk menabung terlebih dahulu. Kemudian dalam wawancara di atas, AR juga menjelaskan bagaimana cara ia mengelola tabungannya. Di mana setiap minggu, untuk mencapai target harga produk yang ingin ia beli, ia akan mengumpulkan dana sekitar Rp50.000 secara bertahap. Walaupun dana yang ditabung mungkin mengalami perubahan, namun hal ini disebabkan oleh harga produk yang berbeda-beda sehingga dana tabungan bisa lebih atau kurang tergantung kondisi. Selain itu dalam pernyataannya,

informan AR menunjukkan bahwa setiap keputusan pembelian produk K-Pop selalu didorong oleh preferensi pribadi, yang mana produk tersebut adalah produk yang benar-benar ia sukai. Oleh sebab itu, keputusannya dalam berbelanja bisa dikatakan selektif dan menurut pandangan pribadi, baik dari segi keuangan serta minatnya terhadap produk yang ia sukai.

Lebih lanjut, informan kedua yang melakukan hal serupa yakni JJ mengatakan bahwa ketika ia berniat untuk membeli produk K-Pop seperti album, ia selalu merencanakannya terlebih dahulu. Sebagaimana yang diungkapkan oleh informan:

| “Rencanain dulu sih kalau aku. Rencanain dulu. Nah nanti kalau misalnya ada uang. Kan misalnya kan dapat sumber dari gaji. Nah nanti nyisihin berapa. Apalagi aku punya misalnya aku mau beli ini nanti. Jadi aku nyisihin uangku segini. Sampai berapa kekumpul mau buat beli album misalnya. Sampai berapa kekumpul uangnya cukup buat beli itu. Ngerencanain sih kalau aku nggak yang langsung impulsif langsung beli pada saat itu juga. Nggak sekaya itu”. (JJ, 07 November 2025)

Meskipun dalam pernyataannya informan JJ tidak secara eksplisit menggunakan kata menabung seperti halnya informan AR, dari keterangannya dapat diketahui bahwa ia juga mempraktikkan cara yang sama seperti yang dilakukan AR dengan menyisihkan dana yang ia peroleh untuk mencapai target harga produk yang ia inginkan. Dalam wawancara ini, JJ juga menekankan bahwa ia bukanlah kategori penggemar yang melakukan pembelian impulsif seperti penggemar K-Pop pada umumnya. Ia memahahmi kondisi dan situasi ekonomi yang ia hadapi. Oleh karena itu sebelum melakukan pembelian ia memilih untuk menunggu hingga dana yang ia kumpulkan cukup. Ucapan “*nggak sekaya itu*” pada hasil wawancara di atas menggambarkan bahwa dirinya sadar terhadap kemampuan keuangan yang ia

miliki, sehingga dalam menyesuaikan kebutuhan dan keinginannya ia harus berusaha untuk mengelolanya dengan baik. Salah satunya ialah dengan menabung.

Penafsiran peneliti terhadap temuan wawancara di atas lalu di konfirmasi kepada VA selaku ketua komunitas K-Pop sekaligus *personal seller merchandise* di Kota Malang bernama NeedMerch_Go. Dalam validasinya tersebut, VA (26 Desember 2025) menegaskan bahwa temuan peneliti dapat dikatakan sesuai dengan fakta di lapangan, di mana harga produk K-Pop yang berbeda-beda dan tidak sedikit yang mahal terkadang mengharuskan mereka untuk menabung terlebih dulu.

4.2.2.3 Mencegah Transaksi Berlebihan dan Mencari Solusi

Pengeluaran produk dalam budaya K-pop seringkali didorong oleh keputusan impulsif yang dipicu oleh visual, promosi, edisi terbatas, atau *comebacknya* idola. Informan mengakui bahwa hal ini dengan mudah memicu keinginan untuk membeli. Sebagaimana yang disampaikan oleh mereka:

| “[...] Kayak collab gitu loh. Collab sama Something. Terus Season Greeting, kayak gitu-gitu. Pas itu aku lagi banyak banget. Jadi pengeluarannya kebanyakan”. (TA, 19 November 2025)

| “Ya konsep albumnya yang aku suka mungkin beberapa, nggak semuanya gitu. Makanya kan aku lebih suka Stray Kids karena konsepnya aku suka gitu”. (JJ, 07 November 2025)

Namun, berdasarkan dari pernyataan informan, mereka juga mampu mengendalikan pengeluaran mereka agar tidak menyebabkan transaksi yang berlebihan. Adapun cara yang digunakan dalam mengalihkan keinginan mereka untuk mencegah hal tersebut juga bervariasi mulai dari bersikap skeptis terhadap

ulasan produk K-Pop yang membuatnya mengurungkan niat untuk membeli. Hal ini sesuai dengan yang diutarakan oleh informan:

| “Masalahnya aku review itu semuanya aku pandang buruk biar aku nggak beli. Jadi kayak review ah jelek, ah jelek, ah bodoh, ah jelek, jadinya nggak beli gitu. Kalau nahanku gitu”. (NL, 03 November 2025)

Kemudian, selain bersikap skeptis terhadap ulasan produk, informan yang sangat menginginkan produk K-Pop tersebut dapat menggunakan jasa titip atau membeli produk *non-segel* seperti album untuk mendapatkan harga lebih murah meski harus menunggu lebih lama. Sebagaimana yang diungkapkan oleh informan:

| “Paling ya kalau pengen banget-banget kebangetan mungkin jastip. Jastip mungkin bulan depan. Iya. Mikir-mikir dua kali. Maksudnya ngapain juga beli-beli banyak-banyak photocard. Kan pasti setiap bulan, setiap hari sering keluar kan photocard itu sama-sama juga. Foto-foto yang sama-sama juga. Gini-gini. Juga sama-sama ganteng. Cuma beda latar belakangnya.”. (FA, 20 November 2025)

| “Cuma nanti mungkin kalau misalnya bener-bener nggak jadi dapat. Mungkin aku bisa cari yang udah unsealed”. (JJ, 07 November 2025)

Hingga terakhir, informan akan mengambil keputusan dengan membeli produk lain yang menurutnya sepadan atau memutuskan untuk tidak membeli jika harga produk terlalu mahal. Sebagaimana yang dikatakan oleh informan:

| “Beli barang lain yang sama walaupun habis gitu. [...] Enggak sering. Cari yang lucu-lucu banget. Kalau yang enggak ya gak usah beli. Karena harganya juga gak murah kan”. (AR, 10 November 2025)

Hasil ini menunjukkan bahwa meskipun *fandom* memiliki sifat emosional yang intens, para informan tetap mampu secara sadar mengendalikan perasaan dan pola konsumsi mereka. Kesadaran ini terlihat dari beberapa alternatif yang dilakukan para informan pada saat keinginan untuk membeli timbul, mereka menggunakan

cara yang berbeda-beda mulai dari menangguhkan keputusan pembelian, mencari harga yang lebih murah, sampai secara sadar membentuk jarak emosional terhadap produk yang diminati. Para informan menegaskan bahwa mereka membuat pilihan berdasarkan pertimbangan praktis, bukan sekadar ikut-ikutan yang kerap kali mendorong perilaku konsumtif. Sehingga, keterlibatan mereka sebagai penggemar K-Pop tidak selalu menyebabkan mereka kehilangan kendali keuangan. Justru sebaliknya, hal ini memperlihatkan bahwa mereka mampu menyeimbangkan antara kebutuhan dan keinginan pribadi seperti K-Pop.

Tak hanya itu, dari wawancara di atas juga ditemukan bahwa para informan memiliki sikap realistik terhadap setiap keputusan pembelian. Mereka bukan hanya memperhatikan visualisasi suatu produk atau idola, namun juga mempertimbangkan fungsi dan pengaruh dari keputusan tersebut bagi kondisi keuangan mereka. Maka sebab itu, walaupun secara umum aktivitas fandom dianggap melakukan tindak pemborosan, para informan justru memperlihatkan adanya kendali terhadap tingkat emosionalitas pada diri mereka sehingga mengurangi bahkan mencegah transaksi yang menurut mereka berelebihan.

Penafsiran peneliti terhadap temuan wawancara di atas lalu di konfirmasi kepada VA selaku ketua komunitas K-Pop sekaligus *personal seller merchandise* di Kota Malang bernama NeedMerch_Go. Dalam validasinya tersebut, VA (26 Desember 2025) menegaskan bahwa temuan peneliti dapat dikatakan sesuai dengan fakta di lapangan, karena produk K-Pop atau *merchandise* hanyalah bentuk dari keinginan bukan kebutuhan mendesak yang harus segera terpenuhi.

4.2.2.4 Kebutuhan Tetap Prioritas Utama

Berdasarkan pernyataan dari para informan, mereka sepakat bahwa dalam kehidupan sehari-hari kebutuhan merupakan prioritas utama. Keinginan hiburan seperti membeli produk K-Pop dipenuhi setelah kebutuhan dapat dikatakan stabil. Sebagaimana yang diutarakan oleh para informan:

| “*Kalau aku sih tetap ke kebutuhan ya*”. (JJ, 07 November 2025)

Berdasarkan pernyataan dari informan JJ, ia mengakui bahwa kebutuhan sehari-hari merupakan prioritas utama yang harus didahulukan sebelum memenuhi keinginan hiburan, seperti membeli produk K-Pop. Ungkapan JJ yang menekankan pada kebutuhan daripada hiburan memperlihatkan bahwa ia memiliki pemahaman yang baik tentang pentingnya mengontrol hasrat keinginan dan mengutamakan kebutuhan sehari-hari seperti makan, tempat tinggal (kos), juga pengeluaran yang lain. Hal ini juga didukung oleh pernyataan dari informan berinisial AR ketika ditanya terkait pemenuhan keinginan seperti produk K-Pop. Ia mengatakan:

| “*Bentar dong. Karena kan makan yang utama ya. Maksudnya mau makan keychain kan gak mungkin*”. (AR, 10 November 2025)

Dalam pernyataannya, informan AR mengungkapkan bahwa ia lebih memilih untuk menunda pembelian produk K-Pop demi kebutuhan seperti makan. Meskipun dalam ucapannya terdapat unsur candaan, dari hasil tersebut diketahui bahwa keinginan seperti membeli produk K-Pop tidak dapat digantikan dengan kebutuhan hidupnya. Menurut informan konsumsi yang berhubungan dengan keinginan dianggap sebagai kebutuhan pelengkap yang boleh di ketika kondisi setelah kebutuhan utama tercukupi dengan optimal dan keuangan dalam kondisi yang baik.

Mengacu pada pernyataan beberapa informan, mereka mengaku bahwa apabila keuangan mereka tengah mengalami fluktuasi, mereka memilih untuk tidak melakukan pembelian terhadap produk hiburan seperti K-Pop. Sebagaimana ungkapan para informan:

| “*Kalau keuangan menipis sih, nggak. Sebenarnya mikir-mikir dulu sih*”. (NL, 03 November 2025)

| “*[...] Enggak. Enggak beli*”. (FA, 20 November 2025)

Dari apa yang dikatakan oleh informan NL dan FA, mereka sepakat untuk mengurungkan pembelian produk K-Pop apabila keuangan sedang mengalami krisis. Kemudian, dari pernyataan NL “*mikir-mikir dulu sih*” menunjukkan bahwa ia berhati-hati dalam membuat keputusan pembelian, termasuk keinginan. Sedangkan, informan FA dengan tegas memutuskan untuk sepenuhnya menghentikan pembelian produk K-Pop jika kondisi keuangan tengah krisis. Pada tahap ini produk K-Pop bukan lagi objek yang wajib terpenuhi melainkan sebatas pelengkap saja yang pemenuhannya dapat dilakukan di lain waktu. Informan juga menyebutkan bahwa walaupun kebutuhan pangan dalam kondisi baik namun keuangan tetap dalam konsisi krisis, ia tetap memilih untuk mengehentikan aktivitas membeli produk K-Pop. Sebagaimana pernyataannya:

| “*Nggak. Jadi walaupun ada persiapan persiapan itu aku tetap nggak beli. Kalau kritis mending nggak. [...] Karena aku tipenya yang bisa mikir berjuta kali kalau misal di online*”. (TA, 19 November 2025)

Dalam pandangan informan TA, jika keuangan sedang mengalami krisis ia memutuskan untuk tidak melakukan transaksi apapun terkait keinginan hiburan K-Pop meskipun kebutuhannya terpenuhi. Sebaliknya, ia terlihat cenderung untuk

menjaga keuangannya supaya pengeluaran yang tidak mendesak tidak membebaninya. Disamping itu informan TA juga mengaku bahwa dalam membelanjakan uangnya ia lebih berhati-hati dan memikirkan risiko yang mungkin terjadi. Oleh karena itu, walaupun terdapat dorongan untuk membeli dan mempunyai minat besar terhadap K-Pop, para informan dapat memahami apa yang lebih dulu dibutuhkan. Sehingga hal ini menyebabkan keinginan hiburan bukan sebagai alasan utama dari setiap keputusan keuangan mereka, tetapi tetap mempertimbangkan kepentingan dari seluruh pengeluaran. Dari hasil ini diketahui pula bahwa walaupun para informan adalah penggemar K-Pop yang aktif mengikuti perkembangan dan aktivitas idola mereka, namun kebutuhan sehari-hari tetap menjadi prioritas utama.

Penafsiran peneliti terhadap temuan wawancara di atas lalu di konfirmasi kepada VA selaku ketua komunitas K-Pop sekaligus *personal seller merchandise* di Kota Malang bernama NeedMerch_Go. Dalam validasinya tersebut, VA (26 Desember 2025) menegaskan bahwa temuan peneliti dapat dikatakan sesuai dengan fakta di lapangan, karena keinginan seperti membeli produk K-Pop hanya untuk kesenangan dan hobi semata.

4.2.3 Implikasi keterlibatan strategi tersebut dalam mengelola keuangan pribadi mahasiswa penggemar K-pop di Kota Malang

4.2.3.1 Meningkatkan kendali diri

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, ditemukan bahwa ketika mereka menerapkan strategi yang mereka sebutkan di atas, mereka dapat

meningkatkan kendali terhadap dirinya. Sebagaimana yang disampaikan oleh narasumber:

| “[...] Bisa ngontrol diri lah. Jadi emang kayak yaudahlah. Kalo gak dapet yaudah. Kita cari yang lain lagi langsung beli deh gitu”. (AR, 10 November 2025)

Dari pernyataan informan AR dapat dimengerti bahwa ketika ia menerapkan strategi yang ia sebutkan di atas, membuatnya sadar terhadap prinsip menerima dan kooperatif. Diketahui dengan penerapan strategi yang ia lakukan, informan AR menganggap produk yang tidak bisa ia dapatkan bukanlah suatu kekecewaan yang besar hingga membuatnya larut dalam kesedihan. Ia menjadikan kegagalan dalam membeli produk yang ia sukai dengan sikap tenang. Dan memberikan kesan bahwa informan dapat mengontrol dirinya agar tidak bersikap berlebihan ketika hendak membeli suatu produk.

Kemudian dalam ungkapannya, informan AR menggambarkan dirinya bukanlah orang yang terobsesi pada suatu barang atau produk tertentu. Dari pernyataan “*Kita cari yang lain lagi*” mengungkapkan bahwa informan dapat mencari produk lain yang lebih mudah ia dapatkan. Hal ini menunjukkan bahwa selain dapat meningkatkan kendali atas dirinya, informan AR juga lebih mudah menyesuaikan kondisi yang terjadi dengan mengalihkan pada alternatif lain. Dengan bersikap fleksibel dan mencari pilihan lain, informan menghindari terjebak pada keinginan yang tidak realistik, sehingga ia tetap dapat meraih kepuasan melalui cara yang berbeda. Ia seakan ingin mengatakan bahwa ketika ia dapat mengendalikan dirinya untuk tidak bersikap impulsif, ia juga lebih mudah memahami keadaan yang terjadi dan dapat membuat keputusan baru yang realistik.

Intinya, penjelasan yang diberikan oleh informan AR ini menunjukkan bahwa ketika strategi dalam mengelola keuangannya tercapai, maka kendali atas dirinya pun meningkat. Sehingga pembelian produk yang berlebihan akan lebih mudah teratasi. Selain itu, ketika ia tidak mendapatkan apa yang ia inginkan, ia juga mengupayakan opsi lain agar terhindar dari distres emosional yang berkepanjangan. Proses tersebut mendefinisikan kendali diri informan sebagai kemampuan untuk meregulasi keinginan, menerima keterbatasan yang ada, serta membuat keputusan secara sadar tanpa didominasi oleh dorongan pribadi.

Penafsiran peneliti terhadap temuan wawancara di atas lalu di konfirmasi kepada VA selaku ketua komunitas K-Pop sekaligus *personal seller merchandise* di Kota Malang bernama NeedMerch_Go. Dalam validasinya tersebut, VA (26 Desember 2025) menegaskan bahwa temuan peneliti dapat dikatakan sesuai dengan fakta di lapangan, di mana menurutnya kendali diri dalam mengalokasikan dana dianggap penting untuk mengelola keuangan yang baik.

4.2.3.2 Rasional dalam berbelanja

Sebagai seorang penggemar yang mengikuti berbagai aktifitas idola termasuk membeli produk K-Pop, tentunya keinginan untuk berbelanja dan mengoleksi produk-prosuk tersebut sangat kuat. Apalagi keterbatasan barang yang di produksi oleh industri terkait juga menjadi faktor pendorong utama. Kondisi ini seringkali menimbulkan konflik internal seperti rasa cemas dan keraguan bagi para penggemar K-Pop dalam memilih antara menahan diri atau memutuskan untuk membeli produk yang ditawarkan, sebagaimana ungkapan narasumber:

| “ [...] Soalnya kan kayak suka ya terus gitu. Mungkin mikir-mikirnya lagi tuh karena albumnya itu sebagus apa”. ((JJ, 07 November 2025)

| “Perasaan itu sih... Perasaan takut habis. Takut habis. Kadang tuh mikir kayak.. Apa pakai uangku yang sekarang aja ya gitu. Tapi nanti ke depannya aku makan apa gitu. Bingung ya? Bingung. Bimbang. Satunya kayak.. Takut kehabisan. Satunya takut-takut gak makan”. (AR, 10 November 2025)

Berdasarkan pernyataan dari informan, diketahui bahwa produk-produk K-Pop yang ditawarkan memang terlihat menarik sehingga menimbulkan rasa ingin terus membeli. Hal ini juga sejalan dengan ungkapan informan NL yang mengatakan bahwa kendala ketika membuat keputusan pembelian produk K-Pop ialah lingkungan sekitar yang membuatnya terpengaruh dan terus melakukan transaksi produk K-Pop. Sebagaimana yang dikatakannya:

| “Kendalanya mungkin pas ngeliat orang-orang pake itu ya. Ada yang pake tas, ada yang pake photocard, ada yang gancing-gancing lucu. Kendalanya itu sih kayak yang banget kadang gitu kalau misalnya masuk k-pop store sama temen-temen tiba-tiba, ayo beli deh, Murah lah gitu sih”. (NL, 03 November 2025)

Maka dari itu informan JJ mengungkapkan bahwa strategi yang ia terapkan dalam mengelola keuangannya, membantu dirinya untuk mulai menyadari dampak yang didapatkan telah mempengaruhi terhadap rasionalitas dalam membelanjakan uangnya. Hal ini diungkapkan oleh informan JJ sebagai berikut:

| “Mana yang bener-bener kebutuhan sama mana yang bener-bener kayak cuma keinginan. Soalnya kan kalau butuh itu kita pasti butuh terus gitu loh. Kalau pengen kita nanti pasti ada pengen-pengen lagi. [...] Iya gitu. Jadi lebih berhati-hati lah intinya sama penggunaan uang”. (JJ, 07 November 2025)

Menurut ucapannya informan JJ sadar bahwa kebutuhan adalah hal yang lebih penting dan berkelanjutan, sehingga dalam pemenuhannya tidak dapat digantikan

dengan keinginan yang lain. Akan tetapi, keinginan anggap sebagai hal yang bersifat tidak tetap dan akan timbul dalam kondisi tertentu. Menurutnya apabila suatu keinginan telah terpenuhi, keinginan-keinginan yang lain juga akan timbul. Dimana hal tersebut dapat mempengaruhi pengelolaan keuangannya dan menjadikannya lebih konsumtif. Dengan menerapkan strategi yang disebutkan di atas, informan JJ mengaku lebih waspada terhadap pengeluarannya sehingga menumbuhkan sikap rasionalitas dalam berbelanja.

Berikutnya, dari penyampaian informan JJ, diketahui ia bukanlah termasuk individu yang terburu-buru dalam mengambil keputusan berbelanja. Dalam praktiknya sehari-hari, informan JJ merupakan pribadi yang cukup bijak dalam membelanjakan uangnya. Dari keterangannya, ia memperlihatkan bahwa pada saat menerapkan strategi dalam mengelola keuangannya, ia merasakan adanya transformasi pola pikir dan pertimbangan yang cermat dalam membeli sesuatu. Kewaspadaan yang ia dapatkan ini menunjukkan upaya untuk tidak bersikap emosional sehingga merugikan sendiri. Informan JJ juga menambahkan agar tidak melihat uang sebagai benda yang dapat digunakan sewaktu-waktu dengan mudah hanya untuk memenuhi keinginan semata, namun sebagai kemampuan ekonomi yang harus dijaga, diutamakan, dan dikelola secara efektif berdasarkan kebutuhan sehari-hari.

Penafsiran peneliti terhadap temuan wawancara di atas lalu di konfirmasi kepada VA selaku ketua komunitas K-Pop sekaligus *personal seller merchandise* di Kota Malang bernama NeedMerch_Go. Dalam validasinya tersebut, VA (26 Desember 2025) menegaskan bahwa temuan peneliti dapat dikatakan sesuai dengan

fakta di lapangan, mengingat kebutuhan sehari-hari lebih krusial dibandingkan keinginan hiburan khususnya membeli produk K-Pop.

4.2.3.3 Keuangan yang stabil

Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan, selain dua poin di atas, peneliti juga menemukan bahwa para informan merasakan adanya transformasi pada keuangan mereka. Mereka menyebutkan bahwa keuangan mereka jauh lebih stabil ketika menerapkan strategi-strategi yang mereka lakukan.

Sebagaimana pernyataan informan:

| “[...] Lebih stabil. Soalnya gak boros. Merasa bangga kalau gak boros. Merasa bangga. Bangga-bangga sekali.”. (FA, 20 November 2025)

Selain membuat keuangan lebih stabil, informan FA juga mengatakan bahwa ketika keuangannya stabil, ia lebih bangga akan dirinya. Hal ini dikarenakan dengan melihat kondisi keuangannya yang stabil, ia menjadi seseorang yang hemat. Dimana, sebagai mahasiswa keseimbangan antara pendapatan dan pengeluaran mungkin sulit untuk dirasakannya. Kemudian, dengan keuangan yang stabil ini, informan lain, TA menambahkan bahwa hidupnya lebih tertata dan tidak mengganggu aktifitas yang lain. Sebagaimana pernyataan dari informan TA:

| “[...] Lebih gimana gitu, Lebih tertata sih. Lebih... Tertata. Lebih bisa dikelola keuangannya. [...] Kayak kehidupan sama keuangan itu balance jadinya ”. (TA, 19 November 2025)

Menurut TA, dengan menerapkan strateginya, pendapatan, belanja, biaya dan juga kebutuhan lainnya lebih terkendali serta tidak mempengaruhi kegiatannya sebagai mahasiswa. Dengan ini, Informan memiliki persepsi bahwa urusannya yang lain berada di bawah kendali sesuai dengan rencananya. Berikutnya, informan

menyadari keseimbangan antara kebutuhan dan keinginan berupa hiburan dapat mempengaruhi kondisi finansial secara keseluruhan. Informan sudah tidak menganggap keuangan sebagai beban yang mengganggu kegiatannya yang lain, seperti pendidikan, kehidupan sosial, dan waktu. Keuangan telah beralih dari sumber kekhawatiran terus-menerus menjadi aspek kehidupan yang dapat dikelola secara teratur seiring dengan aktivitas lain.

Kestabilan inilah yang kemudian memberikan kenyamanan hidup bagi informan, karena ia dapat memosisikan masalah keuangan secara teratur tanpa harus mengorbankan aspek penting kehidupan lainnya. Hal ini juga dirasakan oleh informan NL, di mana ia lebih lega mendapati uangnya dalam keadaan stabil. Ia mengatakan bahwa ketika melihat uangnya dalam kondisi utuh karena menerapkan strategi dalam mengelola keuangan, rasa senang akhirnya juga timbul pada dirinya.

Sebagaimana pernyataan oleh informan:

| “Enak, duit masih aman. Kalau dapat positifnya sih kayak senang aja. [...] Senang aja gitu. duit masih utuh”. (NL, 03 November 2025)

Melalui pernyataannya ditemukan bahwa keuangan yang utuh membuatnya merasa senang dan efisien sehingga memungkinkan untuk disimpan tanpa terbebani oleh pemakaian dana yang tidak relevan. Selain itu, informan NL juga memperlihatkan adanya rasa lega yang terungkap karena ia tidak perlu terjebak dalam kondisi keuangan yang fluktuasi. Kondisi meningkatkan rasa aman bagi informan dalam menjalani aktivitas sehari-hari, sebab ia memiliki dana lebih. Oleh karena itu, rasa senang ini timbul bukan dari perolehan dana tambahan, namun melalui kemampuan mengelola uang yang dimiliki sehingga tetap tersedia dan dapat dimanfaatkan saat

kebutuhan mendesak muncul. Kemudian, NL juga mengatakan bahwa kestabilan uang bukan hanya membuatnya senang, namun juga memberikan dampak positif, apalagi ia juga mengaku bahwa ia bukanlah tipe individu yang dapat menahan diri ketika membeli produk K-Pop. Sebagaimana ungkapannya:

“Karena aku jarang nahan ya. Kayaknya lebih ke positif deh kayaknya.”
(NL, 03 November 2025).

Menurutnya, dampak yang terjadi dalam caranya mengelola keuangan dapat membawa kebaikan untuk dirinya sendiri. Melalui pernyataan ini, meskipun informan NL belum mampu menahan diri untuk tidak melakukan pembelian produk K-Pop secara teratur, ia tetap bisa merasakan keuntungan dari strategi yang ia lakukan.

Penafsiran peneliti terhadap temuan wawancara di atas lalu di konfirmasi kepada VA selaku ketua komunitas K-Pop sekaligus *personal seller merchandise* di Kota Malang bernama NeedMerch_Go. Dalam validasinya tersebut, VA (26 Desember 2025) menegaskan bahwa temuan peneliti dapat dikatakan sesuai dengan fakta di lapangan, karena strateg-strategi yang diterapkan dapat secara langsung berpengaruh terhadap keuangan. Selain itu, dengan keuangan yang stabil juga berdampak terhadap kondisi mental para penggemar K-Pop termasuk mahasiswa.

4.3 Pembahasan Hasil Penelitian

4.3.1 Pola konsumsi mahasiswa penggemar K-Pop di Kota Malang

4.3.1.1 Kebutuhan Makan

Mahasiswa tergolong kedalam kelompok yang rawan menghadapi ketahanan pangan karena berbagai kendala mendasar. Hal tersebut mencakup

keterbatasan keuangan, sempitnya waktu, hingga sulitnya akses terhadap asupan bergizi (Andayani et al., 2025). Menurut Ukegbu et al., (2019) dalam (Andayani et al., 2025), mahasiswa yang rela mengeluarkan dana yang sedikit lebih besar daripada yang berusaha untuk hemat akan mendapatkan dirinya dalam keadaan yang lebih sehat. Kondisi ekonomi yang dialami oleh mahasiswa dapat menjadi faktor utama dalam keterbatasan dalam memenuhi kebutuhan makan.

Menurut Nurjannah et al., (2023), kebutuhan makan merupakan kebutuhan pokok bagi mahasiswa yang termasuk di dalamnya adalah sumber protein, sayuran, serta makanan dan minuman instan. Biasanya alokasi dana yang dilakukan oleh seseorang di prioritaskan pada kebutuhan pokok. Akan tetapi, bagi mahasiswa alokasi dana tidak hanya digunakan untuk memenuhi kebutuhan tersebut, namun juga untuk memenuhi kebutuhan lain seperti pendidikan serta keinginan (Nurjannah et al., (2023) sebagaimana yang dilakukan oleh para informan.

Sebagai generasi muda yang peka terhadap teknologi dan tren gaya hidup, mahasiswa seringkali mengabaikan kebutuhan utama mereka seperti kebutuhan makan untuk memenuhi keinginan mereka terhadap produk yang mereka sukai. Sehingga mengakibatkan ketidak teraturan terhadap pola konsumsi mereka yang juga berdampak terhadap kondisi keuangan. Menurut Rahmadhani et al., (2024), mayoritas mahasiswa yang memiliki masalah keuangan termasuk pendapatan utama yang diterima dari orang tua, lebih memilih untuk mengonsumsi makanan tidak sehat, yang menawarkan harga lebih murah. Sehingga, kondisi ini akan berpengaruh buruk terhadap kesehatan mereka yang nantinya akan

berdampak pula pada keuangan mereka karena harus mengeluarkan dana untuk pengobatan. Oleh karena itu, untuk mencegah hal tersebut, para mahasiswa khususnya mahasiswa penggemar K-Pop disarankan agar menjadikan makan sebagai kebutuhan yang lebih dulu di penuhi sebelum memenuhi kebutuhan atau keinginan lain sebagaimana yang diterapkan oleh para informan di atas.

4.3.1.2 Kebutuhan Perawatan Diri

Menjaga penampilan menurut sebagian orang adalah hal yang penting. Hal ini karena penampilan merupakan aspek pertama yang dinilai oleh orang lain ketika pertama kali bertemu (Sari & Indriarini, 2021). Menurut Hasmawalati, (2017) dalam Sari & Indriarini, (2021) mengatakan bahwa penampilan fisik dianggap krusial terutama bagi mahasiswa dimana perilaku yang digunakan bertujuan untuk membantu seseorang lebih percaya diri dan terlihat lebih menarik. Adapun salah satu tampilan fisik yang dapat dilihat dengan mudah adalah wajah. Dalam Suhandoko et al., (2025), Erika, (2023) mengatakan bahwa wajah salah satu fisik manusia khususnya wanita yang menarik untuk dinilai. Oleh karena itu untuk memelihara dan merawat kulit wajah, hal yang dapat dilakukan ialah mengaplikasikan *skincare* sebagaimana yang dilakukan oleh para informan.

Perawatan diri dengan menggunakan *skincare* menandakan adanya keinginan menjadi cantik pada wanita era modern seperti sekarang, di mana mereka rela mengorbankan waktu dan uang untuk penampilan yang mereka inginkan (Arsya et al., (2025). Begitu pula dengan para penggemar K-Pop yang mana kebanyakan dari mereka berkiblat pada visual dan kecantikan atau ketampanan para idola favorit. Masyarakat menganggap seiring bertambahnya usia, perawatan kulit

juga semakin dibutuhkan terlebih lagi Indonesia saat ini juga dianggap sebagai negara yang memiliki tingkat pengembangan kosmetika tinggi (Arsya et al., (2025).

Temuan oleh Suhandoko et al., (2025) mengatakan bahwa mengaplikasikan *skincare* setiap hari memberikan sugesti positif terhadap remaja, di mana mereka mengaku bahwa *skincare* dapat meningkatkan tampilan fisik mereka tergantung harga dan kualitas produk yang mereka beli. Meskipun begitu, para remaja ini tidak membelanjakan seluruh dana nya hanya untuk membeli *skincare* sehingga tidak menimbulkan konsumsi yang berlebihan.

Selain itu, temuan oleh Sivaramkrishnan, (2024) menyebutkan bahwa frekuensi seseorang dengan pendapatan lebih yang tinggi menunjukkan adanya segmen pasar yang mampu melakukan pembelian produk perawatan pribadi kelas atas. Sehingga menyoroti kemungkinan dampak fleksibilitas keuangan terhadap pilihan produk. Secara bersamaan, pendapatan seseorang yang relatif rendah mendapatkan kesulitan dan yang memengaruhi pilihan perawatan mereka. Oleh karena itu sebagai mahasiswa, di mana pendapatan utamanya masih melalui orang tua yang dapat dikatakan terbatas menjadi salah satu faktor yang memengaruhi pilihan perawatan diri mereka. Sehingga dalam konteks ini, frekuensi pembelian produk perawatan pribadi yang diteliti melihat betapa pentingnya produk-produk ini dalam aktivitas sehari-hari dan rutinitas perawatan diri.

4.3.1.3 Keinginan Membeli Produk K-Pop

Sebagai individu yang memiliki identitas sosial penggemar K-Pop, tentu pola konsumsi ini merupakan hal yang lumrah. Ketertarikan dan minat terhadap

suatu grup idola dapat menjadi faktor utama dalam memenuhi keinginan membeli produk K-Pop. Berdasarkan temuan oleh Valencialaw et al., (2023) menyebutkan bahwa penggemar K-Pop merupakan Individu yang rela mengeluarkan dana yang besar untuk memenuhi identitas sosialnya. Di mana, para penggemar tersebut biasanya dipengaruhi oleh ikatan emosional yang tercipta melalui interaksi dengan idola favorit.

Menurut Ananda et al., (2024) dalam Saepudin et al., (2025) salah satu faktor yang mendukung tingkat konsumerisme penggemar K-Pop khususnya generasi muda adalah pendapatan yang diperoleh dari uang saku dengan nominal yang besar sehingga mereka kerap kali melakukan tindakan impulsif pada saat membeli produk K-Pop seperti album, *photocard* dan lain-lain. Hal ini juga didukung oleh temuan Puspitasari et al., (2022) dalam Nisa et al., (2023) yang menyatakan bahwa penggemar K-Pop khususnya pengoleksi *photocard* biasanya akan melakukan transaksi apabila produk tersebut sesuai dengan selera atau minatnya.

Tren K-Pop tidak hanya menjadi bagian dari budaya global, namun bentuk perluasan industri hiburan yang mencakup aktivitas ekonomi penjual dan pembeli. Selain itu, strategi pemasaran yang digunakan dalam penawaran produk ini juga telah mempengaruhi kondisi mental dan emosional konsumen sehingga tak jarang penggemar yang menghabiskan uangnya untuk memenuhi emosi tersebut. Lebih lanjut industri K-Pop ini juga telah menyasarkan berbagai kalangan yang target utamanya adalah generasi muda untuk terus melakukan pembelian yang menyebabkan masalah pada pengelolaan keuangan mereka. Hal ini dapat dikatakan

selaras dengan *theory of planned behavior* yang mana dalam Hendrik & Saputra (2023) , Bian & Moutinho (2011) menyebutkan bahwa perilaku konsumtif yang ditunjukkan oleh seseorang dapat berdampak pada kecenderungannya dalam membeli produk atau barang yang bukan prioritas sehingga mengakibatkan adanya ketidakseimbangan antara kebutuhan dan keinginan.

4.3.2 Strategi dalam mengelola keuangan pribadi mahasiswa penggemar K-pop di Kota Malang

4.3.2.1 Membuat Pos-pos Anggaran dan Dana Darurat

Salah satu komponen kunci dalam akuntansi untuk mengelola penggunaan sumber daya keuangan adalah penyusunan anggaran (Ramadhani & Anwar, 2025). Menurut Fahmi, (2025) Remaja dapat mengambil keputusan keuangan dengan beban mental yang lebih ringan ketika keuangan mereka dikategorikan sesuai kebutuhan dan keinginan, karena hal ini memudahkan mereka untuk mengingat dan mengevaluasi informasi penting. Jika mereka tidak mengkategorikan keuangan mereka maka, mereka harus mengevaluasi seluruh keuangan mereka setiap kali membuat pilihan konsumsi.

Selain itu, dengan menyisihkan uang secara terencana untuk tujuan jangka panjang, dapat membantu orang mengelola pengeluaran mereka. Akibatnya, mereka menjadi lebih mampu menahan diri dari keinginan untuk menghabiskan uang untuk kepuasan instan. Selain itu, rekening khusus transaksi memastikan bahwa ketika orang membayar sesuatu di muka, mereka menggunakannya dan tidak menyia-nyiakannya untuk hal lain (Fahmi, 2025).

Sebuah anggaran yang dirancang dengan baik akan memastikan bahwa sumber daya yang tersedia dapat dikelola seefisien mungkin untuk memenuhi kebutuhan lainnya (Fitria et al., 2025). Menurut Sarono, (2023) Membuat pos-pos anggaran dan dana darurat sangat penting bagi individu. Hal ini karena setiap kebutuhan yang benar-benar diperlukan harus memiliki anggaran agar dapat dikelola dengan efektif dan menyisihkan uang untuk tabungan serta investasi di masa depan. Lebih lanjut, pos-pos anggaran dan dana darurat ini dapat memastikan bahwa sumber daya dan aktivitas yang digunakan juga efektif dan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Oleh karena itu dengan membuat pos-pos anggaran, seseorang dapat menetapkan prioritas dan menyesuaikannya berdasarkan pendapatan yang diperolehnya yang nantinya berdampak terhadap kesejahteraan keuangan pribadinya.

Membuat pos-pos anggaran termasuk pilar dalam mengelola keuangan pribadi yang efektif. Strategi ini dapat menjadikan seseorang agar membelanjakan uangnya kedalam kebutuhan dan keinginan dengan menerapkan kendali dan kejelasan terkait pendapatan dan pengeluarannya (Omkar & Darekar, 2025). Temuan oleh Sindi et al., (2024) , mengatakan bahwa membuat pos-pos anggaran secara teliti dapat membantu seseorang untuk mengetahui batasannya dalam berbelanja, sehingga barang-barang yang bukan prioritas dapat dikendalikan, khususnya pada generasi muda yang peka terhadap perilaku konsumtif yang berlebihan. Selain itu, dengan membuat dana darurat menggambarkan seseorang yang sadar terkait potensi kerugian keuangan yang dapat terjadi sewaktu-waktu. Oleh karena itu, dana ini dapat digunakan untuk cadangan dalam mengatasi insiden

tak terduga seperti sakit, dan lain-lain (Sindi et al., 2024). Sebagai penggemar K-Pop, dana darurat dapat menjadi dana cadangan yang digunakan ketika dana utama digunakan untuk membeli produk K-Pop, sehingga keuangan tetap stabil dan tidak mengganggu kebutuhan sehari-hari.

Dalam perspektif *fiqh*, membuat pos-pos anggaran dan dana darurat perlu mengikuti prinsip-prinsip dasar hukum ekonomi Islam seperti akuntabilitas atau pertanggung jawaban. Meskipun pos-pos anggaran dan dana darurat yang dibuat bersifat pribadi, namun sebagai mahasiswa yang pendapatan utama berasal dari orangtua, tanggung jawab merupakan bagian dari prinsip yang sangat dianjurkan dalam membentuk sikap tauhid kepada Allah SWT, jujur, amanah dan membantu kesejahteraan manusia (Arno, 2021). Oleh karena itu ketika seseorang membuat pos-pos anggaran dan dana darurat, ia juga harus bertanggung jawab atasnya. Prinsip ini didukung oleh surah Al-Isra' ayat 36 yang berbunyi:

﴿٣٦﴾ وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادُ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْؤُلًا

Artinya : “Janganlah engkau mengikuti sesuatu yang tidak kauketahui. Sesungguhnya pendengaran, penglihatan, dan hati nurani, semua itu akan diminta pertanggungjawabannya.”.

Dan juga surah Al-Ahzab ayat 15 yang berbunyi:

﴿١٥﴾ وَلَقَدْ كَانُوا عَاهَدُوا اللَّهَ مِنْ قَبْلٍ لَا يُوَلُّونَ الْأَذْبَارَ وَكَانَ عَهْدُ اللَّهِ مَسْؤُلًا

Artinya : “ Sungguh, mereka sebelum itu benar-benar telah berjanji kepada Allah tidak akan berbalik ke belakang (mundur). Perjanjian dengan Allah akan diminta pertanggungjawabannya.. ”.

Berdasarkan ayat-ayat di atas, dalam membuat pos-pos anggaran dan juga dana darurat, prinsip tanggung jawab merupakan bagian kewajiban yang mesti dilakukan dengan perilaku, pengetahuan, serta pengelolaan yang jelas. Selain kedua ayat di atas, prinsip tanggung jawab dalam Islam juga telah disampaikan oleh Rasulullah SAW, sebagaimana sabda beliau:

فَالِإِمَامُ رَاعٍ وَهُوَ مَسْئُولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ، وَالرَّجُلُ رَاعٍ عَلَى أَهْلِ بَيْتِهِ وَهُوَ مَسْئُولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ، وَالْمَرْأَةُ

رَاعٍ عَلَى مَالِ سَيِّدِهِ وَهُوَ مَسْئُولٌ . رَاعِيَّةٌ عَلَى بَيْتِ بَعْلِهَا وَوَلَدِهِ وَهِيَ مَسْئُولَةٌ عَنْهُمْ، وَالْعَبْدُ

عَنْهُ، فَكُلُّكُمْ رَاعٍ وَكُلُّكُمْ مَسْئُولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ

Artinya : “ Seorang imam (pemimpin besar) adalah pemimpin dan akan dimintai pertanggungjawaban atas rakyatnya. Seorang laki-laki (suami/ayah) adalah pemimpin atas keluarganya dan akan dimintai pertanggungjawaban atas mereka. Seorang wanita (istri/ibu) adalah pemimpin atas rumah suaminya dan anak-anaknya, dan akan dimintai pertanggungjawaban atas mereka. Dan seorang hamba sahaya adalah pemimpin atas harta tuannya dan akan dimintai pertanggungjawaban atasnya. Ketahuilah, setiap kalian adalah pemimpin dan setiap kalian akan dimintai pertanggungjawaban atas yang dipimpinnya ”. (HR. Bukhari dan Muslim).

Dari hadist di atas dapat diketahui bahwa dalam menyusun pos-pos anggaran dan dana darurat, mereka bukan hanya sebagai kegiatan dalam mengelola keuangan saja, namun sebagai bentuk progres dari praktik nyata dalam menjalankan amanah harta dari Allah SWT. Sehingga keuangan atau harta yang telah disusun dapat dijalankan dengan amanah yang nantinya dipertanggungjawabkan selayaknya seorang muslim, dimana ia harus menjamin bahwa setiap pos anggaran

dan dana darurat yang dibuat dapat digunakan untuk kemaslahatan, mengurangi pemborosan, dan memenuhi kebutuhan pribadi sesuai prioritas yang ditetapkan sebelumnya (Arno, 2021).

4.3.2.2 Menabung

Menurut Mustakim et al., (2022) menabung merupakan aspek penting dalam kehidupan sehari-hari, erat kaitannya dengan pengeluaran atau konsumsi yang harusnya dipraktikkan sebagai salah satu cara untuk mempersiapkan diri menuju kehidupan yang lebih baik. Hal ini juga diterapakan oleh informan dalam memenuhi kebutuhan dan juga keinginan agar mencapai keseimbangan dalam keuangan mereka. Menabung juga kerap kali digunakan dalam mekanisme *sinking fund*, yaitu dana yang disimpan dengan maksud ingin melakukan transaksi besar di masa mendatang. Omkar & Darekar, (2025) mengatakan bahwa fungsi menabung biasanya dikaitkan dengan sikap emosional individu, seperti pemenuhan hiburan K-Pop sebagaimana pernyataan informan di atas, yang menyebabkan tingkat disiplin menabung individu meningkat karena memiliki alasan tertentu yang kuat.

Menurut Thaler, (1999) dalam Fahmi, (2025) menabung dapat membantu seseorang mencapai kepuasan dan stabilitas dalam keuangan mereka. Salah satu penjelasannya kemungkinan adalah bahwa efek langsung dari menabung dapat mengurangi tekanan keuangan lainnya, seperti tingkat pendapatan atau pengeluaran tak terduga. Selain itu faktor yang mempengaruhi kepuasan keuangan bergantung pada kondisi eksternal seperti stabilitas ekonomi atau pendapatan yang cukup.

Hasil wawancara di atas dapat dikaitkan dengan *Theory of Planned Behavior* oleh Ajzen, (1991) dalam Dewi, (2023) yang menyatakan bahwa perilaku menabung didasari oleh *intention* (niat). Dimana merujuk pada pernyataan informan di atas, ketika hendak membeli atau melakukan transaksi produk K-Pop mereka merencanakannya terlebih dahulu. Niat memiliki pengaruh langsung terhadap tindakan. Semakin kuat niat seseorang, semakin besar pula keyakinan dan usaha yang akan dicurahkan untuk mewujudkan perilaku tersebut. Oleh karena itu, niat adalah indikator utama dari sebuah perilaku manabung (Dewi, 2023).

Adapun dalam Islam, perilaku niat ini telah dijelaskan oleh Rasulullah SAW lewat sabdanya:

عَنْ أَمِيرِ الْمُؤْمِنِينَ أَيْ حَفْصٍ عُمَرَ بْنِ الْخَطَّابِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: سَعَيْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ

عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ: إِنَّ الْأَعْمَالَ بِالنِّيَاتِ، وَإِنَّمَا لِكُلِّ امْرِئٍ مَا نَوَى، فَمَنْ كَانَتْ هِجْرَتُهُ إِلَى اللَّهِ

وَرَسُولِهِ فَهِجْرَتُهُ إِلَى اللَّهِ وَرَسُولِهِ، وَمَنْ كَانَتْ هِجْرَتُهُ لِدُنْيَا يُصِيبُهَا أَوْ امْرَأَةٌ يَنْكِحُهَا فَهِجْرَتُهُ إِلَى

مَا هَاجَرَ إِلَيْهِ

Artinya : “Dari Amirul Mu'minin (pemimpin orang-orang mukmin), Abu Hafs, Umar bin Al-Khattab radhiyallahu 'anhu, ia berkata: Aku mendengar Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam bersabda: “Sesungguhnya segala amal perbuatan itu (hanya) bergantung pada niatnya. Dan sesungguhnya bagi setiap orang (hanyalah) akan mendapatkan apa yang ia niatkan. Barangsiapa yang hijrahnya karena Allah dan Rasul-Nya, maka hijrahnya itu (diterima) oleh Allah dan Rasul-Nya. Dan barangsiapa yang hijrahnya karena dunia yang ingin ia raih atau karena wanita yang ingin ia nikahi, maka hijrahnya itu (hanyalah) menuju kepada apa yang ia niatkan”. (HR. Bukhari dan Muslim).

Mengacu pada hadist di atas, dapat disimpulkan bahwa menabung merupakan perilaku yang didasari oleh niat. Tanpa adanya niat dan motivasi yang kuat, bagi para penggemar membeli produk K-Pop tentunya sulit apalagi sebagai mahasiswa yang pendapatannya masih ditanggung oleh orang tua. Dalam *Theory of Planned Behavior*, Ajzen, (1991) juga mengatakan bahwa ketika perilaku niat lemah, seseorang hanya akan mendapatkan ekspektasi yang sia-sia, dan tidak akan mampu merealisasikan apa yang menjadi alasan dalam menabung agar konsisten dan disiplin. Niat yang rendah dalam TPB berpotensi menghambat peningkatan kadar keyakinan diri dan dedikasi upaya yang esensial dalam menanggulangi setiap kendala yang muncul (Dewi, 2023).

4.3.2.3 Mencegah Transaksi Berlebihan dan Mencari Solusi

Mayoritas Penggemar K-pop memang lebih memilih melakukan pembelian terhadap produk K-Pop yang disukai. Barang yang dibeli umumnya seperti album, *photocard*, tiket konser, dan produk-produk lain yang ditawarkan oleh idola favorit mereka. Pada praktiknya, biasanya penggemar beramai-ramai melakukan pemesanan untuk mendapatkan produk yang mereka inginkan tersebut (Dika et al., 2024). Akibatnya, hal ini seringkali membuat para penggemar menciptakan tindakan *impulsive buying* secara sadar dan terus menerus sehingga tidak jarang membuat mereka menjadi individu yang kehilangan kendali terhadap keuangan pribadi. Selain itu, penggemar K-Pop kerap kali ikut serta dalam menumbuhkan rasa solid pada anggota komunitas yang sama dengan mendukung penuh setiap produk yang diiklankan oleh idola mereka. Maka dari itu, kebanyakan

dari mereka ragu untuk tidak membeli produk yang ditawarkan sebagaimana ucapan informan di atas (Dika et al., 2024).

Meskipun impulsivitas umumnya dikaitkan dengan kehilangan kendali (Nisrina et al., 2020), namun ternyata para informan sering melakukannya dalam keadaan sadar dan terencana. Mereka sadar bahwa tidak semua produk yang diinginkan dapat dengan mudah didapatkan. Apalagi perbedaan harga setiap produk membuat para informan dapat berpikir berulang kali untuk membelinya. Sebagai mahasiswa yang pendapatan utama masih dari orang tua, mereka mengungkapkan banyak cara yang bisa dilakukan untuk memperoleh produk K-Pop yang disukai selagi memastikan keuangan mereka dalam kondisi baik. Salah satu solusi yang mereka terapkan ialah membeli produk dengan harga yang lebih murah dibanding harga asli yang ditawarkan. Walaupun begitu, mereka tetap dapat merasakan emosi yang sama ketika mendapatkan produk tersebut. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Ngo An et al., (2024) yang mengatakan bahwa pada saat individu melakukan pencegahan terhadap transaksi berlebihan dengan melakukan pembelian yang lebih sedikit terhadap suatu produk, mereka tetap bisa merasakan efek kegembiraan yang sama meski dengan antusias yang sedikit lebih rendah.

Menurut Muslimah et al., (2023) dalam Dika et al., (2024) fenomena ini disebabkan karena adanya adanya jalinan emosional yang telah tercipta antar penggemar dan idolanya. Sehingga juga mempengaruhi tingkat belanja penggemar. Selain itu produk K-Pop yang langka, terkadang mendorong penggemar untuk melakukan pembelian segera, sehingga secara tidak langsung memfokuskan pada solusi penggemar dalam pemenuhan produk tersebut.

Strategi yang dilakukan oleh informan ini relevan dengan surah Al-Insyirah ayat 5-6 yang berbunyi:

فِإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٦﴾ إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٥﴾

Artinya : “*Maka, sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya beserta kesulitan itu pasti ada kemudahan.*”.

Dari ayat ini, dapat diketahui bahwa informan sebagai penggemar K-Pop sekaligus mahasiswa bukanlah individu yang cepat berputus asa ketika menghadapi kesulitan seperti menyeimbangkan antara kebutuhan dan keinginan hiburan seperti membeli produk-produk K-Pop. Mereka berusaha untuk tetap mewujudkan keinginannya dengan berbagai cara yang bisa dilakukan dan sesuai dengan kondisi keuangan mereka. Ayat di atas tidak hanya menyebutkan tentang optimisme dalam suatu keadaan. Namun juga sebagai pedoman pada setiap keputusan yang diambil oleh individu, termasuk dalam keputusan akan keuangan yang ia miliki.

Lebih lanjut, relevansi ayat dengan strategi ini ialah pada skema ikhtiar yang dilakukan untuk menyikapi hambatan secara terencana dan tidak terjebak didalamnya. Selain itu, ayat di atas juga dapat dijadikan prinsip dan pola pikir bahwa setiap kekurangan yang dimiliki termsasuk keterbatasan dalam keuangan dapat diatasi dengan solusi yang cermat. Sehingga ketika dihadapkan pada kondisi dan situasi yang sama, para penggemar ini mampu menanganinya dengan solusi yang sudah terencana tanpa komsumsi yang berlebihan.

Oleh karena itu, meskipun para informan mungkin telah melakukan riset produk, membaca ulasan, dan mempertimbangkan kelebihan dan kekurangan, tetapi pada akhirnya, mereka tetap melakukan transaksi dengan solusinya masing-masing yang sesuai kondisi keuangan mereka untuk memenuhi keinginan hiburan, terutama dalam membeli produk K-Pop (Saragih, 2024).

4.3.2.4 Kebutuhan Tetap Prioritas Utama

Menurut temuan Gilly et al., (2025) oleh, individu seringkali dihadapkan pada kebutuhan dan keinginan, dimana dalam kegiatan sehari-hari menahan diri untuk tidak memenuhi keinginan merupakan tantangan yang berat bagi mereka. Sokumbi (2023) memaknai kebutuhan sebagai barang-barang yang dibutuhkan dalam kehidupan yang tidak termasuk kedalam barang-barang yang bersifat esensial seperti perawatan kuku dan semacamnya. Sedangkan keinginan diartikan sebagai uang yang dihabiskan hanya untuk bersenang-senang, menghibur diri dan segala tindakan yang dapat dilakukan dalam menikmati hidup. Pada dasarnya kebutuhan adalah hal mendasar yang perlu dipenuhi oleh manusia.

Dalam teori ekonomi oleh Sukirno (2021) dalam Rohman et al., (2023) menyatakan bahwa kebutuhan individu merupakan hal yang tak terhingga. Artinya, setiap kesulitan yang dihadapi oleh seseorang biasanya disebabkan oleh ketidakpuasan terhadap kebutuhan hidupnya, bahkan ketika ia mendapatkan barang yang sesuai keinginannya. Sebagai penggemar K-Pop, hal ini sejalan oleh temuan Nisrina et al., (2020) yang mengatakan bahwa pada saat melakukan pembelian, mereka dapat melakukan tindakan yang impulsif atau tanpa rencana sebelumnya. Walaupun begitu pada dasarnya, ketika seseorang hendak melakukan pembelian

terhadap suatu produk, mereka akan mengikuti skema keputusan pembelian yang mencakup prosedur seperti mengenali apa yang dibutuhkan, mencari informasi, memilih alternatif, memutuskan untuk melakukan transaksi, dan tindakan yang dilakukan setelah memperoleh produk (Rohman et al., 2023) sebagaimana yang dilakukan oleh para informan di atas. Ketika kebutuhan menjadi prioritas utama dalam pengeluaran sehari-hari, maka dapat dikatakan dalam mengelola keuangan pribadi mereka cenderung tidak terjebak dalam perilaku konsumtif yang berlebihan sekalipun tengah berada di lingkungan fandom yang mendorong adanya pembelian impulsif (Saragih, 2024). Selain itu, hal ini mengindikasikan bahwa selama seseorang berkomitmen untuk menjaga stabilitas keuangan mereka dan memiliki prioritas keuangan yang jelas, menjadi penggemar bukanlah masalah yang besar dengan tidak melakukan pemborosan (Fahmi, 2025).

4.3.3 Implikasi keterlibatan strategi tersebut dalam mengelola keuangan pribadi mahasiswa penggemar K-pop di Kota Malang

4.3.3.1 Meningkatkan kendali diri

Menurut Rifani et al., (2023) Semakin berkembangnya budaya K-Pop membuat para penggemar kerap melakukan perilaku konsumtif yang menyebabkan mereka melakukan transaksi berlebihan, bukan karena kebutuhan melainkan keinginan. Padahal menurut Etikasari, (2018) dalam Rifani et al., (2023) mengatakan bahwa untuk mengelola keuangan yang baik, seseorang harus mampu mengendalikan dirinya. Hal ini karena seiring bertambahnya usia, kematangan emosional yang dihasilkan juga mulai berkembang (Rifani et al., 2023). Menurut Ghufron & Suminta, (2010) dalam Rifani et al., (2023) generasi muda yang

memiliki kematangan emosi lebih mudah mengekspresikan emosinya dengan cara yang baik sehingga dapat diterima oleh khalayak umum.

Sebagai generasi muda di era yang penuh dengan teknologi khususnya mahasiswa, dalam upaya menghindari pengaruh oleh faktor eksternal yang merugikan seperti konsumsi berlebihan, mereka seharusnya dapat menguasai dasar-dasar terkait pengendalian diri (Valencialaw et al., (2023). Dalam Valencialaw et al., (2023) aktivitas yang dilakukan penggemar K-Pop seperti menonton konser ataupun membeli merchandise adalah sesuatu yang dipicu oleh adanya keinginan dalam diri yang tidak dapat dikatakan sebagai suatu pembelian impulsif.

Menurut Setiyorini et al., (2025), walaupun para penggemar K-Pop menyatakan tindakan seperti menonton konser ataupun membeli *merchandise* merupakan suatu perilaku yang kurang baik, mereka secara sadar tetap melakukannya sebagai bentuk pembuktian akan identitas sosial mereka. Sehingga kendali diri yang kuat diperlukan untuk membatasi pengeluaran yang berlebihan. Hal ini dikarenakan ketika seorang penggemar melakukan transaksi produk K-Pop yang diminati, mereka cenderung merasakan kesenangan yang masif. Sehingga dalam aktivitasnya kendali diri merupakan faktor penting yang harus dimiliki oleh para penggemar tersebut (Attan & Natsir, 2023) dalam (Dika et al., 2024).

Implikasi ini cukup relevan dengan surah Al-Furqan ayat 67 yang berbunyi:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْرُبُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَاماً ﴿٦٧﴾

Artinya : “*Dan, orang-orang yang apabila berinfak tidak berlebihan dan tidak (pula) kikir. (Infak mereka) adalah pertengahan antara keduanya.* ”.

Ayat di atas, menekankan bahwa sebagai manusia dilarang untuk bersikap konsumtif yang berlebihan (*Israf*) terhadap sesuatu, termasuk yang bersifat harta. Menurut Mahfiyah (2025), perilaku *Israf* kemungkinan terjadi ketika seseorang tidak mampu mengendalikan dirinya sehingga membuat dirinya terjebak untuk terus memenuhi keinginan emosional tanpa memperhatikan kebutuhan yang seharusnya dipenuhi terlebih dahulu. Oleh karena itu, menurut informan di atas, dengan menerapkan strategi yang telah di sebutkan, kendali diri pada diri juga akan meningkat secara otomatis.

Berdasarkan teori Goleman dalam Mirza et al., (2022) menjelaskan bahwa apabila seseorang mempunyai keterampilan emosi yang cukup baik terutama dalam mengendalikan dirinya, ia akan mampu mengelola situasi dan kondisi yang sedang dihadapi dengan kedisiplinan dan juga menumbuhkan intensitas antar individu dengan baik pula. Setiyorini et al., (2025), juga menambahkan bahwa dalam penerapannya kendali diri melibatkan pengelolaan pikiran dan perilaku terhadap dorongan dari dalam dan luar, yang memungkinkan seseorang untuk bertindak secara sadar berdasarkan pertimbangan yang bijaksana.

4.3.3.2 Rasional dalam berbelanja

Berkembangnya teknologi sekarang dapat mempengaruhi tingkat konsumsi masyarakat, termasuk generasi muda. Ekspansi ekonomi global yang semakin terbuka lebar memudahkan pasar menjangkau berbagai kalangan yang

menyebabkan gaya hidup pribadi meningkat (Amiruddin, et al., (2023). Seiring perubahan zaman, peran industri hiburan juga memiliki dampak yang signifikan terhadap pola konsumsi generasi muda. Di mana sebagai industri yang berkaitan dengan teknologi, industri ini dapat menjadi pencipta tren yang diikuti oleh banyak generasi muda (Wiwoho et al., 2024).

Begitu pula dengan K-Pop. Dengan minat penggemar yang tinggi terlebih di Indonesia, selain menawarkan visual artis dan musik yang menarik, mereka juga memanfaatkan peluang tersebut untuk menciptakan produk fashion dan memperkenalkan budaya negara Korea Selatan lain seperti FnB dan kecantikan (Dika et al., 2024). Menurut Wirapraja et al., (2018) dalam Amiruddin, et al., (2023) konsumen yang rasional lebih mendahulukan logika pada saat melakukan transaksi. Konsumen yang memiliki perilaku rasional akan membeli produk berdasarkan kebutuhannya, baik kebutuhan sekunder maupun primer. Mereka akan memilih produk yang paling sesuai dengan kemampuan dan kondisi keuangannya. Perilaku ini dapat dilihat dari beberapa karakteristik seperti: keperluan mendesak dan utama, produk menawarkan pemanfaatan maksimal, konsumen membeli produk ditinjau dari harga dan kemampuan konsumen, serta produk memiliki kualitas unggul dan terpercaya (Amiruddin, et al., (2023).

Menurut Pradana & Kiky, (2022) rasionalitas memiliki keterbatasan dan ketergantungan pada strategi mental yang dilakukan oleh masing-masing individu, dimana mereka biasanya lebih memilih solusi yang memuaskan (*satisfice*) daripada yang optimal (*optimize*), apalagi sering kali pengambilan keputusan mereka terjebak oleh kegagalan dalam pola pikir. Namun, dari temuan ini, strategi yang

ditetapkan oleh salah satu informan justru sepakat dengan teori ekonomi klasik oleh Adam Smith (1776) dalam Rodrigues et al., (2019) yang menyatakan bahwa terdapat asumsi bahwa manusia merupakan pembuat keputusan rasional yang selalu menganalisis secara detail mengenai biaya, manfaat, *trade-off*, dan *opportunity cost*.

Berdasarkan temuan Anh & Vinh, (2022) pada generasi muda, ia menyatakan bahwa dengan rasionalitas seseorang ketika berbelanja dapat dipengaruhi oleh bagaimana ia mengelola keuangannya. Sebagai penggemar K-Pop, informan yang telah menerapkan strategi pengelolaan keuangan seperti yang taelah disebutkan di atas dapat mengatur antara keinginan hiburan seperti membeli produk K-Pop dan kebutuhan hidupnya. Hal ini menggambarkan bahwa strategi yang dilakukan oleh para informan dapat membentuk pola pikir individu dalam membuat keputusan belanja dengan mempertimbangkan segala aspek sehingga individu tidak perlu dibebani oleh keuangan yang fluktuasi di kemudian hari.

4.3.3.3 Keuangan yang stabil

Keuangan yang stabil diperoleh dari pengelolaan keuangan seseorang yang baik, di mana mereka dapat memenuhi setiap kebutuhan pada aspek kehidupan (Du Plessis, et al., 2023). Menurut Obenza, et al., (2024) keuangan yang stabil diartikan sebagai perasaan senang dan tenang terhadap suatu kondisi keuangan yang mempengaruhi pola pikir positif individu sehingga mampu memenuhi kebutuhan hari ini dan masa depan secara teratur. Kemudian, keuangan yang stabil juga merupakan keyakinan seseorang terhadap kemampuannya untuk

terus hidup dengan bpedoman pada tingkat kemandirian akan keuangan atau pendapatannya (Vastag & Eisinger, 2024).

Untuk memperoleh keuangan yang stabil banyak cara yang dapat dilakukan oleh individu. Salah satunya ialah mengendalikan pengeluaran. Pengeluaran yang buruk dapat memicu masalah keuangan. Sebagai generasi muda, terutama mahasiswa, keuangan yang stabil merupakan hal yang harus di kelola dengan benar agar nantinya dapat menghadapi kesulitan yang mungkin terjadi di masa depan (Wiwoho, et al., 2024). Keuangan yang stabil ini adalah salah satu dampak positif dari mempraktikkan strategi pengelolaan keuangan yang nyata (Shaffiyah, et al., 2025) sebagaimana yang para informan lakukan. Dengan pengelolaan keuangan yang cermat, seseorang mampu menjamin terpenuhinya kebutuhan esensial seperti pangan, sandang, dan mobilitas tanpa mengalami tekanan finansial yang signifikan (Shaffiyah, et al., 2025). Dengan berada dalam kondisi keuangan yang stabil, individu akan merasa lebih aman termasuk pada saat berhadapan dengan situasi ekonomi yang selalu berubah-ubah (Etty dan Dorris, 2024) dalam (Shaffiyah, et al., 2025).

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2021) dalam Shaffiyah, et al., (2025) keuangan yang stabil adalah kondisi dimana seseorang mendapati dirinya dalam keadaan cukup dari segi sumber daya keuangannya sehingga dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari, menyusun anggaran untuk jangka panjang dan mampu mengatasi masalah keuangan. Kemudian, menurut penelitian oleh Kaiser et al., (2021), menyatakan bahwa seseorang yang memiliki keuangan yang stabil dapat mengurangi *stress* keuangan yang terjadi akibat risiko keuangan yang terjadi. Oleh

karena itu, pengelolaan keuangan yang baik memiliki dampak ganda yang signifikan, tidak hanya memengaruhi aspek ekonomi, tetapi juga kesehatan mental, termasuk pada generasi muda.

Strategi yang dilakukan para informan seperti menyusun anggaran, menabung dan sebagainya dapat menjadi faktor utama yang memberikan dampak terhadap keuangan yang stabil. Menurut Afandy, (2020) seseorang yang mempunyai strategi dalam mengelola keuangannya mampu menghadapi risiko keuangan yang tak terduga. Kedisiplinan yang diterapkan oleh para informan mungkin dapat menjadi salah satu cara mereka bertahan dalam setiap masalah terkait keuangan sehingga mereka tidak hanya stabil secara ekonomi tetapi juga terhadap psikologis.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dengan mengacu pada hasil yang diperoleh dari metode penelitian berupa wawancara, dokumentasi, dan observasi, dan sebagaimana yang telah diuraikan dalam pembahasan pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa pola konsumsi mahasiswa penggemar K-Pop adalah untuk memenuhi kebutuhan makan, kebutuhan perawatan diri seperti alat mandi dan *skincare* serta keinginan untuk membeli produk K-Pop. Dimana dua hal yang disebutkan merupakan pola konsumsi yang umum dibutuhkan, tidak hanya sebagai mahasiswa penggemar K-Pop melainkan juga dibutuhkan oleh berbagai kalangan. Sehingga dapat dikatakan bahwa pola konsumsi mahasiswa penggemar K-Pop di Kota Malang ini dianggap lumrah dan normal.

Kemudian, dari pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa strategi dalam mengelola keuangan pribadi mahasiswa penggemar K-Pop adalah membuat pos-pos anggaran dan dana darurat, menabung, mencegah transaksi berlebihan serta kebutuhan tetap prioritas utama. Hal ini sesuai dengan teori pendukung dari *Theory Planned Behavior* bahwa sikap merupakan prediktor utama tindakan. Keinginan untuk bertindak akan menguat jika didukung oleh norma sosial dan perilaku yang dirasakan, yaitu ketika seseorang memiliki sikap positif, dan keyakinan akan kemudahan pelaksanaannya.

Terakhir, implikasi keterlibatan strategi yang diterapkan oleh mahasiswa penggemar K-Pop di Kota Malang dalam mengelola keuangan pribadi diantaranya, meningkatkan kendali diri, rasional dalam berbelanja dan keuangan yang stabil. Lebih lanjut temuan yang paling krusial pada penelitian ini adalah keuangan yang stabil. Di mana berdasarkan pernyataan informan kunci keuangan yang stabil merupakan dampak yang langsung terasa pada aktivitas keuangan pribadi penggemar K-Pop. Melihat dari perilaku anggotanya keuangan yang stabil seperti cadangan dana yang masih ada memberikan pengaruh positif pada para penggemar K-Pop. Pada dasarnya praktik strategis dan implikasi saling berkesinambungan yang menguntungkan terhadap kondisi keuangan individu. Di mana, dalam *Theory Planned Behavior* disebutkan bahwa sikap seseorang yang didorong oleh keinginan yang kuat akan membentuk perilaku positif dalam mengelola keuangannya dan dianggap menguntungkan. Adanya norma subjektif dan tanggung jawab pribadi dinilai efektif menyeimbangkan tekanan komunitas sosial sehingga mampu meningkatkan kendali diri, membentuk rasionalitas dalam berbelanja dan keuangan yang stabil. Oleh karena itu implikasi dari strategi di atas dapat memberikan keyakinan pada mahasiswa terutama penggemar K-Pop bahwa mereka mampu menguasai sumber daya keuangannya dengan baik. Kondisi ini penting sebagai persiapan dalam menghadapi potensi kesulitan di masa depan. Individu yang berada dalam keuangan yang stabil akan merasa lebih terjamin dan aman, terutama saat menghadapi dinamika dan ketidakpastian kondisi ekonomi.

5.2 Saran

Setelah peneliti melakukan penelitian terhadap strategi dalam mengelola keuangan pribadi mahasiswa penggemar K-pop di Kota Malang, maka peneliti mengajukan saran sebagai berikut:

1. Saran Teoritis

- a. Penelitian ini bersifat eksploratif pada satu daerah tertentu sehingga penelitian selanjutnya sangat dianjurkan untuk menambah pengetahuan dan wawasan terhadap tema terkait.
- b. Untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan pendekatan kuantitatif sebagai perbandingan dan menguji seberapa besar pengaruh strategi pengelolaan keuangan di atas terhadap tingkat kesejahteraan ekonomi yang berkelanjutan bagi mahasiswa.

2. Saran Praktis

- a. Bagi para informan, agar tetap menjaga dan mempraktikkan strategi di atas secara konsisten sehingga kebutuhan dan keinginan akan hiburan khususnya K-Pop dapat terpenuhi tanpa khawatir keuangan akan fluktuasi.
- b. Sebagai mahasiswa khususnya yang pendapatan utamanya masih bergantung kepada orang tua, hendaklah mengevaluasi secara berkala setiap pengeluaran dan pemasukan yang dilakukan serta berhati-hati dalam penggunaanya sehingga mampu mengoptimalkan penggunaan dana yang dimiliki untuk keperluan masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandy, C. (2020). Literasi Keuangan Dan Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa Di Provinsi Bengkulu. www.ojk.go.id. Diakses pada tanggal 02 Oktober 2025
- Andayani, D., Susrusa, B., Arisena. K., & Bakhtiar, A. (2025). Belanja Pangan dan Food Coping Strategy Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang. *Jurnal Agribest*, 9(2), 145–162. <https://doi.org/10.32528/agribest.v9i2.3750>
- Anh, T. K. & Vinh, T. T. (2022). Impact of Financial Literacy on Vietnamese Students' Spending Management. *VNU Journal of Economics and Business*, 4(2), 95–102. [10.25073/2588-1108/vnueab.4880](https://doi.org/10.25073/2588-1108/vnueab.4880)
- Amir, M. F. (2021). Islamic Financial Literacy Dan Islamic Financial Behaviour Mahasiswa (Studi Etnometodologi Terhadap Efektivitas Pembelajaran Manajemen Keuangan Islam). *IQTISHADUNA*, 12(2), 234–249. <https://doi.org/10.20414/iqtishaduna.v12i2.4326>
- Anisya Dwi Septiani, R., & Wardana, D. (2022). Implementasi Program Literasi Membaca 15 Menit Sebelum Belajar Sebagai Upaya Dalam Meningkatkan Minat Membaca. In *AGUSTUS: Vol. V* (Issue 2).
- Annur, C. (2022). Survei JakPat: Musik K-Pop Lebih Disukai Perempuan Ketimbang Laki-laki. <https://databoks.katadata.co.id/media/statistik/>. Diakses pada tanggal 02 Oktober 2025
- Arno, A. K., (2021). Penyusunan Anggaran Perspektif Fiqhi Anggaran Hukum Ekonomi Syariah. *Al-Amwal : Journal of Islamic Economic Law*, 30–40. <https://ejournal.iainpalopo.ac.id/index.php/alamwal/index>
- Arsya, F. A., Juliag, R. A., Puwida, W., Sakdiyah, H. (2024). Perkembangan Konsumsi Skincare Pada Wanita. *Journal Beauty and Cosmetology (JBC)*, 5(2).
- Attan, M. B., & Natsir, K. (2023). Studi Tentang Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Consumtive Behavior Pada Kolektor Merchandise K-Pop. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1), 187–201. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v7i1.22937>
- Trisnayanti, A., Nyoman Ruja, I., & Dewa Putu Eskasasnanda, I. (2022). Ketertarikan remaja penggemar budaya populer Korea di Kota Malang. 2(4), 333–340. <https://doi.org/10.17977/um063v2i42022p333-340>
- Chand, S. P. (2025). Methods of Data Collection in Qualitative Research: Interviews, Focus Groups, Observations, and Document Analysis. *Advances*

- in Educational Research and Evaluation*, 6(1), 303–317.
<https://doi.org/10.25082/aere.2025.01.001>
- Choi, H. J. (2024). Do K-Pop Consumers' Fandom Activities Affect Their Happiness, Listening Intention, and Loyalty? *Behavioral Sciences*, 14(12).
<https://doi.org/10.3390/bs14121136>
- Dewi, R., (2023). Pengelolaan Keuangan Dalam Tradisi Wanita Melamar Pria Di Lamongan. 1–136. <http://etheses.uin-malang.ac.id/60916/>. Diakses pada tanggal 02 Desember 2025
- Du Plessis, L., Jordaan, Y., & Van Der W. L. (2025). Consumer spending self-control, financial well-being and life satisfaction: the moderating effect of relative deprivation from consumers holding debt. *International Journal of Bank Marketing*, 8(43), 1779–1803. 10.1108/IJBM-06-2024-0352
- Dika, K., Putri, A., & Paryontri, R. A. (2024). An Overview of K-Pop Lovers' Self-Control in Purchasing K-Pop Merchandise. 13(3), 409–416.
<https://doi.org/10.30872/psikostudia.v13i3>
- Fahmi, R., (2025). Abstract Impact Of Financial Literacy, Mental Budgeting And Self Control On Subjective Well-Being: Mediating Impact Of Investment Decision Making. Institut Teknologi Bandung.
- Fatimah Dalimunthe, S., Sri Wahyuni, E., & Oktarina, A. (2022). Analisis Perilaku Konsumsi Penggemar K-Pop Berdasarkan Teori Konsumsi Al-Ghazali. *EKOMA : Jurnal Ekonomi*, 1(2).
- Fattah Nasution. (2023). Metode Penelitian Kualitatif (pertama). CV. Harfa Creative.
- Fitria, A., Haitsam., & Mardiyah (2025). Analisis Penyusunan Rencana Anggaran Pendanaan Satuan Pendidikan Islam:Kajian Operasional Dan Teknis. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Pendidikan*, 4.
- Fuschillo, G. (2020). Fans, fandoms, or fanaticism? *Journal of Consumer Culture*, 20(3), 347–365. <https://doi.org/10.1177/1469540518773822>
- Gilly, M. C., Celsi, M.F., Dellande, S., Schau, H. J., Nelson, R. & Aradhye, C. M. (2025). Trying not to spend. In *Journal of the Academy of Marketing Science* (Vol. 53, Issue 1). 10.1007/s11747-025-01091-8
- Gusdiana, R., Suseno, N. S., Nurhadi, Z. F., & Yulistina, Y. (2021). Pengaruh Country Image Terhadap Minat Berkunjung Ke Korea Selatan Pada Komunitas Korean Jjang Garut. In *Jurnal Ilmu Komunikasi Andalan* (Vol. 4, Issue 2). <https://jurnal.unma.ac.id/index.php/jika/>

- Hendrik, L., & Saputra, A. (2023). Dampak Korean Wave Terhadap Keputusan Keuangan Mahasiswa Akuntansi UNESA : Perilaku Konsumtif Dan Manajemen Keuangan. *JMA: Jurnal Media Akademik* (Vol. 2, Issue 12). 10.62281
- Ihsan, A., Shadriyah, & Andiansyah, F. (2023). Money In Islam: Economic And Social. *Al-Tsarwah*, 6.
- Indania, F., Prasetyo, W., & Putra, H. (n.d.). Pengelolaan Keuangan Rumah Tangga Untuk Meningkatkan Keharmonisan Dan Kesejahteraan Keluarga. *Akuntabilitas: Jurnal Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 16.
- Irvan Noormansyah, & Fifi Febriyanti Putri. (2024). Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Perilaku Konsumtif, Kontrol Diri Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Pada Penggemar K-Pop di Jakarta. *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 17(2), 250–262. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v17i2.2082>
- Islam, Farma, J., Gunawan, E., Riyaldi, M. H., Sentosa, D. S., & Umuri, K. (n.d.). Analisis Pengelolaan Keuangan Keluarga Dalam Perspektif Islam. *Adz Dzahab: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*. <http://journal.uiad.ac.id/index.php/adz-dzahab>
- Islam, J. E., Rizky Ramadhan, M., Sagita, N., Bengkalis, S., & Info, A. (2024). Analisis Persepsi Mahasiswa Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi : Studi Kasus Di Kalangan Mahasiswa Stain Bengkalis (Vol. 5, Issue 2). Online. <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>
- Kaiser, T., Lusardi, A., Menkhoff, L. & Urban, C. (2022). Financial education affects financial knowledge and downstream behaviors. *Journal of Financial Economics*, 2(145), 255–272. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2021.09.022>
- Khoirunnissa, R. A., & Purnamasari, P. E. (2024). Literasi Keuangan Memoderasi Hubungan FoMO, Love of Money, dan Self Control terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi. *Jurnal E-Bis*, 8(2), 724–739. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v8i2.1801>
- Lafaifa Wibawa, (2022). Implementasi Pengembangan Sumber Daya Manusia Dalam Upaya Meningkatkan Kompetensi Kinerja Karyawan Di PT. Jalur Nugraha Ekakurir Counter Agen Park Royal Sidoarjo. *E-Qien*, 9.
- Mahfiyah, M., (2025 Islamic Financial Literacy and Inclusion of Muslim Women in The Argopuro Jember Elite Residential. *Jihbiz : Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah*, 1(9). 10.33379/jihbiz.v9i1.5871

Mahmudan. (2023). Mengulik Aktivitas Penggemar K-Pop di Bumi Arema. *Radar Malang*. <https://radarmalang.jawapos.com/kota-malang/>. Diakses pada tanggal 17 Oktober 2025

Mirza, R., Yanti Sitorus, T., Anjelina Sitorus, R., Tio Retta, C., Br Tarigan, N., & Rina Mirza, C. (2022). Bagaimana Gambaran Proses Regulasi Emosi Pada Anak Yatim. *Psikostudia; Jurnal Psikologi*, 11(4), 647–657. <https://doi.org/10.30872/psikostudia.v11i4>

Mu'as, A. (2024). Strategi Pengelolaan Keuangan Usaha Mikro Di Pedesaan: Studi Kualitatif Pada Pelaku UMKM. *Jurnal Al Mujaddid Humaniora*, 10(2). <https://doi.org/10.58553/jalhu>

Munohsamy, T., & Brunei, I. T. (2022). *Personal Financial Management*. <https://www.researchgate.net/publication/279198054>

Nabila, H., Wiwoho, P., Mari'a, D. H., & Hanifah, N. (2024). Fenomena K-Pop di Indonesia Serta Implikasinya Terhadap Pengaruh Rasa Cinta Tanah Air Gen-Z. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(5), 212–220. <https://doi.org/10.5281/zenodo.11392779>

Nanda, F. (2024, July 29). Bidik Mahasiswa, Pertumbuhan Bisnis Dekat Kampus Paling Pesat di Kota Malang. *Radar Malang*. <https://radarmalang.jawapos.com/ekonomi-bisnis/>. Diakses pada tanggal 17 Oktober 2025

Nazar Naamy. (2019). Metodologi Penelitian Kualitatif Dasar-dasar & Aplikasinya (pertama). Sanabil Publishing.

Ngo, T., Nguyen, H., Nguyen, H., Mai, H., Mai, T., & Hoang, P. (2024). A comprehensive study on factors influencing online impulse buying behavior: Evidence from Shopee video platform. *HELIYON*, 15(10). [10.1016/j.heliyon.2024.e35743](https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e35743)

Nisa, A. R., Isyanto, P., & Yani, D. (2023). Analisis Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Kolektor Photocard K-Pop. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(2).

Nisrina, D., Widodo, I., Rahmaji, F. (2020). Dampak Konsumerisme Budaya Korea (Kpop) Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Malang. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 21(1).

Nurjanah, I., Kurnia., Nengsih., & Awwaliyah, N. (2023). Survei Biaya Hidup Mahasiswa berdasarkan Pengeluaran Konsumsi dan Nonkonsumsi. *SOSIOSAINTIKA: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 1(2).

Obenza, B., Cuaresma, N., Carandang, Y., Dalugdug, L., Resus, K., Jumamoy, B., Mamon, P. & Chi, K. (2024). The Mediating Effect of Financial Self-Efficacy

on Financial Behavior and Financial Well-Being of College Students in Region XI. *American Journal of Economics and Business Innovation*, 1 (3). 10.54536/ajebi.v3i1.2313

- Omkar, M., Darekar, G. (2025). A Study of role of an emergency fund in personal financial planning, including how to determine its size, where to allocate it, and its impact on financial stability. Vidyalankar Institute of Technology,
- Priwiratu, E. (2024, December). Konser KPop di Indonesia Kian Subur, Calo pun Menjamur. *IDN Times*. <https://www.idntimes.com/korea/knews/>. Diakses pada tanggal 13 Oktober 2025
- Pradana, B. & Kiky, A. (2022). Tinjauan Literatur Financial Literacy Dan Pengaruhnya Pada Bias Keuangan. *Jurnal Bina Manajemen*, 1(11). 214–225
- Pujianti. (2024). Inilah Perbedaan Subjek dan Objek Penelitian. Deepublish.
- Putri, N. A., & Setiawan, J. H. (2025). Motivasi Konsumen dalam Pembelian Tiket Konser NCT: Studi pada Penggemar K-Pop di Indonesia. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 11(1), 1–12. <https://doi.org/10.29303/jseh.v11i1.734>
- Rahmawati, Y., Andharini, R., Putri, B., & Teguh, S., (2024.). Akuntansi Mental dan “Girl Math”: Bagaimana Pola Pikir Uang Perempuan Mempengaruhi Pengelolaan Keuangan Pribadi. *National Seminar on Accounting, Finance, and Economic (NSAFE)*, 4 (6).
- Rahmadhani, A., Arfah. N., Alawiyyah, I., Ramadanti, A., & Lushinta, P., (2024). Pengaruh Uang Saku Bulanan terhadap Gaya Hidup dan Perilaku Konsumsi Makanan Tidak Sehat pada Mahasiswa. *JurnalPendidikan Tambusai*, 8(3).
- Ramadhani, F. N., & Anwar, A., (2025). Kerangka Kerja Akuntansi Rumah Tangga Berbasis Islam Untuk Tenaga Kerja Wanita. *Liabilitas: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Ekonomi*, 10.
- Ridzky, B. A. (2025). Indonesia Jadi Konsumen Terbesar K-Pop di Dunia, Sentuh 18% Pangsa Pasar Global. <https://data.goodstats.id/statistic/>. Diakses pada tanggal 13 Oktober 2025
- Rifani, R. A., Hasan, H., Kamila, D. S., & Fitrah, M. (2023). Self Control atas Pengelolaan Keuangan Remaja Penggemar Kpop. *Center of Economic Student Journal*, 6(4), 2621–8186. <https://doi.org/10.56750/csej.v6i4.1012>
- Rodrigues, L. F., Oliveira, A., Rodrigues, H., & Costa, C. J. (2019). Assessing consumer literacy on financial complex products. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 22, 93–104. <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2019.02.005>

- Rohman, D., Triana, I., Lestari, N., Hanita, R., Rozak, R. W. A., & Mulyani, H. (2023). Analisis Impulse Buying Mahasiswa Pada Flash Sale dan Gratis Ongkir Shopee: Keinginan atau Kebutuhan?, *Jurnal Ecogen*, 2(6), 156. 10.24036/jmpe.v6i2.14510
- Saepudin, L., Suherman, U., & Pranata, M. R. (2025). Pengaruh Uang Saku dan Self-control Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Merchandise K-Pop Pada Kpopers Karawang, *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 11(3), <https://doi.org/10.35870/jemsi.v11i3.4185>
- Salwa, D. K. (2019). Teori Konsumsi Dalam Ekonomi Islam Dan Implementasinya. <https://doi.org/10.33507/lab.v4i01>
- Saragih, M. F., (2024). Financial Literacy and Financial Behaviour of Students In digital Economy Era in Pontianak. *Moneter : Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 678–686.<http://ejournal2.uika-bogor.ac.id/index.php/MONETER>
- Sari, W., Indriarini, R., (2021). Analisis Perilaku Konsumsi Mahasiswi Muslim Dalam Berbelanja Skincare Di Pamekasan, *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 4(2).
- Sarono, Agus., (2023). Basic Concept, Management, And Budgeting Of Public Finance In Islamic Education. *Journal Of Humanities And Social Studies*, 3(1), 896–909. <https://humasjournal.my.id/index.php/HJ/index>
- Sekar Sari, A., Aprisilia, N., & Fitriani, Y. (2025). Indonesian Research Journal on Education Teknik Pengumpulan Data dalam Penelitian Kualitatif: Observasi, Wawancara, dan Triangulasi. In *Indonesian Research Journal on Education* (Vol. 5). <https://irje.org/index.php/irje>
- Setiyorini, A., Yudiantoro, D., & Sayyid, U. (2025). The Influence Of Financial Literacy, Self-Control, And Consumer Behavior On K-Pop Merchandise Consumption Among Generation Z Students Becoming K-Popers At UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. *Berajah Journal*. <https://doi.org/10.47353/bj.v4i12.533>
- Shaffiyah., Astuti, R., & Puspita, D. (2025). Manajemen Keuangan Pribadi Untuk Mencapai Stabilitas Finansial Dengan Strategi: Menabung Dan Berinvestasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Bisnis dan Akuntansi*, 3(2), 88–94. <https://doi.org/10.61722/jemba.v2i3.882>
- Sivaramkrishnan, R. (2024). A Study on Consumer Behavior in Selection of Personal Care Products based on their Financial Status. *ET - Edge Tech Horizon: Transforming IT, Business and Beyond (Hybrid Mode)*, 11(1), <https://doi.org/10.34293/management.v11iS1-Mar.8074>

- Sindi, M., Sulton, M., Wahyono, P., & David, M. (2024). Hedonic Shopping Value Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Dengan Positive Emotion Sebagai Variabel Intervening Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi*, 2(1), 339–353. 10.61722/jrme.v1i2.2208
- Sokumbi, B. (2023). How to budget: the best budgeting methods. <https://www.clevergirlfinance.com/how-to-budget/>. Diakses pada tanggal 11 Desember 2025
- Suhandoko, R., Mulyadi, D., & Sandi, H. (2023). Pengaruh Gaya Hidup dan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Skincarepada Remaja SMAN5 Karawang. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 7(3), <http://dx.doi.org/10.32493/JEE.v7i3.48954>
- Sulistyawati, S. Si. , MPH. , Ph. D. (2023). Buku Ajar Metode Penelitian Kualitatif (pertama). K-Media.
- Susanto, D., Jailani, Ms., & Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, U. (2023). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah. <http://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/qosim>
- Valencialaw, N., Savitri, L., & Utami, S. (2023). K-Pop dan Perilaku Konsumtif Menonton Konser K-Pop dan Perilaku Konsumtif Menonton Konser. *KONEKSI*, 112-119.
- Vastag, T. & Eisinger. (2024). Systematic Literature Review on Overspending and Sustainable Budgeting: Insights for Hungarian Households. *Multidisciplinary Digital Publishing Institute (MDPI)*, 21(16). 10.3390/su16219509
- Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 2896–2910.
- Widhyadana, L. T., Nurdyianto, W., Futaki, S., (2025). Hallyu Malang Gelar Festival Budaya Korea, Hadirkan Lomba K-Pop dan K-Fashion. <https://timesindonesia.co.id/>. Diakses pada tanggal 26 Desember 2025
- Wiwoho, H., Mari'a, D., Hanifah, N. (2024). Fenomena K-Pop di Indonesia Serta Implikasinya Terhadap Penguatan Rasa Cinta Tanah Air Gen-Z. *MADANI (Jurnal Ilmiah Multidisiplin)*, 5(2), 212-220
- Wulandari, Sri. , A. R. (2022). Kajian Terhadap Fandom K-pop (ARMY & EXO-L) Sebagai Audiens Media Dalam Mengonsumsi Dan Memaknai Teks Budaya. *Prosiding SNADES*.
- Zaini, Z. (2023). Globalisasi Musik Populer Korea (K-Pop) Dalam Konteks Industri Budaya. *MULTIKULTURA (Jurnal Lintas Budaya)*, 26(3)

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 Dokumentasi



Gambar 6.1 Wawancara bersama informan NL



Gambar 6.2 Album, Photostrip, Photocard dan Novel fiksi K-Pop milik NL



Gambar 6.3 Wawancara bersama informan JJ



Gambar 6.4 Album K-Pop milik JJ



Gambar 6.5 Wawancara bersama informan TA



Gambar 6.6 Photocard collaboration dengan brand tertentu K-Pop milik TA



Gambar 6.7 Wawancara bersama informan AR

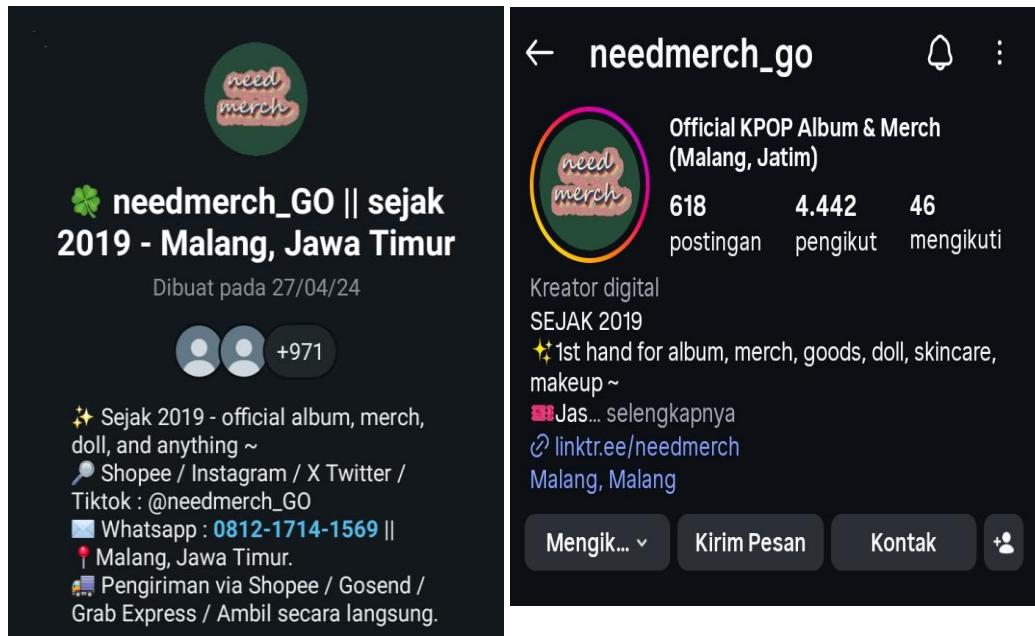


Gambar 6.8 Headphone dan Keychain K-Pop milik AR

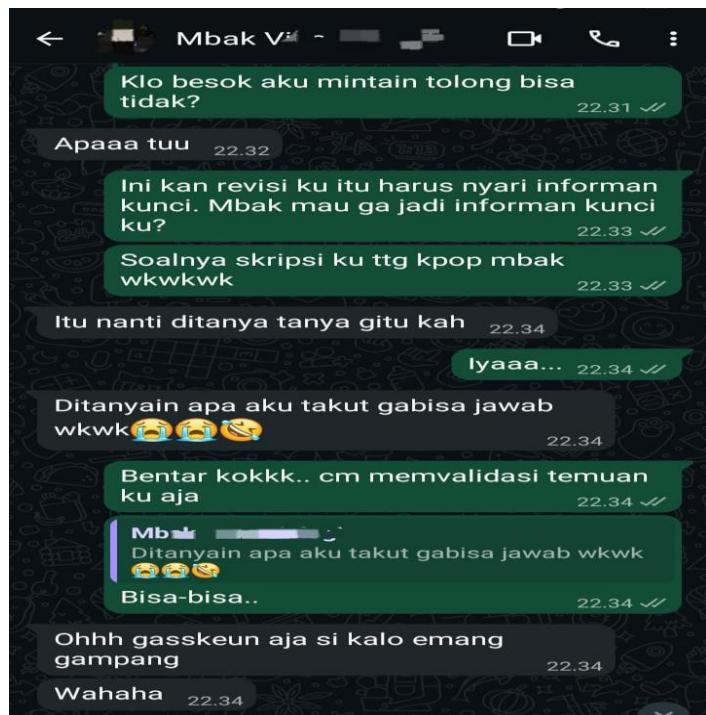
Gambar 6.9 Wawancara bersama informan FA



Gambar 6.10 Photocard, Bantal, Photostrip dan Vandel K-Pop milik FA



Gambar 6.11 Media Sosial komunitas K-Pop Yang dibangun oleh Informan Kunci VN



Gambar 6.12 Bukti Kesediaan Validasi Temuan oleh Informan Kunci VN

Lampiran 2 Pedoman Wawancara

Instrumen wawancara	Pertanyaan
Latar belakang dan kondisi keuangan narasumber	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sejak kapan anda menjadi penggemar K-Pop? 2. Dari mana anda mengetahui tentang K-Pop? 3. Grup manakah yang paling anda suka dan mengapa? 4. Dari manakah sumber pendapatan yang anda gunakan sehari-hari? 5. Berapa rata-rata pengeluaran anda setiap bulannya?
Strategi dalam mengelola keuangan pribadi mahasiswa penggemar K-pop untuk mencapai kestabilan antara kebutuhan pokok dan hiburan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah anda memiliki perencanaan keuangan bulanan? 2. Bagaimana anda mengalokasikan dana anda? 3. Bagaimana cara anda dalam mengelola keuangan pada saat ingin membeli produk K-Pop? 4. Jika keuangan anda sedang mengalami krisis, menurut anda mana yang lebih penting antara kebutuhan pokok atau produk K-Pop? 5. Seberapa seringkah anda mengevaluasi pengeluaran anda terutama dalam membeli produk K-Pop?

Implikasi keterlibatan strategi tersebut dalam mengelola keuangan pribadi mahasiswa penggemar K-pop di Kota Malang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menurut anda, apa dampak yang anda peroleh dari penerapan strategi yang anda lakukan? 2. Apa kendala yang anda hadapi pada saat mengelola keuangan anda? 3. Apa nasihat yang bisa anda berikan kepada mahasiswa penggemar K-Pop lainnya dari pengalaman anda dalam mengelola keuangan pribadi?
--	---

Sumber: Data yang telah diproses oleh peneliti (2025)

Lampiran 3 Transkrip Wawancara

Wawancara bersama informan NL

Penutur	Transkrip Percakapan
Peneliti	Coba perkenalan dulu deh, perkenalan dulu.
Informan NL	Siapa perkenalan? Kamu? Aku?
Peneliti	Kamu, kamu.
Informan NL	aku? Lucu tau. Lucu. Nama aku NL Mahasiswa UIN Malang. Umur 21.
Peneliti	Mau nanya nih ya. Kan mbaknya tuh K-popers kan ya? Sejak kapan sih mbaknya jadi K-popers?
Informan NL	Sejak 2018 kayaknya
Peneliti	Terus boyband atau girlband yang pertama kali?
Informan NL	Boyband.
Peneliti	Boyband apa?
Informan NL	Kalau yang pertama kali itu Astro deh. Dari tahun 2018.
Peneliti	Kamu tau K-pop tuh tau dari mana?
Informan NL	Aku tau dari pertama sih nonton Drakor ya. Terus kan kayak ada acara Dahsyat atau apa gitu. Itu kan Astro. Nah itu kenal dari situ. Kayak acara TV Dahsyat gitu. Makanya aku tau dari situ.
Peneliti	Kan sekarang udah tahun 2025 masih K-popersan? Masih K-popan?
Informan NL	Bisa dibilang iya. Bisa dibilang enggak. Standard lah ya.
Peneliti	Kan kamu penggemarnya Astro kan? Sekarang? Sekarang tetap BTS sama Seventeen? Nek paling kamu sukain antara BTS sama Seventeen?
Informan NL	Hanya BTS deh. Seventeen cuma suka-suka enggak terlalu gitu. Suka juga cuma enggak terlalu ngikutin. Lebih ke BTS.
Peneliti	Kan kamu kan mahasiswa nih. Pendapatanmu tuh dari mana?
Informan NL	Dari orang tua.
Peneliti	Pure orang tua? Enggak kerja?
Informan NL	Tidak. Kamu pikir dari siapa?
Peneliti	Oke. Terus kayak misal, kamu biasanya dikirim berapa gitu? Dari orang tua perbulannya?
Informan NL	Enggak ada ini sih, kalau habis minta gitu. Jadi perbulannya enggak ada dikirim-kirim, kalau habis bilang minta gitu.

Peneliti	Enggak, kayak misal, kan habis ya, terus kayak minta, biasanya dikirim berapa?
Informan NL	Biasanya 500 ribu.
Peneliti	Biasanya kamu kalau habis tuh, 500 ribu tuh biasanya berapa hari?
Informan NL	500 ribu ya, 2 minggu sih. Anggaplah 1 bulan, 1 juta lah.
Peneliti	Kalau kosmu per bulan?
Informan NL	Kalau kosku per 3 bulan
Peneliti	Kalau sama kosmu? Bukan, kosmu berapa per 3 bulan?
Informan NL	Per bulan tuh 600 ribu. Tapi sebenarnya 3 bulan, langsung 3 bulan sekali. Satu juta 600 per bulan intinya.
Peneliti	Kamu kan dikirim? Kamu ada perencanaan gitu keuangan? Kayak kamu di catat gitu, pengeluaran berapa?
Informan NL	Pengeluaran dicatat sih sebenarnya. Ada sih catatnya, cuma jarang kepake. Cuma kalau pengeluaran bulanan aja, misalnya awal bulan, kayak kebutuhan.
Peneliti	Kalau cuma kebutuhan aja yang kamu catat? Tapi kalau jajan nggak?
Informan NL	Kalau jajan nggak. Buat apa dicatat?
Peneliti	Kan kamu dikirim 500 ribu, terus selain kebutuhan, sama jajan, kamu biasanya buat apa?
Informan NL	Kalau kebutuhan selain kos, jalan-jalan iya sih. Kalau buat kayak misalnya skincare, atau barang-barang, aku langsung kirim ke rumah. Jadi aku nggak pernah ikut bayarin.
Peneliti	Oke. Berarti lebih sering kayak kebutuhan yang biasanya kamu pake di kos-kos aja gitu.
Informan NL	iya
Peneliti	Kamu pernah kan beli barang K-Pop?
Informan NL	Barang kayak K-Pop itu kan? Masih. Masih beli. Kayak photocard-photocard.
Peneliti	Oke. Misal kamu beli, kayak misal uangmu tinggal menipis lah. Tapi kayak BTS misal ngeluarin photocard baru. Tapi kayak itu bener-bener limited edition gitu. Kalau kamu nggak beli, kamu bakalan kehabisan lah. Kayak nggak ada stok lagi. Kamu beli nggak kira-kira?
Informan NL	Kalau keuangan menipis sih nggak. Mahal soalnya. Yang terjangkau-terjangkau aja yang dibeli.
Peneliti	Nah terus, kalau misal kayak uangmu cukup lah, uangmu cukup. Cara kamu ngelola keuanganmu itu gimana? Kayak misal ini buat kebutuhan, ini buat merchandise kayak pop gitu. Kayak

	caranya kamu gimana? Apa kayak cuman kamu lihat, terus kayak aku pengen beli gitu? Tapi uangmu ada banyak gitu. Apa kayak masih mikir-mikir dulu apa nggak gitu?
Informan NL	Sebenarnya mikir-mikir dulu sih. Tapi biasanya udah ada caranya. Jadi kayak, kan emang kayak skincare-ku ataupun kayak baju, sepatu, itu aku langsung kirim ke rumah belinya. Jadi uangku yang dikirim biasanya itu pakai buat jajan, makan, sama hal yang lain. Atau jalan-jalan. Jadi pasti sisa lah kalau misalnya mau apa-apa gitu. Walaupun kalau misalnya ada merch yang kayak bagus banget, terus kayak sekiranya mudah aku jangkau, langsung dibeli.
Peneliti	Terus kayak misalnya kamu beli gitu, kayak kamu ada penyesalan kayak dulu udah beli gitu, misal gitu nggak?
Informan NL	Penyesalan? Penyesalan Ada. Pas merch-nya itu rusak. Baru dibeli langsung jatuh rusak gitu misalnya. Tapi kalau nggak, Enggak sih.
Peneliti	Dievaluasi itu nggak sama kamu kayak biasanya, ngeluarin duit buat beli merch K-pop gitu?
Informan NL	Kalau buat evaluasi gitu, enggak. Kalau udah datang yaudah gitu. Yaudah, iya.
Peneliti	Oh nggak orang kayak ngebandingin harga dari toko ini ke toko ini gitu?
Informan NL	Enggak bandingin, kecuali kayak jajan-jajan sama makan.
Peneliti	Tapi kalau merch?
Informan NL	Enggak deh. Enggak.
Peneliti	Biasanya kalau kamu beli merch itu kan menurut katamu kan direncanain gitu. Kayak ada spesifiknya nggak?
Informan NL	Beli nya kayaknya ini sih. Kalau misalnya ada yang scroll-scroll terus kayak cocok gitu.
Peneliti	Cara kamu biar nggak konsumtif gimana?
Informan NL	Biar nggak konsumtif, biasanya kayak ngeliat unboxing aja sih.
Peneliti	Oke, terima kasih.
Informan NL	Iya.

Wawancara bersama informan JJ

Penutur	Transkrip Percakapan
Peneliti	Oke mbak, siapa namanya? mungkin perkenalan terlebih dahulu ya.

Informan JJ	Perkenalkan nama aku JJ, aku mahasiswa UIN Malang, prodi manajemen. Umur aku sekarang kebetulan masih 19 tahun.
Peneliti	Sumpah?
Informan JJ	Ini baru nih 19 tahun.
Peneliti	Aku mau nanya, kan mbaknya K-popers kan, terus sejak kapan sih suka K-pop tuh?
Informan JJ	Dulu itu karena covid awalnya. Karena covid kan kita di rumah aja ngapain-ngapain kan. Terus aku kayak nyari kesibukan, awalnya tuh mulai dari nonton drakor. Nah dari nonton drakor itu terus kayak kepo-kepo gitu sama K-pop kan, sama band-band gitu. Terus awalnya itu muncul-muncul FYP di Tiktok. Ini siapa ya, kok ganteng banget. Nah itu pada saat itu, yang muncul itu Jaehyun. Terus aku ngepoin siapa sih ini, oh ternyata dia salah satu anggota dari boyband NCT. Nah mulai dari situ mulai suka-suka terus kepoin-kepoin, akhirnya mulai ngafalin-ngafalin membernya.
Peneliti	Terus cari tau boybandnya, dari situ sih NCT tuh. Berarti taunya tuh dari sosmed ya?
Informan JJ	Taunya dari sosmed.
Peneliti	Terus yang pertama kali tau tuh NCT gitu?
Informan JJ	NCT.
Peneliti	NCT all member?
Informan JJ	Jehyunnya aja, soalnya ganteng banget ya. Terus bikin jadi kepo ke semua. Nah, sekarang jadi mulfan.
Peneliti	ada nggak sih yang paling disukain? Boyband atau apa ini? Iya yang pokoknya K-pop yang paling disukain.
Informan JJ	Yang akhirnya paling aku sukain itu Stray Kids.
Peneliti	Oh Stray Kids. Berapa banyak sih? kan mulfan pasti banyak.
Informan JJ	Tapi mulfan kan nggak sama mulfan gitu. Tapi aku cuma beberapa sih, cuma NCT, Enhypen, sama Stray Kids. Itu yang kayak aku suka banget lah. Kalau yang lain mungkin kadang aku nonton, kayak TREASURE gitu-gitu. Nggak yang sampai beli albumnya apa lagi, nggak sampai.
Peneliti	Tapi paling suka tuh di Stray Kids sekarang?
Informan JJ	Di Stray Kids beli PC, beli segala macem lah ya.
Peneliti	Itu kayak sumber pendapatan itu dari mana sih?
Informan JJ	Dulu itu uang saku. Waktu itu tuh kayak kan nggak sekolah ya. Karena covid ya. Itu tetap dapat uang saku. Nah dari situ itu, aku tuh ngumpulin. Jadi aku nggak jajan buat itu.

Peneliti	Oh my God. Ya ya ya, paham paham. Oh berarti dari uang saku gitu. Kalau sekarang sumber pendapatannya?
Informan JJ	Kalau sekarang kebetulan aku kerja. Jadi penghasilan ya dari aku sendiri. Tapi kalau misal ada rezeki lebih, biasanya orang tua aku juga masih ngasih.
Peneliti	Biasanya kalau dikasih orang tua itu berapa?
Informan JJ	Seminggu itu 200 paling banyak.
Peneliti	Seminggu 200, berarti kalau per bulan?
Informan JJ	Satu bulan 800.
Peneliti	Dan itu biasanya ditambah sama kamu kerja ya?
Informan JJ	Iya.
Peneliti	Kalau kamu kerja itu biasanya berapa?
Informan JJ	Kalau gaji aku satu bulan. Kebetulan kan bulan-bulan kemarin kan belum naik. Tapi bulan sekarang naik. Sebelum aku naik gaji, gaji aku 1,25. Pas udah naik kemarin 1,5. Sekarang 1,5.
Peneliti	Nice. Oke. Kalau boleh tahu kerjanya itu gimana sih?
Informan JJ	Aku kebetulan kerja di kafe. Jangan spill ya kalau kafe.
Peneliti	Enggak.
Informan JJ	Di kafe pokoknya.
Peneliti	Biasanya berapa sih pengeluaranmu sehari-harinya? Misal per bulannya. Kan kamu pastinya butuh bayar kos dan sebagainya. Biasanya berapa per bulannya?
Informan JJ	Per bulan kalau misal untuk uang makan. Sebenarnya seminggu itu cukup 200 ribu ya. Sekitar segituan. Tapi itu belum termasuk skincare dan kebutuhan lain-lain. Kayak buat kebutuhan kos ya. Kayak sabun gitu-gitu kan. Itu belum termasuk sih. Satu juta lebih lah. Satu bulan itu. Kalau untuk semuanya ya. Termasuk bayar kos. Kalau kos lebih sih berarti ya.
Peneliti	Berapa sih kosmu?
Informan JJ	Kosku 950 ribu.
Peneliti	Terus untuk makan. Keperluan sana itu satu jutaan. Berarti masih lebih ya. Berarti lumayan banyak ya
Informan JJ	Pengeluaran banyak banget. Satu juta 950 ribu. Tapi kos itu gak sepenuhnya aku. Ada dikasih orang tua aku setengah. Aku juga ikut bayar.
Peneliti	Biasanya diberapa?
Informan JJ	Dari 950 Aku 650. Jadi aku nambahin sisanya.
Peneliti	Oke. Aku paham. Berarti kalau pengeluaranmu secara pribadi satu juta... Berapa?

Informan JJ	Satu juta lah. Itu sudah semuanya. Kalau misalnya ada yang habis-habis. Kalau gak habis ya bisa kurang. Kan uangnya bisa lebih. Jadi bisa ditambah.
Peneliti	Ada itu gak? Kamu ada perencanaan uang?
Informan JJ	Rencana keuangan ada sih. Kalau misalnya aku selalu nyiapin uang itu buat dana darurat.
Peneliti	Oh dana darurat.
Informan JJ	Misalnya nanti aku lagi butuh banget. Ada keperluan mendadak. Misalnya aku sakit. Atau misalnya di ban motor aku rusak. Dan aku harus benerin. Itu kan pasti nanti keluarnya uangku banyak. Terus kan uang jajanku jadi berkurang. Biasanya aku nyiapin dari dana darurat itu. Dana darurat itu biasanya aku pakai buat makan. Buat makan atau keperluan yang emang bener-bener aku gak punya uang jadi aku harus ngambil di dana darurat itu. Jadi aku gak boleh ngambil sebelum emang aku bener-bener butuh.
Peneliti	Biasanya dana daruratnya kamu taruh di mana? Di bank?
Informan JJ	Aku taruh di bank.
Peneliti	Oh di bank. Bukan reksadana?
Informan JJ	Enggak, bukan reksadana.
Peneliti	Oh enggak. Biar cepat diambilnya ya. Terus cara kamu selain makan dan kebutuhan lainnya. Gimana kamu mengalokasikan danamu? Misalnya kamu kan k-popers nih. Cara mengalokasikannya selain kebutuhan? Terus apa?
Informan JJ	Kalau aku mungkin untuk prioritas dulu ya. Misalnya udah ada uang nih yang harus aku bayar duluan yang mana. Misalnya kalau waktunya bayar kos ya aku bayar kos dulu. Terus waktunya beli ini belinya dulu. Yang bener-bener urgent baru aku beli.
Peneliti	Nah pas mau beli barang k-pop nih. Merch atau album dan sebagainya. Kamu ngerencanain dulu? Apa tiba-tiba liat tiktok terus pengen beli terus kamu beli? Atau kamu rencanain dulu?
Informan JJ	Rencanain dulu sih kalau aku. Rencanain dulu. Nah nanti kalau misalnya ada uang. Kan misalnya kan dapat sumber dari gaji. Nah nanti nyisihin berapa. Apalagi aku punya misalnya aku mau beli ini nanti. Jadi aku nyisihin uangku segini. Sampai berapa kekumpul mau buat beli album misalnya. Sampai berapa kekumpul uangnya cukup buat beli itu. Ngerencanain sih kalau aku nggak yang langsung impulsif langsung beli pada saat itu juga. Nggak sekaya itu.
Peneliti	Oh beda ya sama temenku. Kemarin Narasumber juga temenku. Dia itu malah langsung gitu. Jadi dia tuh kayak spontanitas gitu. Misalnya dia jalan ke mall terus liat pop store K-pop gitu. Terus

	kayak pengen masuk terus masuk gitu. Jadi dia tuh nggak langsung mikir. Tapi ada juga dia tuh rencanain gitu.
Informan JJ	Kalau aku lebih rencanain dulu.
Peneliti	Nice. Misalnya uang kamu tinggal seuprit. Tapi ada album yang pengen kamu beli. Album pengen beli banget. Misalnya Unlimited nih. Ini udah misalnya kalau ini gak kamu beli. Terus yaudah kamu kayak nggak dapat lagi gitu. Kamu lebih milih kebutuhan ngga?
Informan JJ	Kalau aku sih tetap ke kebutuhannya. Cuma nanti mungkin kalau misalnya bener-bener nggak jadi dapat. Mungkin aku bisa cari yang udah unsealed.
Peneliti	Oh yang unsealed. Berarti yang nggak di official gitu.
Informan JJ	Kalau album bener-bener pengen banget ya. Bagus nih bagus. Bagus-bagus sih.
Peneliti	Terus kalau kamu abis beli-beli Merch itu. Kayak sama kamu kayak ada penyesalan nggak? Kayak ada evaluasinya gitu. Terus, kayak aku kayaknya beli ini. Kayak salah deh mending jangan beli ini. Mending kamu beli yang lain. Kayak ada penyesalan. Padahal di sini tuh lebih murah. Di GO ini lebih murah gitu.
Informan JJ	Penyesalan, nggak sih. Karena setelah aku beli itu, aku bener-bener kayak milih. Yang harganya cocok sama aku. Baru check out.
Peneliti	Berarti nggak itu ya? Nggak ada penyesalan sama sekali. Oke nggak ada penyesalan. Nice.
Peneliti	Berarti pas kamu beli itu kayak sama kamu nggak di evaluasi. Kayak yaudah lah udah beli itu juga gitu.
Informan JJ	Nggak di eval, yaudah ya happy-happy aja. Kayak gitu ya. Kalau kayak pas yaudah sih gitu.
Peneliti	Aku juga gitu pas beli PC. Padahal di GO. Aku kan juga di GO gitu kan. Di GO Twitter gitu loh aku beli di situ. Kayak ternyata di GO sebelumnya kayak lebih murah. Padahal PC juga sama. Kayak nggakpapa lah yaudah. Udah terlanjur juga kan.
Informan JJ	Iya nggak ada penyesalan.
Peneliti	Terus ya. Kalau kan kamu tadi kayak lebih milih kebutuhan. Berarti kamu kayak punya kendali lah kayak atas diri kamu ya. Jadi kayak masih bisa pikir rasional lah gitu ya. Menurut kamu sih dampaknya itu apa?
Informan JJ	Dampaknya untuk diri sendiri sih ya mungkin jadi bisa mengelola uang dengan baik gitu loh. Mana yang bener-bener kebutuhan sama mana yang bener-bener kayak cuma keinginan.

	Soalnya kan kalau butuh itu kita pasti butuh terus gitu loh. Kalau pengen kita nanti pasti ada pengen-pengen lagi.
Peneliti	Oh iya. Berarti kamu bisa ide yang kayak berpikir rasionalnya. Dampaknya deh. Juga hati-hati bisa mikir-mikir ulang gitu ya.
Informan JJ	Iya. Karena apa ya kayak kadang pernah nggak punya uang gitu kayak gimana gitu. Iya gitu. Jadi lebih berhati-hati lah intinya sama penggunaan uang.
Peneliti	Misal nih misal. Kayak aku ngajak kamu. Jadi ini ada album terbarunya si Stray Kids nih kayak Unlimited nih gitu. Tapi kamu kayak ntar ya, kan kamu merencanakan sebelumnya. Terus kayak ada nggak sih kayak kepikiran. Tapi kalau aku nggak beli kayaknya nggak bakal terjadi begitu. Kayak ada nggak sih kepikiran kayak kamu mau beli gitu walaupun nggak direncanakan?
Informan JJ	Ada. Ada. Ada. Soalnya kan kayak suka ya terus gitu. Mungkin mikir-mikirnya lagi tuh karena albumnya itu sebagus apa. Biasanya kadang albumnya biasa aja. Kadang mirip gitu kan. Kayak kan ada apa namanya? kenapa deh aku sampe lupa. Kayak tema-temanya gitu loh konsep dari albumnya. Kadang kalau misalnya yang lucu-lucu tuh aku kadang jarang suka.
Peneliti	Oh kalau lucu-lucu nggak?
Informan JJ	Lebih kayak yang dark gitu.
Peneliti	Oke oke nice. Tapi kan di Enhypen kebanyakan itu.
Informan JJ	Iya sih.
Peneliti	Kenapa kayak kamu belum beli?
Informan JJ	Aku belum beli kalau yang Enhypen. Soalnya emang apa ya. Ya konsep albumnya yang aku suka mungkin beberapa nggak semuanya gitu. Makanya kan aku lebih suka Stray Kids karena konsepnya aku suka gitu.
Peneliti	Kendalanya apa sih kayak yang kamu hadapin gitu pas mau beli itu?
Informan JJ	Takut albumnya rusak. Kalau itu salah pengiriman. Terus takut ditipu itu. Itu mungkin bisa jadi kan. Terus sama nggak punya uang.
Peneliti	Kalau gendala dalam mengelola keuangan apa? Misal kayak kamu boros atau apa?
Informan JJ	Boros? Iya boros. Kadang kalau misalnya lagi punya uang. Itu pengen beli ini, beli ini, beli ini. Terus kadang beli-beli ini aku nggak mikir gitu loh. Hari ini habis berapa aja. Kayak oh aku beli ini, beli ini, beli ini. Kadang kayak mahal tuh hari ini. Beli apa aja sama kayak gitu.

Peneliti	Ada pengaruh nggak dari teman biasanya?
Informan JJ	pengaruh temen si nggak.
Peneliti	Nggak ada? Nggak ada apalah. Misal kalau aku mau pengaruhi kamu. Kamu kayak sering kayak ayo atau nggak?
Informan JJ	Kalau pengaruh itu aku lebih ke enggak.
Peneliti	Enggak ya?
Informan JJ	Iya sumpah. Enggak tau kenapa.
Peneliti	Berarti kayak emang lebih ke dirimu.
Informan JJ	Emang lebih ke diri sendiri aja.
Peneliti	Oke oke.
Informan JJ	Enggak tau ya.
Peneliti	Berarti kayak ada kayak misalnya ada yang ngajak kayak nggak deh gitu?
Informan JJ	Enggak, aku bisa nolak kalau itu.
Peneliti	Oke nice. Berarti dari lingkungan enggak ya?
Informan JJ	Enggak. Diri sendiri.
Peneliti	Oke berarti kamu beda banget sama temenku. Kemaren tuh ada narasumber kayak Misalnya aku mau ngajak dia ke k-pop storenya gitu. Kayak ayo. Oke. Oke. Kamu enggak. Oh kamu enggak. Oke nice.
Informan JJ	Aku bisa nolak. Nggak tau kenapa. Kecuali kalau emang aku pengen di sana aja gitu.
Peneliti	Nice. Hebat ya kamu. Oke. Terakhir nih. Kan kamu juga beli ini itu itu. Ada nasihat?
Informan JJ	Nasihat? Nasihat apa ya?
Peneliti	Iya dari pengalamamu. Dari cara nolak kamu. ngelola keuanganmu. Atau kayak gimana. Cara nyesuain itu.
Informan JJ	Mungkin kalau misal kalian pengen beli sesuatu yang kalian pengen. Kalian nabung dulu. Jangan yang langsung beli-beli impulsif. Secara impulsif gitu sih. Karena itu nanti kayak mungkin di akhir itu bakal ada penyesalan. Pasti bakal ada. Uangnya sebenarnya bisa dipakai ini. Kenapa aku bisa beli ini. Tapi nanti kalau misalkan, aku ya. Kalau uang hasil kita ngumpulin sendiri. Itu kita punya kepuasan tersendiri gitu loh. Kalau kita udah dapetin album itu. Jadi gak bakalan ada penyesalan disitu sih kalau menurut aku.
Peneliti	Kamu lebih sering mana sih? Pake duit orang tua apa dari sendiri kalau untuk beli keinginan?
Informan JJ	Aku lebih sering ke uang aku sendiri.

Peneliti	Uang kamu sendiri?
Informan JJ	Iya. Nanti kalau aku butuh yang urgent-urgent.
Peneliti	Biasanya kamu kalau. Apa namanya? Dana darurat. Biasanya kamu taruh berapa?
Informan JJ	Dana darurat, 200 per bulannya.
Peneliti	Masih ada gak sekarang?
Informan JJ	Sekarang gak. Karena gaji aku kan di bulan ini masih setengah. Soalnya lagi sempit. Jadi ya.
Peneliti	Oh berarti gajinya itu tergantung. Banyaknya itu ya? Banyaknya customer ya?
Informan JJ	Kalau pas lagi sempit ya. Tiba-tiba ya dikasih setengah. 900. Di termin satu minggunya.
Peneliti	Oh di termin satu minggu. Terus kalau abis minggu kedua. Terus minggu pertama. Nah itu lihat di jualan-jualan digital. Setiap satu bulan aku lihatnya.
Peneliti	Kamu kerja keras ya.
Informan JJ	Gimana lagi ya.
Peneliti	Sebelum kamu dapet kerjaan. Dapet dari mana sih?
Informan JJ	Cari sendiri.
Peneliti	Di mana?
Informan JJ	Di IG. Jadi kayak ada lowongan. Aku nge-upload ke emailnya ini. Kan gak semua. Kadang aku tuh pilih-pilih dulu tempatnya. Aku lihat-lihat dulu tempatnya kayak gimana. Terus aku coba apply. Itu biasanya aku milih beberapa tempat. Terus aku naro di beberapa tempat juga. Nah terus nanti ke panggilan yang dimana. Ya wes.
Peneliti	Kamu ada kesulitan gak sih?
Informan JJ	Kesulitannya paling itu kayak ngatur jadwalnya gitu loh
Peneliti	Enggak kan kamu. Semester lima. Kamu kerja dari semester tiga ya?
Informan JJ	Dari semester tiga.
Peneliti	Kamu jadwal kuliahnya kan. Pastinya kayak susah.
Informan JJ	Gak sepenuhnya KRS-an. Kalau kebetulan. Di semester ini KRS-an alhamdulillah aman ya. Jadi jadwalnya bisa nyehsuakan. Kalau sekarang ini ada sih. Gak sesuai. Jadi untungnya temenku itu gak ada yang kuliah. Udah lulus semua. Dan kebanyakan yang gitu itu. Mas-mas. Nah mas-mas itu udah lulus semua kan. Jadi mereka yang nyehsuakan. Alhamdulillahnya di situ. Kalau dulu di tempat pertamaku itu susah pol pol itu karena dulu HMPS ditambah kuliah. Terus kerja itu kan terus temenku banyak yang

	kuliah. Nah itu yang susah. Mereka mau pindah libur dihari ini. Sedangkan aku juga mau pindah libur dihari itu. Susahnya di situ. Alhamdulillah aman.
Peneliti	Udah jam berapa sih? Kerja ya?
Informan JJ	Sekarang jam 4.

Wawancara bersama informan TA

Penutur	Transkrip Percakapan
Peneliti	Oke, silahkan perkenalan terlebih dahulu. Agak nyaringin dikit-dikit ya, kak.
Informan TA	Nama aku TA. Mahasiswa UM.
Peneliti	Umurnya?
Informan TA	Umur 21 tahun.
Peneliti	21, ya. Oke. Mbaknya sejak kapan jadi K-Popers?
Informan TA	Jadi Kpopers sejak... Covid 2020. Akhir tahun 2019 mau ke-20.
Peneliti	Itu ya, Mbak. Pertama kali itu suka KPOP apa?
Informan TA	Pertama kali suka NCT Dream. Itu KPOP personal sebenarnya. Terus... Suka K-POP unitnya. Terus... KPOP yang lain juga.
Peneliti	Dari mana sih tau KPOP?
Informan TA	Dari sosial media. Terus kalau yang dulu-dulu itu cuma... Tau aja. Tau aja itu dari temen. Tapi kalau misalnya aku yang nge-K-Pop-in sendiri dari sosial media.
Peneliti	Dari sosial media kayak TikTok gitu?
Informan TA	TikTok, Instagram. Dulu seringnya main Instagram.
Peneliti	Kalau searching di Google nggak pernah?
Informan TA	Di Google nggak pernah. Enggak sih, cuma di TikTok-TikTok aja.
Peneliti	Bias pertama siapa?
Informan TA	Bias pertama... Kalau yang pertama banget kayaknya... Enggak ya, kayak nggak ada gitu. Tapi kalau yang paling suka... Kayak satu waktu yang sama itu... Kayak Lucas. Lucas, Mark, Jaemin. Nah itu yang satu kayak dalam... Satu waktu yang sama itu langsung bisa sih. Tapi kalau misalnya yang semua member itu... Enggak, belum pernah.
Peneliti	Sekarang masih di NCT atau pindah?
Informan TA	Udah pindah sih ke ENHYPEN. Soalnya yang NCT-nya ada masalah kemarin. Jadi belum kembali lagi. Tapi kalau untuk

	sekedar tahu dia comeback... Atau dia ada prgram apa... Sekedar tahu aja.
Peneliti	Jadi nggak ngikutin lagi ya? Tapi paling banyak belinya di... Di NCT Dream ya?
Informan TA	NCT fokusnya di Dream.
Peneliti	Tapi kalau ENHYPEN belum beli?
Informan TA	Kalau yang official belum pernah. Kalau yang fanmeet itu beberapa kali.
Peneliti	Apa biasanya?
Informan TA	Itu sih... Karena PC-nya itu biasanya... Kan biasanya... Ini kan... Kalau fanmeet itu... Ngambil dari foto-foto mereka yang... Mereka upload. Bukan yang rare beneran. Biasanya di foto lagi. Biasanya di Dream lagi. Tapi mereka itu... Aku biasanya belinya... Yang foto kayak fanmeet gitu loh. Kayak di foto... Pas... Kayak paparazzi gitu? Bukan paparazzi ya. Pas apa sih namanya? Dia itu yang fansign.
Peneliti	Oh pas fansign.
Informan TA	Biasanya kan mereka dikasih outfit lucu-lucu kan. Nah itu kan biasanya ada yang jual photocard-nya gitu. Biasanya aku beli yang kayak gitu. Soalnya kalau yang officialnya... Sayang harganya lebih mahal itu soalnya... Fotonya mereka itu nggak sesuai selera. Ya cuma gitu-gitu aja ya.
Peneliti	Biasanya selfie tapi nggak bagus gitu.
Informan TA	Iya bener-bener. Biasanya mereka cuma... Upload di sosmed atau malah fansign dari orang lain. Itu lebih bagus daripada... PC-nya langsung.
Peneliti	Kalau album belum?
Informan TA	Belum
Peneliti	Tapi kalau NCT itu album PC udah...
Informan TA	Udah mah.
Peneliti	Oke. Kamu suka k-pop itu... Sebelumnya pendapatanmu dari mana?
Informan TA	Sebelumnya pendapatan... Kalau dulu... Karena pernah buka... olshop ya jadi... Pendapatannya dari olshop itu... Kalau dari orang tua jarang sih. Kalau misalnya dikasih uang saku buat beli K-pop itu... Barang k-pop itu jarang. Jadi pendapatannya dari itu.
Peneliti	Tapi pernah minta?
Informan TA	Sekali dua kali pernah. Itu buat yang... Agak mahal-mahal lagi sih.

Peneliti	Oh yang agak mahal. Bilangnya kayak mau beli ini gitu? Atau kayak apa gitu?
Informan TA	Itu harus ini sih kayak... Aku juga harus nempatin... Jadi misalnya kayak pas aku lagi spesial ulang tahun atau ngerayain apa gitu... Aku abis ulang tahun minta kadonya ini. Kalau aku abis ngelakuin apa yang menurutku keren, kayak butuh validasi. Aku abis ini. Beli satu ini. Terus mau beli ini boleh enggak?
Peneliti	Kalau misalnya... Kayak hari-hari biasanya enggak ya?
Informan TA	Enggak. Ketolong sendiri. Cuma hari-hari kayak misalnya... Kayak special something.
Peneliti	Yang pernah kamu buat lah. Sekarang pendapatannya dari mana?
Informan TA	Pendapatannya dari orang tua. Dari orang tua.
Peneliti	Enggak ada freelance sekarang? Atau part time itu enggak?
Informan TA	Kalau sekarang belum. Kalau dulu ada... Les anak SD. Tapi sekarang udah enggak.
Peneliti	Udah enggak sekarang? Semester berapa?
Informan TA	Semester yang... 3 apa 4 gitu.
Peneliti	Berapa biasanya?
Informan TA	Sekali pertemuan itu tergantung sih. Tergantung anaknya. Karena pas itu aku lagi ngelesin... Kayak adik kakak gitu. Beda umur. SD yang masih kelas 1. Satunya yang kakaknya itu udah kelas 5. Nah itu kan materinya beda. Jadi orang tuanya itu ngasih per anak beda. Dan itu enggak setiap minggu mereka semua gitu. Kayak misalnya minggu ini adiknya. Terus minggu depan kakaknya. Terus adiknya itu karena masih SD. Kelas 1. Jadi kan materinya lebih gampang. Itu 30-35.
Peneliti	Satu kali pertemuan?
Informan TA	Satu jam setengah.
Peneliti	Langsung dibayar apa?
Informan TA	Langsung dibayar.
Peneliti	Pake amplop?
Informan TA	Iya. Kalau misalnya kakaknya itu... 50-60 an.
Peneliti	Lumayan ya. Tapi itu cuma 3-4 semester aja?
Informan TA	Tiga atau empat. Jadi cuma satu semester aja. Tiga atau empat semester.
Peneliti	Itu sekarang ngga kayak PO-PO gitu nggak sih? PO tiramisu?
Informan TA	PO tiramisu mungkin... Cuma beberapa kali aja sih.
Peneliti	Kalau mood aja ya?

Informan TA	Kalau mood aja. jarang. Kalau kemarin tuh lagi... Lagi banyak waktu luangnya. Lagi gabutnya. Terus karena suka bikin jajan. Kalau misalnya bikin jajan kan nggak mungkin sedikit kan? Pasti banyak. Sisanya juga aku nggak mungkin makan sendiri. Karena nggak mungkin dimakan sendiri. Jadi mending dijual aja.
Peneliti	Itu berapa biasanya? Dijualnya?
Informan TA	Dijualnya kemarin aku... Yang kecil harganya... 15. Yang agak besar 25.
Peneliti	Tapi kalau kamu pas yang olshop-olshop itu... Itu berapa biasanya?
Informan TA	Itu penghasilan... Per pcs sekali PO... Per pcs itu bisa sampai 20-30. Dan sekali PO aku bisa sampai 30 pcs.
Peneliti	Satu kali PO itu 20 ribuan?
Informan TA	Satu kali PO itu 30 pcs. Satu pcsnya itu untungnya 20-30 ribu.
Peneliti	Satu pcs... 20-30 ribu. Satu pcs isinya 30. Gimana sih? Gimana sih nggak ngerti?
Informan TA	Satu pcs, itu bisa dijual sampai 30 barang. Satu barangnya itu untungnya 20-30 ribu.
Peneliti	Kamu bukannya sampai 30 doang?
Informan TA	Tergantung sih biasanya. Biasanya kalau bisa, Ada... Ada yang comeback, itu pesanannya lebih banyak. Soalnya mereka mau yang nyessuaiin sama versinya itu. Versi mereka comeback. Misalnya yang kemarin itu ada... Yang Candy NCT Dream. Itu mereka ngebanyak-banyakin... Minta tolong sesuaiin sama comebacknya mereka yang ini. Warnanya yang ceria, dekorasinya yang agak... Candy permen... Itu lebih banyak. Kalau misalnya nggak ada yang NCT Dream, Paling sesuaiin sama templateku aja.
Peneliti	Itu photocard aja? Atau apa? Photocard aja? Buat dekorasi photocard? Cardholder gitu?
Informan TA	Cardholder ada, terus ada yang buat stand-ee itu juga ada.
Peneliti	Itu yang buat kamu aja, yang bikin gitu?
Informan TA	Aku yang buat sendiri.
Peneliti	Paling banyak itu berapa? Kalau kamu total?
Informan TA	Nggak pernah gitu. Soalnya setiap sekali PO itu langsung aku ini langsung aku beliin barang lagi. Langsung aku... Puter lagi gitu. Nggak mikir lagi. Pas itu kan masih belum ngerti aku kayak manage keuangan gitu kan. Jadi kayak oh ini dapetnya segini, aku beliin lagi segini untungnya segini... Berarti buat aku. Kayak gitu. Jadi aku nggak misahin yang ini buat aku gitu.
Peneliti	Oke, I understand.

Informan TA	Cuma sekarang kadang bikin PO tiramisu, kadang-kadang gitu.
Peneliti	Biasanya pengeluaran itu berapa sih? Setiap bulannya rata-rata lah.
Informan TA	Kalau setiap bulan...
Peneliti	Kamu dikirim berapa?
Informan TA	Aku dikirimnya per minggu 500. Itu kalau misal sebelum 1 minggu udah habis, itu bisa minta. Tapi tergantung juga... Kayak kesedaran diri. Kalau misal 500 sebelum 1 minggu itu habis, kalau misalnya habisnya karena hal yang nggak penting... Kayak misal aku foya-foya atau ke mana-mana... Itu kan emang salahku. Berarti aku ya harus nahanin... Buat sampai dijatah lagi. Tapi kalau misalnya kebutuhan kampus, atau kebutuhan hidup yang kayak beli Sabun, sampul, itu biasanya habisnya buat itu, aku bisa minta lagi.
Peneliti	Kos itu berapa?
Informan TA	Kos-kos sekarang... 2 juta lah. Itu 3 bulan.
Peneliti	2 juta pas?
Informan TA	2 juta pas. 2 juta pas sama listrik. Tapi kalau nggak sama listrik itu kan ada yang beda kan. Kayak listriknya ada yang sendiri. Tapi kalau punya aku itu 2 juta pas.
Peneliti	Berarti kamu perbulannya... Kan 1 minggu itu 500 ya? 2 juta?
Informan TA	3 bulan. 2 juta buat 3 bulan.
Peneliti	Berarti untuk uang selain kos itu 2 jutaan lah ya? Perbulan.
Informan TA	Buat uang kos itu...
Peneliti	Bukan. Maksudnya, kan kamu... 1 minggu 500. Berarti 1 bulan kan ada 4 minggu. Berarti 2 juta nggak sih?
Informan TA	Rata-rata lah.
Peneliti	Tapi beda kalau nanti minta lagi. Kalau kurang... Emang minta lagi gitu?
Informan TA	Minta. Tapi kan tetap tergantung... Dirinya kenapa uangnya habis.
Peneliti	Oh ditanyain?
Informan TA	Enggak sih, kan sadar diri aja. Gak pernah ditanyain. Tapi kalau habis... Minta habis gitu. Sebenarnya kita kayak... Masih alasan sendiri gitu loh. Uangnya habis, soalnya kemarin helm ku pecah kan kemarin. Terus kayak bilang, uang ku habis. Aku habis beli helm baru, soalnya kemarin pecah. Terus kan... Menumbuhkan kepercayaan juga gitu loh. Kalau misalnya... Nggak ngap-ngapain, buat aku nongkrong aja. Minta terus kan kayak... Nggak tahu diri banget gitu.

Peneliti	Pernah nggak sih pas dikirim lebih gitu? Kayak nggak dikirim 500. Berapa biasanya?
Informan TA	Biasanya 7-1 lah. Satu minggu itu.
Peneliti	Tapi itu karena ada kebutuhan atau... Emang dikirim gitu?
Informan TA	Dikirim aja.
Peneliti	Tapi itu ya kayak bakal habis juga satu minggu? Masa habis satu minggu? Satu juta? Kayak boros banget dong.
Informan TA	ngga dong.
Peneliti	Kamu ada perencanaan keuangan sekarang?
Informan TA	Kalau sekarang enggak.
Peneliti	Enggak?
Informan TA	Kalau dulu... Masih awal-awal merantau. Itu aku tulis pengeluaran sama pemasukan. Buat laporan ke orang tua. Ternyata mama sama papaku itu nggak butuh gitu. Yaudah. Nggak usah laporan ini buat ini. Buat Londri lah atau buat ini. Kalau misalnya uangnya habis... Kita taunya uang habis. Yaudah dikirim.
Peneliti	Aku juga gitu dulu. Dicatat semua. Habis segini kayak... Yaudah kalau habis yaudah nelpon.
Informan TA	Iya bener. Iya kek malas gitu. Kan taunya intinya... Uangmu habis sekarang.
Peneliti	Intinya uangnya habis sebentar lagi. Langsung aja gitu. Cara kamu ngelola keuangan gimana sih? Biar balance lah. Kamu sekarang kayak... Kuliah. Terus jajan. Kebutuhan. Misalnya kamu mau beli barang kek. Cara ngelolanya gimana sih?
Informan TA	Cara ngelolanya ini sih kayak... Aku harus tahu kayak... Dalam satu minggu ini aku... Ada hari dimana aku... keluar uang banyak atau enggak. Kalau misalnya biasanya ada kan satu minggu itu aku nggak ada tugas sama sekali, dan nggak ada janjian untuk keluar sama sekali. Itu aku bisa uangnya sisa. Tapi kalau misalnya... Tugasnya numpuk. Terus udah ada janji sama temen itu... Bisa kurang. Terus kalau... Ngebalancenya ya itu sih. Harus ngemanage... Per minggunya. Kayak Senin sampai rabu misalnya, nggak ada agenda buat ngeluarin uang. Berarti aku bisa ngeluarin uang lebih di hari selanjutnya gitu.
Peneliti	Pernah itu nggak kayak pernah... Krisis keuangan?
Informan TA	Pernah-pernah. Kalau misalnya lagi boros banget.
Peneliti	Misalnya kamu kayak krisis gitu. Terus kamu deg-degan. Itu kan karena foya-foya mungkin. Kamu nggak berani minta? Itu kayak gimana misalnya?

Informan TA	Misalnya ini sih aku selalu nge-stock... Nge-stock mie. Terus nge-stock bubur. Sama beli galen. Itu kayak bisa survive. Terus juga... Kayak aku nemu di Shopee itu... Itu cuma 15 ribu dan banyak. Jadi aku makannya nggak terlalu banyak. Jadi itu bisa dua kali makan. Jadi aku kayak udah ada... Taktik kalau misalnya uang aku habis. Jadi aku sekali ditransfer, aku langsung beliin mie. Terus bubur sama... Kalau misalnya galonnya ada, ya nggak usah beli.
Peneliti	Ada tabungan nggak?
Informan TA	Tabungan... Enggak sih. Aku cuma per minggu itu aja. Kayak.. tabungan selalu kepake.
Peneliti	Oh, selalu kepake. Tapi nabung, tapi kadang kepake gitu. Oh, berarti kamu kayak... Tabungan itu emang buat dana darurat ya. Kalau misalnya... Kayak... Main saham atau apa itu nggak? Kayak reksadana atau nggak? Yang paling basic itu kan reksadana. Yang paling aman.
Informan TA	Enggak. Cuma kayak nabung biasa aja.
Peneliti	Oke. Kayak ada kredit nggak?
Informan TA	Kredit?
Peneliti	Kayak maksudnya... Mau beli sesuatu, jadi kayak... Masih kredit gitu.
Informan TA	Enggak sih.
Peneliti	Atau kamu kayak ada kebutuhan yang membuat kamu utang sekarang? Utang? Sekarang ada utang nggak?
Informan TA	Oh, ini. Shopee Payletter.
Peneliti	Oh, Shopee Payletter.
Informan TA	Ada diskon setiap pake Shopee Payletter. Tapi aku langsung bayar. Jadi kayak cuma Manfaatin diskonnya. Kan aku kemarin beli tiket enam lima. Terus ada potongan. Kalau misalnya pake Shopee Payletter... Bayar Rp.40.000. Aku bayarnya pake Shopee Payletter dulu. Aku bayar langsung.
Peneliti	Oh, langsung bayar? Berapa biasanya? Maksudnya, tenggatnya itu berapa hari? Kan Shopee Payletter gitu.
Informan TA	Bisa langsung early. Kayak early kemarin.
Peneliti	Tenggatnya kan ada yang kayak satu bulan. Terus misalnya langsung bayarnya itu kayak... Langsung 24 jam itu? Atau kayak sehari, dua hari?
Informan TA	24 jam nggak bisa. Kayaknya berapa hari setelahnya itu. Pokoknya ada bisa. Biar dulu gitu pokoknya. Pokoknya nggak satu hari. Kayak berapa hari baru bisa bayar. Nggak harus nunggu bulan depan.

Peneliti	Sekarang masih ada Payletter-nya?
Informan TA	Masih.
Peneliti	Rencananya bayar kapan?
Informan TA	Kemarin aku abis beli sepatu ya. Belum sampai. Biasanya kan motongnya itu nunggu barangnya sampai. Harusnya besok sampai. Berarti kalau bisa... Tenggatnya itu... Tanggal lima bulan depannya. Kalau misalnya sebelum tanggal itu... Bisa dibayar, aku bayar.
Peneliti	Berarti nggak nunggu lama ya?
Informan TA	Nggak nunggu harus tenggatnya baru bayar.
Peneliti	Pokoknya sebelum itu ya?
Informan TA	Pokoknya bisa langsung dibayar. Kalau bisa langsung dibayar, langsung bayar.
Peneliti	Tapi sekarang masih ada ya? Barangnya belum datang. Selain itu gimana? Selain Payletter?
Informan TA	Nggak, cuma Payletter aja.
Peneliti	Tapi aman ya? Bisa bayar lah ya? Jadi walaupun misalnya nanti... Nanti ya, duitmu abis lah. Mungkin ketinggalan dikit. Tapi Payletter-nya harus dibayar. Kamu udah siapin? Duitnya dipisah? Atau nelfon?
Informan TA	Nelfon sih. Kalau urusan Payletter itu... Biasanya aku tanya dulu. Ma, boleh nggak pake Payletter ini buat beli ini? Kalau misalnya barangnya cuma Rp20.000-Rp50.000 Aku masih oke. Aku bisa. Tapi kalau misalnya sampai Rp100.000-Rp200.000 aku telpon dulu. Boleh nggak pake ini? Beli aja nggak apa-apa.
Peneliti	Oke. Tapi kalau kamu beli produk K-pop... Nggak sering itu ya?
Informan TA	Dulu sering. Tapi sekarang udah enggak. Dulu... Dulu karena kita nggak ngapa-ngapain... Pas Covid kan ya? Jadi setiap... Apalagi pas dulu aku... NCT Dream itu lagi sering banget...
Peneliti	Ke Indonesia?
Informan TA	Bukan. Kayak collab gitu loh. Collab sama Something. Terus Season Greeting, kayak gitu-gitu. Pas itu aku lagi banyak banget. Jadi pengeluarannya kebanyakan.
Peneliti	Paham-paham.
Informan TA	Setiap mereka ngeluarin apa, aku beli. Yang Dream.
Peneliti	Tapi beli lah ya? Enhypen?
Informan TA	Beli yang perintilannya.
Peneliti	Berintilannya aja ya?
Informan TA	Soalnya kayak biasa aja.

Peneliti	Berarti kamu sekarang di Enhypen ya?
Informan TA	Di Enhypen.
Peneliti	Oke terus... Kalau misal kamu kritis uang, tapi misal... Kamu pengen banget nih. Pengen banget beli suatu barang K-pop ya? Terus kamu pengen-pengen banget dari dulu. Tapi... Kamu kritis nih. Kamu tetap milih itu? Beli atau nggak?
Informan TA	Nggak sih.
Peneliti	Tapi kamu ada persiapan kek gitu tadi. Ada bubur, ada ini, ada itu. Iya. Kamu tetap beli apa nggak?
Informan TA	Nggak. Jadi walaupun nggak ada persiapan. Persiapan itu aku tetap nggak beli. Kalau kritis mending nggak. Kalau misal ada dana cadangan yang mungkin aku bisa nge-cover. Kayak misal... Aku 3 hari bisa... Habisin cuma 50 gitu. Terus dana yang lain aku bisa lepasin lagi. Kayak misal aku pengen banget nih. Terus aku kayak harus survive 3 hari... Sampai aku cover lagi gitu. Jadi aku harus survive sama 50. Yang misal 45-nya... Aku beliin albumnya aku masih bisa, aku beli. Kalau misal bener-bener aku nggak ada dana cadangan yang 50 ini aku nggak bakal beliin.
Peneliti	Kalau kamu beli barang-barang itu... Barang-barang k-pop itu sama kamu di-evaluasi nggak? Kayak pengeluaranya segini gitu. Oh, jadi kamu belinya... Pengeluaranya segini gitu.
Informan TA	Nggak sih. Kalau beli ya udah bayar, dateng, suka. Ya udah aja gitu. Buat evaluasi, enggak.
Peneliti	Pernah nggak kayak kamu beli atau jalan-jalan... Terus ke k-pop store gitu? Kamu masuk terus langsung beli gitu? Atau kayak... Kamu belinya offline gitu? Eh, online deh belinya.
Informan TA	Kalau misal langsung barangnya di depan... Kalau misal aku suka, ya aku beli. Karena aku tipenya yang bisa mikir berjuta kali kalau misal di online. Tapi kalau misal langsung di depan mata, aku langsung suka, aku beli.
Peneliti	Sering nggak kayak gitu?
Informan TA	Tergantung ekonominya... Pas ada itu. Tapi seringnya sih beli, soalnya kan kalau misal keluar, berarti kan ada dana yang buat dikeluarkan. Jadi beli.
Peneliti	Tapi online tuh... Biasanya official ya? Kalau di Dream?
Informan TA	Di Dream juga official. Di G.O.
Peneliti	G.O. ya? Biasanya official beli album... Bisa fan call nggak sih?
Informan TA	Fan call? Nggak sih. Fan call kan harus belinya banyak.
Peneliti	Kan ada yang kayak beruntung gitu gak sih.

Informan TA	Aku juga nggak paham gimana cara nge-sign-nya. Kan biasanya ada.
Peneliti	Nggak ngerti ya caranya? Berarti sama kamu kayak... Kalau udah datang yaudah. Nggak pernah dievaluasi. Kan udah datang yaudah. Ataupun kayak beli di luar... Terus udah ada. Sama kamu nggak liat lagi harganya gitu?
Informan TA	Nggak. Harganya kalau ngeluarin uang yaudah. Di liat harganya juga ntar nyesel. Nggak usah. Kayaknya kan udah dibeli juga.
Peneliti	Oke. Kalau K-popers emang gini sih. Persis narasumber yang aku wawancarain. Emang semuanya nggak nyesel sih.
Informan TA	Nggak nyesel. Kita pengen, kita mah beli.
Peneliti	Berarti kamu itu ya... Terkadang ada kendalinya ke kamu. Tapi kadang kalau udah barangnya di sini, kamu beli.
Informan TA	Kalo udah di depan mata, aku beli.
Peneliti	Menurut kamu nih... Dampak dari... Strategi yang kamu... Terapin gitu. Pas ngelola keuangan ini. Dampaknya? Ke kamunya, ke keuanganmu, ke segalanya.
Informan TA	Kalau akunya, jadi nggak ini loh.... Kayak... Nggak nyiksa diri sendiri gitu loh. Tapi kalau misalnya ngepaksain banget padahal ekonominya lagi belum bisa. Kan kitanya juga harus survive-nya kan lebih. Jadi kalau bisa nge handle diri sendiri itu kayak hidupnya lebih enak gitu loh. Nggak kesiksa. Kalau misalnya maksain, Sanggup ngga aku satu bulan buat beli ini. Terus kehidupan aku harus makan mie tiap hari. Kayak nyiksa diri. Harus bisa tau mana yang kebutuhan. Mana yang bisa besok-besok lagi. Mana yang prioritas kita. Udah ngerti lah ya.
Peneliti	Harus ngerti lah. Harus ngerti kalau itu. Kalau dampaknya ke keuangan? Dampaknya gimana?
Informan TA	Dampaknya ke keuangannya... Apa ya? Dampaknya kekeuangan. Lebih gimana gitu, Lebih tertata sih. Lebih... Tertata. Lebih bisa dikelola keuangannya. Kayak... Jadi satu gitu gak sih? Kayak kehidupan sama keuangan itu balance jadinya. Gak ada yang tersiksa sama yang lain. Kalau uangnya ada, Kan hidupnya pasti enak juga. Kalau uangnya habis, buat beli hal yang cuma k-pop kek besok-besok masih bisa beli, tapi hari ini sampai gak bisa makan, Kan gak enak ke diri dan keuangannya juga. Ya, kebutuhan yang lain.
Peneliti	Terus... Kendalanya apa biasanya? Pas kamu nerapin itu. Kayak maksudnya... Kendala misal kamu mau pengen beli, Kendalanya apa?
Informan TA	Kendalanya... Ya... Kayak mungkin terlalu mahal gitu. Terus kendalanya gak ada uang nya. Di online biasanya... Harganya

	kan... Biasanya lebih murah ya. Tapi gak tau kenapa kalau misal di online, Aku bisa mikirnya berkali-kali. Tapi kalau misal di offline, Harganya pasti kan... Harga normal kayak yaudah, Harga lebih mahalnya gitu. Tapi aku kayak kepingin gitu. Tapi mungkin dananya pas itu lagi belum ada. Kayak kurang dikit lah. Jadi aku harus nahan lagi buat gak beli itu.
Peneliti	Kendala pas itu pas ngelola keuangan apa? Kendala pas ngelola keuangan... Biar balance gitu?
Informan TA	Mungkin pas lagi ya... Kayak ini ya... Kayak lagi boros, tapi.... Bentar aku nge blank.
Peneliti	iya gapapa.
Informan TA	Oh gini si, kek kadang pengen sesuatu, harusnya tuh, aku kadang-kadang udah dikirim segini mikir bakal beli ini, tapi ternyata ada yang di luar prediksi yang aku pengen beli gitu.
Peneliti	Oh, di luar prediksi gitu?
Informan TA	Iya. Tapi tetep aja harus tau dulu ini belinya kenapa gitu. Kayak kepengen kah atau butuh. Atau kepengen tapi tetep berfungsi gitu. Tetep bisa di pake terus gitu. Kek makeup gitu kan aku ga terlalu butuh makeup tapi bisa dipake terus. Itu bisa tiba-tiba beli. Ga ada di rencanaku.
Peneliti	Jadi kendalanya tuh tiba-tiba
Informan TA	Iya. Ada pengeluaran tak terduga.
Peneliti	biasanya ke keinginan apa kebutuhan?
Informan TA	biasanya keinginan sih.
Peneliti	biasanya ke apa? makanan kah?
Informan TA	Makanan aku ga terlalu. Makeup sama baju. Biasanya tuh di grup FAZA ada yang jualan. Preloved gitu. Kayak, aku pengen yang ini, tapi aku belum beli kemarin. Harganya lebih murah. Kemarin aku beli micellar water yang Centella. Eh, oil... cleansing oil yang Centella. Yang gede. Kan itu ada yang preloved, jadi aku beli. Pokoknya selama dia ga dipake secara langsung, ga bersentuhan itu aku beli. Kan yang Centella itu dipencet. Ga langsung koneksi langsung ke kulit.
Peneliti	Oh iya. Berarti kendalanya yang tak terduga gitu ya. Kek baju dan lain-lain. Kalo tiba-tiba tak terduga gitu ada nyeselnya ga?
Informan TA	ngga si.
Peneliti	kalau kamu dikirim, kamu biasanya udah dipetak-petakin ga? Buat apa?
Informan TA	bukan dipetakin sih. Tapi kek udah dipikirin gitu loh. Kek misal 500 nih, itu aku 100 buat aku beli kacamata, 200 nya buat ini, jajan. Nah, karena aku udah bilang dulu sama mama papa kan,

	aku mau beli kacamata, jadi kayak misal mereka itu udah tau gitu loh, uang anaknya tinggal 200. Jadi pas aku nge chat lagi, itu mereka tau uangnya hasbisnya bua tapa.
Peneliti	oh, iya iya. Berarti kamu kalau mau rencanain sesuatu belinya, kamu bilang dulu?
Informan TA	Iya.
Peneliti	Tapi kalau ada pengeluaran tak terduga kayak tadi ngga ya?
Informan TA	Ngga. Itu tergantung aku ngelola keuangannya.
Peneliti	oke. Kamu sebagai k-popers yang udah berpengalaman beli ini dan itu, ada nasehat ga buat mereka yang kek kita?
Informan TA	Nasehat, ya... jangan maksain beli kalau emang ga ada. Jangan nyiksa diri meskipun pengen banget. Soalnya K-pop itu terus berevolusi gitu loh. Terus mereka nyetaknya juga ga sedikit. Nyetaknya pasti banyak, bakal dijual terus-terusan. Kek mereka ga stuck di satu orang aja. Kek orang itu pasti ada bosennya, terus nge jauh suatu hari nanti gitu. Jadi kalau misla ga dibeli hari ini itu gapapa. Bisa dibeli besok-besoknya.
Peneliti	Oke. Gitu aja sih. Makasih ya mbak TA
Informan TA	Oke.

Wawancara bersama informan AR

Penutur	Transkrip Percakapan
Informan AR	Oke, perkenalkan nama aku AR, aku dari UINMA, jurusan manajemen, umur aku 22 tahun.
Peneliti	Oke pertanyaan pertama nih, mbaknya sejak kapan sih jadi Kpopers?
Informan AR	Udah dari lama ya, kayaknya dari SD deh kayaknya. Dari tahun 2015 atau 2016.
Peneliti	Tau Kpop dari mana?
Informan AR	Dari TV sih, TV RCTI Indosiar ada banyak. waktu itu kan dulu kan di TV kan ada kayak drakor-drakor gitu kan. Jadi aku mulai kepo-kepo tuh sama artis-artisnya, ganteng-ganteng. Aku search di Google udah dari situ deh, mulai jadi Kpopers.
Peneliti	Berarti dari TV? Drama pertama?
Informan AR	Drama pertama itu My Love From The Star itu yang pertama kali.
Peneliti	Kalau aku kayaknya Boys Over Flowers. Ingat banget ya.

Informan AR	Sekarang kan jadi suka sama idol-idol gitu, pertama kali suka sama EXO. Dulu kan ada variety shownya tuh, aku dengerin sama sepupuku, kayaknya bagus nih grupnya gitu. Terus jadi oke suka juga deh. Mereka kan debutnya tuh 2012. Itu ada variety show yang ayam-ayam gitu, aku dulu tuh liat yang itu, inget banget. Suka Suho, Chanyeol.
Peneliti	Aku dulu ya.. Tapi aku dulu suka banyak yang suka, cuman ga apa ya, ga ngebias gitu. Kayak biasa aja. Tapi aku suka kek ini, dance semuanya tau gitu. Sampai aku dulu dance cover Sistar.
Informan AR	Kamu ikut juga?
Peneliti	Iya dance cover Sistar, aku ikut juga. SD masih SD, itu dia Sistar.
Informan AR	Lucu banget.
Peneliti	Bayangin masih SD. Padahal Sistar itu kan kayak... Seksi.
Informan AR	Iya, seksi.
Peneliti	Sebagai mahasiswa nih, sumber pendapatan utama tuh dari siapa?
Informan AR	Sumber pendapatan kalau sekarang tuh masih dari orang tua ya. Tapi aku ada kayak cari-cari freelance-freelance gitu sih beberapa bulan terakhir ini. Dulu pas jadi K-popers dari dulu tuh... Iya dari orang tua. Pure orang tua. tapi ada freelance-freelance gitu.
Peneliti	Tambahan lah ya.
Informan AR	Ada tambahan sampingan.
Peneliti	Pengeluaranmu rata-rata per bulan itu berapa?
Informan AR	Per bulan ya... Oh dari orang tua jatahnya tuh kayak per minggu gitu sih.
Peneliti	Per minggu berapa?
Informan AR	Per minggunya 400-500 ribu.
Peneliti	Berarti kalau per bulannya itu 2 juta?
Informan AR	Per bulannya 2 juta.
Peneliti	Kalau pengeluarannya? Kayak beli apa gitu?
Informan AR	Apa ya? Selalu habis sih soalnya.
Peneliti	Berarti kalau dikeluar 2 juta udah habis gitu? gak ada sisa gitu?
Informan AR	Ada sisa kayaknya yang gak terlalu banyak sih kayak beberapa doang. Tapi ya aku kan sebagai anak muda gitu kan kayak selalu kalap. Kita juga kayak menabung itu kayak gak ada kesadaran gitu loh. Kayak belum ada kesadaran. Jadi yaudah langsung habis.
Peneliti	2 juta itu masuk ke bayar kos gak?

Informan AR	Enggak.
Peneliti	Kosmu berapa per bulan?
Informan AR	Kos Per 6 bulan. Per semester. 3 juta 300
Peneliti	Berarti kalau per bulan?
Informan AR	Satu bulan 550.
Peneliti	Itu beda?
Informan AR	Beda.
Peneliti	Berarti kalau kamu dikirim 2 juta berarti sama itu?
Informan AR	Bukan. Tapi itu kayak kebutuhan kayak skincare terus perluatan mandi, baju itu aku beli sendiri pake uang 4 minggu situ.
Peneliti	Pake apa?
Informan AR	Pake uang yang 4 minggu itu loh.
Peneliti	Oh iya.
Informan AR	Itu pake uang itu aja.
Peneliti	Berarti kalau kamu dikirim 2 juta?
Informan AR	2 juta itu per bulannya itu perlengkapan doang. Sama jajan itu. Kalau kos beda.
Peneliti	Berarti satu bulan itu anggap aja kamu dikirim 2 juta 550. Banyak juga ya. Kamu ada perencanaan keuangan gak?
Informan AR	Perencanaan kan kalau ada yang lagi pengen dibeli itu baru deh. Pokoknya aku harus sisain uang segini buat nanti beli ini, beli ini, beli ini.
Peneliti	Tapi kalau pengeluaranmu setiap harinya dicatat gak?
Informan AR	Enggak sih, gak dicatat. Cuma liat aja, oh tinggal segini.
Peneliti	Oh, berarti gak pernah dicatat?
Informan AR	Gak pernah dicatat.
Peneliti	Oh, oke. Nek, temenku kemarin itu dicatat. Gak dicatat?
Informan AR	Enggak. PR banget judulnya.
Peneliti	Gak apa-apa, gak apa-apa. Sekarang dia udah gak nyatet, awal-awal doang dia nyatet.
Informan AR	Konsisten sih. Konsisten itu berat ya kayaknya.
Peneliti	Iya. Susah. Nah, cara kamu mengalokasikan dana kamu ke apa aja gitu?
Informan AR	Dana.. Ke makan ya, pasti makan. Terus kalau udah kebutuhan yang habis kayak butuhan mandi, sabun, habis gitu. Itu prioritas pertama. Terus nanti kalau skincare atau baju ya itu opsional aja sih.
Peneliti	Opsional? Kayak kalau pengen aja?

Informan AR	Kalau pengen aja.
Peneliti	Terus skincare berubah-ubah gak?
Informan AR	Skincare ada yang berubah-ubah, kadang ada yang fomo-fomoan gitu.
Peneliti	Kek gen-z banget. ga ketinggalan. Kamu pernah beli barang-barang K-pop gitu kan. Nah, cara kamu ngelola keuanganmu biar bisa beli itu gimana?
Informan AR	Beli barang kek K-Pop itu aku nabung sih waktu itu. Nabung kayak seminggu 50, seminggu 50 apa berapa gitu. Pokoknya sampai aku bisa dapetin, itu baru aku beli.
Peneliti	Kamu tuh masuk ke spontanitas dulu atau nabung dulu?
Informan AR	Nabung dulu. Nanti kalau ada yang barangnya misalnya aku suka, ya udah aku beli.
Peneliti	Misalnya, kamu scroll Tiktok terus nemu barang-barang K-pop gitu. Kamu ada keinginan beli gitu? Berarti kamu gak langsung beli gitu?
Informan AR	Ada PO-nya gak sih, ada PO lama. Dan kamu tuh mikir dulu, kamu bisa gak ya kalau dalam jangka waktu PO ini uangnya bisa kekumpul gak ya?
Peneliti	Tapi kan ada yang kayak bekas gitu. Misalnya, apa sih? preloved. Biasanya prelove apa? Kayak photocard gitu.
Informan AR	Preloved photocard? Enggak sih, itu kan gak berguna ya. Lagian buat apa PC sih.
Peneliti	Berarti kalau preloved tuh gak beli ya?
Informan AR	Enggak.
Peneliti	Lebih ke nabung ya? Kalau misalnya kamu jalan di mall ya, terus ada pop store K-pop gitu. Kamu masuk gak?
Informan AR	K-pop store.. Masuk aja sih, tapi gak beli. Cuma lihat harganya doang mahal gitu. Udah nanti nabung, nanti beli gitu. Kalau masih ada gitu.
Peneliti	Gak kayak temenku ya, kayak narasumber kemarin itu. Dia kalau misalnya aku ajak, aku bilang gini. Kalau misalnya kamu aku ajak ke pop store-nya, terus ada K-pop store. Kamu masuk gak? Masuk. Beli gak? Beli pasti gitu. Spontanitas gitu.
Informan AR	Aku lebih ke kaum yang mendang-mending sih K-popnya.
Peneliti	Soalnya dia kalau ada yang disuka, misalnya ada photocard yang bagus gitu. Jadi dia beli gitu. Tapi kalau kamu gak? Walaupun ada yang bagus?
Informan AR	Aku si kayak keychain gitu. Mengutamakan fungsi lah ya pokoknya. Kalau photocard kayaknya enggak deh.

Peneliti	Terus kak kalau misalnya album pernah beli gak?
Informan AR	Album gak, gak beli. Keychain aja kayaknya.
Peneliti	Selain keychain apa?
Informan AR	Headphone.
Peneliti	Official gak?
Informan AR	Enggak, gak official. Dari fans Cina, Cina Bar.
Peneliti	gitu enggak sih? Biasanya mereka tuh beli banyak gitu gak sih?
Informan AR	Kayaknya, kayaknya.
Peneliti	Soalnya aku tahu fans-fans Cina itu kan kayak royal gitu kan ya biasanya. Dia beli banyak biar bisa ketemu si...
Informan AR	Jadi kita dapet sampah sekian. Kita gak dapet. Tapi ini kayak proyeknya mereka gitu loh. Nanti dijual. Nanti buat... Nanti hasilnya itu buat idolnya.
Peneliti	Royal banget anjir.
Informan AR	Tapi aku waktu itu liatnya tuh kayak, Oh ini sangat fungsional sekali ya gitu. Dulu aku beli headphone kan. Kayak fungsional banget nih gitu. Daripada sekedar kayak photocard anjir. Kayak ngapain? Mungkin kalau bagi sebagian orang kayaknya ada kepuasan ya kalau beli photocard. Tapi kalau aku kayaknya bukan kebutuhan aku deh. Kayaknya bukan aku untuk keputusannya.
Peneliti	Misal ya misal. Kamu ada barang k-pop yang kayak useful banget gitu loh. Kayak berguna gitu loh. Misal kayak keychain gitu kan. kamu mau beli? Cuman uang kamu kayak lagi krisis gitu kan. Kamu tetap maksain beli gak? Atau kayak, Bentar-bentar aku nabung dulu gitu.
Informan AR	Bentar dong. Karena kan makan yang utama ya. Maksudnya mau makan keychain kan gak mungkin. Nabung dulu. Nabung dulu juga. Jadi yaudah kayak...
Peneliti	Kalau misal kehabisan gitu?
Informan AR	Kehabisan? Ya gimana ya?
Peneliti	Selagi kamu nabung kamu kehabisan gitu.
Informan AR	Gimana ya.. sabar-sabar aja. Nanti ya cari yang barangnya lain lagi. Yang sekiranya bisa nutupin. Nutupin kesedihan aku karena gak dapet barang tadi.
Peneliti	Oh gitu.
Informan AR	Maksudnya, jadi uangnya udah ada kan. Iya. Beli barang lain yang sama walaupun habis gitu.
Peneliti	Pas kamu beli sama kamu dievaluasi gak? Pengeluaran. Kayak kamu habis gini. Kayak aku habis segini ternyata beli ini.

Informan AR	Kan nabung. Emang kayak pas gitu. Kalau ada yang pas ya gak apa-apa gitu loh. Kalau yang kurang ya gak apa-apa. Mungkin ya cari yang gak mahal-mahal banget lah.
Peneliti	Gimana sih? Berapa biasanya keychainnya?
Informan AR	Keychain yang pertama beli? Kalau keychain-keychaine itu yang berapa ya biasanya keychain ya? Satu lima puluh kayaknya.
Peneliti	Satu lima puluh?
Informan AR	Segitu ya.
Peneliti	Sering beli gak?
Informan AR	Enggak lah. Enggak sering. Cari yang lucu-lucu banget. Kalau yang enggak ya gak usah beli. Karena harganya juga gak murah kan.
Peneliti	Iya. Pernah nyesel gak belinya?
Informan AR	Enggak sih, gak pernah nyesel.
Peneliti	Tuhkan, narsumku gak ada yang nyesel beli barang k-pop. Emang k-popers ga nyesel. Pas sama pertama aku tanyain. Pernah nyesel gak beli? Enggak. Enggak.
Informan AR	Enggak nyesel sama sekali. Bahkan kayak skincare yang ada collab-collab sama Idol. Kayak dulu tuh something. Dulu tuh sama Chanyeol sama Baekhyun beli.
Peneliti	Oh beli kamu beli?
Informan AR	Iya. Tapi liat dulu brandnya. Kalau brandnya bagus ya beli. Kalau brandnya enggak, itu sama aku kayak liat dari tipenya gak beli.
Peneliti	Oh gitu. Dulu kamu suka EXO. Sekarang suka siapa?
Informan AR	Semuanya sih suka.
Peneliti	Multifandom?
Informan AR	Multifandom.
Peneliti	Tapi yang paling kamu suka EXO? Apa beda?
Informan AR	Iya EXO. EXO, BLACKPINK.
Peneliti	NCT suka gak?
Informan AR	NCT suka. Tapi sekarang karena ada boykot gitu kan. Mungkin kayak menurun-menurun.
Peneliti	Oh gitu. Iya sih. narsumku juga gitu kemarin. Temen ku kan kemarin tuh suka banget NCT kan. Dia awalnya suka NCT juga. Iya. Tapi karena boykot-boykot dia gak ngikutin lagi. Terus pindah ke ENHYPEN gitu.
Informan AR	Disayangkan sekali. Padahal dia tuh hype-nya berat di Indonesia kan.

Peneliti	Iya.
Informan AR	Banyak fansnya kan.
Peneliti	Iya. Terus mereka tuh kayak..
Informan AR	Emang sih. lagi dihujat. Sekarang Mark itu juga gitu gak sih?
Peneliti	Iya. Tapi kan dia ke Indonesia sekarang. Bukan sekarang sih kemarin gitu. Yang konser.
Informan AR	Tapi ada sih fans yang masih denial gitu. Tapi juga ada juga yang gak mendukung sama sekali. Kayaknya aku tipe yang.. Iya itu tipe-tipe yang.. Kalau salah ya salah gitu. Jangan denial. Kayak apa ya? Jangan denial. Mereka kan juga udah dewasa kan.
Peneliti	Iya masa kita yang mau ingetin? Apalagi yang lebih tau dari kita gitu kan. Kita masih 2000-berapa gitu.
Informan AR	Mereka kan udah 90-berapa.
Peneliti	Masa kita mau negur yang kayak.. Lu udah bukan anak kecil gitu. Gak usah dikasih tau.
Informan AR	Emang sih.
Peneliti	Berarti kamu kalau.. Apa ya? Kalau mau beli sesuatu tuh kayak emang ditabung dulu gitu ya?
Informan AR	Iya ditabung dulu.
Peneliti	Berarti kamu bisa ya kayak ngontrol diri kamu ya?
Informan AR	Bisa, bisa. Kalau keinginannya besar banget. Pasti aku bisa.
Peneliti	Oh bisa-bisa. Pasti bisa ya. Gak pernah, gak pernah lost control?
Informan AR	Gak pernah, gak pernah lost control.
Peneliti	Alhamdulillah ya.
Informan AR	Alhamdulillah ya gak pernah.
Peneliti	Kan biasanya impulsif ada yang impulsif gitu.
Informan AR	Iman aku kuat Kak. Alhamdulillah.
Peneliti	Menurut kamu? Dampak dari kamu tuh nerapin kayak.. Cara kamu ngontrol diri, cara kamu nabung atau apa? Kayak dampaknya ke kamu, ke uanganmu, ke diri kamu gitu?
Informan AR	Yang pastinya lebih apa ya.. Lebih bisa ngerem gitu loh. Dulu kan itu gak bisa, gak yang impulsif. Ya mungkin aku punya uang, kadang-kadang masih kayak fomo. Tapi kan gak sesering gitu ya kan? Kayak masih bisa ngerem gitu. Terus juga jadi lebih apa ya.. Uangnya tuh gak lost.
Peneliti	Iya, Iya gak los.
Informan AR	Jadi kayak bisa buat kebutuhan. Ini butuh gak ya? Ini butuh gak ya? Bisa ngontrol diri lah. Jadi emang kayak yaudahlah. Kalo gak dapet yaudah. Kita cari yang lain lagi langsung beli deh gitu.

	Iya. Kita menghibur diri. Menghibur diri. Terus dampaknya ya emang gitu ya. Salah satunya kayak keuangan kita lebih itu ya.. Lebih ke.. Lebih itu ya.. Lebih apa namanya? Lebih stabil gitu ya. Biar buat kebutuhan lain.
Peneliti	Kendalanya apa? Kendalanya pas kamu kayak.. Mau nahan diri buat gak beli. Terus kayak.. Mau nabung dulu. Kendalanya apa sih?
Informan AR	Perasaan itu sih... Perasaan takut habis. Takut habis. Kadang tuh mikir kayak.. Apa pakai uangku yang sekarang aja ya gitu. Tapi nanti ke depannya aku makan apa gitu. Bingung ya? Bingung. Bimbang. Satunya kayak.. Takut kehabisan. Satunya takut-takut gak makan. Itu manusiawi gak sih?
Peneliti	Iya.
Informan AR	Tapi tetep makan ya lebih tetep makan. Walaupun sedih kayaknya, udah gak apa-apa sedih. Tapi kadang masih sedih liat orang tuh kayak..
Peneliti	kamu habis banyak gini. Boleh minta uang lebih gak? gak dimarahin?
Informan AR	Enggak. gak dimarahin. gak bilang butuhnya buat apa, habis beli ini gitu. Berapa harganya segitu? Tuh nggak. Wah dimarahin sih. Gak bakal dikirimin lagi.
Peneliti	Oh gitu. Kirain enggak. Yang sebetulnya kamu bilang buat apa aja sih?
Informan AR	Misal ada skincare yang habis nih. Uangnya kurang gitu. Kadang dikirimin.
Peneliti	Oke. Keren sih keren. Nih ya. Pertanyaan terakhir. Kamu sebagai k-poper yang udah berpengalaman beli ini. Terus kayak udah lama ya jadi K-popers juga. Ada nasihat kamu buat mereka. K-popers yang kayak.. Juga punya keinginan kayak kamu.
Informan AR	Kayak pengen beli-beli gitu, nabung dulu kalo gak ada uang. Nabung ya. Ya kalo merchandise itu kan sebenarnya bukan.. Bukan itu ya.. Kebutuhan. Tapi keinginan. Lengkapi dulu lah kebutuhan kamu.
Peneliti	Oh ya gitu ya.
Informan AR	Baru, baru self reward kan. Iya self rewardnya. Jangan sering-sering lah self reward. Yang penting makan dulu.
Peneliti	Itu gak? Pengen.. Pengen.. Apa ya? Ikut konser gak?
Informan AR	Konser-konser gitu? Pengen. Tapi war nya itu sih. Iya kan? War nya kayak kadang ribut.
Peneliti	Sekarang kamu.. Sekarang kamu.. Di.. Di.. Fandom apa? Yang pengen banget kamu ikut konser?

Informan AR	BLACKPINK sih.
Peneliti	BLACKPINK udah gak sih kemarin?
Informan AR	Iya. Tapi aku belum.. Belum bisa. Belum sampe ya.
Peneliti	Selain BLACKPINK? Kan BLACKPINK udah gitu. Ada gak?
Informan AR	Lagi? Ya.. EXO.
Peneliti	Iya. Comebacknya kapan?
Informan AR	Gak tau. Ini juga gak lengkap kan.
Peneliti	Iya. Tapi udah nabung gak?
Informan AR	Udah-udah nabung.
Peneliti	Udah nabung ya?
Informan AR	Udah nabung beli albumnya.
Peneliti	Beli albumnya aja? Sama kan tiket konsernya? Udah nabung?
Informan AR	Tapi konsernya itu loh. Kalo ada. Kalo gak ada?
Peneliti	Tapi albumnya udah?
Informan AR	Albumnya insya Allah bisa beli.
Peneliti	Oke. Oke udah gitu aja mungkin. Terima kasih.
Informan AR	Sama-sama. Gila sih.

Wawancara bersama informan FA

Penutur	Transkrip Percakapan
Peneliti	Oke Mbak, silakan untuk perkenalan terlebih dahulu.
Informan FA	Oke, perkenalkan nama saya FA, dipanggil A. Untuk umur, umur di 21 tahun, asal universitas dari Universitas Muhammadiyah Malang, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen.
Peneliti	Mbaknya Kpopers, sejak kapan jadi Kpopers?
Informan FA	Kpopers itu dari awal-awal masuk SMA, itu tahun 2018 sampai 2019an.
Peneliti	Tau Kpop dari mana sih?
Informan FA	Tau Kpop itu ya dari temen-temen FOMO, awal-awal ya juga ngejudge juga. Ngejudge dan tiba-tiba ya juga-juga ke Kpopers.
Peneliti	Group pertama kali itu suka apa?
Informan FA	Pertama kali untuk grup itu sih pasti BTS, The One Only.
Peneliti	Oh BTS, biasanya siapa?
Informan FA	Biasnya itu Jimin, awal-awal BTS. Taunya dari temen gitu.

Peneliti	Tau BTS, apa kayak lewat di TikTok gitu?
Informan FA	Ya kalau itu udah nyari-nyari tau di Instagram, TikTok. Weverse kan dulu. V-live.
Peneliti	Kalau sekarang suka sama siapa?
Informan FA	Sekarang Mark dari NCT.
Peneliti	Tapi kan Mark banyak unitnya.
Informan FA	Lebih ke NCT itu lebih suka ke NCT Dream, lebih ngikutin yang NCT Dream.
Peneliti	Kalau NCT yang lain masih belum ya?
Informan FA	Biasa aja, gak terlalu ngikutin banget.
Peneliti	Sukanya ke NCT itu kenapa?
Informan FA	Sukanya karena ganteng-ganteng, imut-imut, dan kiut-kiut. Umurnya juga ya sepanjaran juga sih. Kan 2003, Jisung. Juga lagunya cocok juga. Saya juga cocok.
Peneliti	Kan mbaknya beli perintilan K-pop ini itu sumber pendapatannya dari mana?
Informan FA	Sumber pendapatan itu jajan dari orang tua.
Peneliti	Asli dari orang tua? Gak kerja, gak freelance? Atau pakai KIP?
Informan FA	No, no, no. Pure dari orang tua, jajan dari orang tua. Dan juga ada hadiah dari teman-teman ulang tahun dikasih perintilan-perintilan.
Peneliti	Biasanya dikasih orang tua itu berapa?
Informan FA	Satu juta. Kalau kuliah ya, kalau SMA itu dulu per minggu.
Peneliti	Per minggu berapa?
Informan FA	Per minggu 50 sampai 100 gitu.
Peneliti	Sekarang kuliah itu satu juta?
Informan FA	Iya, satu juta. Kadang kalau ada tambahan itu satu juta setengah mungkin lah. Kurang lebih satu juta setengah mungkin.
Peneliti	Oh, beda sama kosnya?
Informan FA	Iya, beda sama kos. Tapi untuk satu juta setengah itu udah semua. Semua kayak kebutuhan. Kebutuhan-kebutuhan sehari-hari.
Peneliti	Kalau abis-abis tinggal minta apa kayak tunggu bulan selanjutnya?
Informan FA	Dari dulu-dulu sih... Dulu-dulu gak tuh... kemarin-kemarin pasti apa ya? Kayak ada tabungan sendiri gitu.
Peneliti	Oh, ada tabungan sendiri. Tabungan sendiri. Jadi kalau dikirim itu langsung dipetakin?

Informan FA	Enggak juga. Ditaruh di bank dulu. Nanti kalau ada tabungan, baru ditaruh di bank lainnya dulu. Kayak dana gitu.
Peneliti	Oh, sisanya?
Informan FA	Sisanya langsung dipindah.
Peneliti	Dipindah?
Informan FA	Dipindah. Biar tidak kecampur dengan uang jajan.
Peneliti	Kalau rata-rata pengeluarannya berapa?
Informan FA	Pengeluarannya per bulan, apa untuk K-pop?
Peneliti	Untuk semuanya. Untuk kebutuhan, keinginan.
Informan FA	Rata-rata pengeluarannya... Gak berbeda ya kalau skincare udah habis. Ya, banyak. Belum tentu juga sih kalau impulsif buying. Ya, Rp1.500.000 habis.
Peneliti	Oh, Rp1.500.000 habis satu bulan itu. Oh, gak tentu berarti?
Informan FA	Gak tentu berapanya. Tapi biasanya.
Peneliti	Biasanya itu sisanya berapa?
Informan FA	Sisa.... Paling sisanya itu ya cuma Rp300.000-Rp200.000. Gak sampai Rp2.700.000. Paling Rp300.000-Rp200.000.
Peneliti	Oke. Kamu ada perencanaan keuangan gak?
Informan FA	Gak ada.
Peneliti	Gak ada? Gak ada sama sekali. Oh, cuma tabungan itu aja?
Informan FA	Iya, tabungan.
Peneliti	Tabungan biasa ya? Gak main saham, reksadana?
Informan FA	Gak ada.
Peneliti	Cuma tabungan biasa?
Informan FA	Iya. Pengen investasi tapi belum. Masih belum.
Peneliti	Cara kamu mengalokasikan dananya itu gimana? Kan kamu dikirim Rp1.500.000 lah. Itu kayak buat apa aja gitu?
Informan FA	Ya, buat jajan sehariannya. Terus beli-beli semacam kebutuhan mandi, skincare gitu. Paling banyak sih lebih ke jajan.
Peneliti	Oh, jajan sama makan. Gak masak.
Informan FA	No No.
Peneliti	Oke. Lebih banyak kamu makan?
Informan FA	iya.
Peneliti	Kalau beli-beli kayak k-pop ini?
Informan FA	Kalau beli k-pop itu sekarang jarang.
Peneliti	Jarang? Kalau dulu?
Informan FA	Kalau dulu sering.

Peneliti	Biasanya berapa pengeluaran buat k-pop? 200-300?
Informan FA	K-Pop.. 200-300....Setengah juta mungkin.
Peneliti	Oh my god.
Informan FA	Iya gak sih? photocard segitu.
Peneliti	Itu sering atau jarang?
Informan FA	jarang. Kalau baru ngelarin photocard album-album gitu, beli photocardnya aja gak sampai ke albumnya.
Peneliti	Oh, oke. Bagaimana kamu ngelola keuanganmu biar balance antara kebutuhan sama beli barang-barang k-pop itu gimana?
Informan FA	Gak pernah. Cara mengelola tah?. Apa lagi?
Peneliti	Kalau misal mau beli barang k-pop, Kan kamu dikirim. Nah itu kayak cara ngelolanya gitu, biar gak kecampur gitu loh.
Informan FA	Oh, kalau cara mengelola itu pasti tetap kecampur. Tetapi kecampurnya itu gak sama tabungan. Kalau tabungan itu pasti aku di e-wallet. Kayak dana. Kalau kebutuhan-kebutuhan itu di bank BRI.
Peneliti	Nah kalau ini? Ini kan bukan kebutuhan?
Informan FA	Maksudnya buat yang impulsif-impulsif lain itu di bank BRI. Buat jajan-jajan k-pop semuanya itu di bank BRI. Masuk ke uang jajan. Berarti kayak jadi satu gitu. Gak dibuat tabung.
Peneliti	Maksudnya kalau mau beli barang k-pop itu gak ditabung dulu?
Informan FA	Enggak.
Peneliti	Enggak? langsung beli?
Informan FA	Iya.
Peneliti	Kayak kalau misalnya, kan suka NCT Dream ya. Misalnya NCT Dream ini ngeluarin photocard terbaru atau album terbaru. Tapi itu beneran keren, bagus. Kayak kamu pengen banget gitu. Tapi kamu lagi gak ada duit. Maksudnya tinggal dikit gitu. Tapi kamu beli gak?
Informan FA	Enggak. Enggak beli. Paling ya kalau pengen banget-banget kebangetan mungkin jastip. Jastip mungkin bulan depan.
Peneliti	Tapi kemarin-kemarin itu gak pernah?
Informan FA	Enggak. Kalau emang gak ada, gak beli.
Peneliti	Bisa itu ya, kayak bulan depan.
Informan FA	Iya, pake jastip. Lihat-lihat dulu.
Peneliti	Oke, oke, oke. Keren, keren. Kalau misalnya uangmu habis buat beli barang k-pop itu dimarahin gak? Atau kamu gak bilang?
Informan FA	Gak pernah bilang.
Peneliti	Gak pernah bilang?

Informan FA	Dan orang tua gak pernah tau.
Peneliti	Tapi kayak misalnya habis gitu ditanyain gak?
Informan FA	Ditanyain.
Peneliti	Kok cepet habis gitu?
Informan FA	Iya, ditanyain. Tapi ya kan ngertinya buat jajan-jajan.
Peneliti	Oh...
Informan FA	Paling ya kalau cuma k-pop kan gak ngerti harganya berapa.
Peneliti	Iya.
Informan FA	Dan itu pun gak pernah tau harganya berapa. Orang rumah. Mama dan ayah juga.
Peneliti	Oke, oke. Ngerti, paham-paham. Kalau misalnya ini udah datang barangnya sama kamu di evaluasi gak? Kayak kamu ini belinya berapa? Kayak misalnya ini 200. Sama kamu kayak, aduh aku nyesel belinya 200 gitu. Atau gak?
Informan FA	Gak pernah.
Peneliti	Gak pernah? K-popers sejati.
Informan FA	Maksudnya kan, weh k-popers kepengen ya kenapa harus menyesal. Kan itu sudah memuaskan diri sendiri.
Peneliti	Oh, gak pernah dievaluasi.
Informan FA	Gak ya, weh. Kalau udah beli ya udah. Kenapa sih?
Peneliti	misalnya udah ini 200 ribu. Kayak misalnya mau beli lagi sama kamu gak dikurangin gitu.
Informan FA	Kenapa? nggak.
Peneliti	Misalnya terakhir kamu beli harganya 200 ribu. Terus, bulan depan tuh mereka comeback lagi gitu. Jadi kamu beli. Nah, harganya 300. Nah, kamu tuh kayak gak mengevaluasi yang kemarin. Kemarin 200, sekarang 300 gitu. Tapi kamu pengen beli gitu.
Informan FA	Owalah... Tapi biasanya sih perbulan itu NCT Dream photocardnya gak terlalu beda-beda banget.
Peneliti	Oh, gitu.
Informan FA	Jadi gak terlalu biasa aja. Gak dievaluasi-evaluasi banget gitu.
Peneliti	Oke. Tapi itu ya, gak di-evaluasi.
Informan FA	Yang penting kalau udah datang, diterima. Gak ada yang menyesal. Tidak boleh menyesal.
Peneliti	Semua narasumber aku ga ada yang menyesal. K-popers sejati.
Informan FA	Tidak boleh menyesal.

Peneliti	Eh, tapi kalau misalnya pas kamu beli itu, kamu belinya kayak langsung gitu? Atau kayak nyari dulu?
Informan FA	Nyari apa?
Peneliti	Nyari jastip.
Informan FA	Iya, nyari jastip dulu.
Peneliti	Apa emang udah ada jastip yang biasanya kamu beli?
Informan FA	Kalau SMA itu jastip, kan belum ngerti. Kayak web, Vlive, Weverse itu kan belum. Baru kuliah, awal-awal-awal itu beli di Weverse, photocard-photocard gitu.
Peneliti	Oh, beli sendiri? Di Weverse?
Informan FA	Tapi kan sekarang udah enggak. Udah enggak dulu.
Peneliti	Beli di Weverse itu berapa biasanya?
Informan FA	Ah, kamu kepo sekali. Itu ya cuman photocard-photocard aja.
Peneliti	Iya, berapa sih?
Informan FA	Berapa ya, lupa. 400? ya, sekitaran segitu.
Peneliti	Oke, mahal ya di Weverse.
Informan FA	Iya.
Peneliti	Kenapa gak beli albumnya? Kan albumnya bisa buat fancall.
Informan FA	Enggak dulu albumnya. Lebih mahal. Lebih mahal, guys.
Peneliti	Kalau misal, aku ajak kamu ke K-pop store. Kamu langsung masuk, langsung beli enggak?
Informan FA	Lihat-lihat dulu. Kalau misal ada yang cocok beli paling.
Peneliti	Oh beli. Apa begini, lihat, terus pulang, beli di Shopee gitu?
Informan FA	Biasanya ini.... Langsung... Kalau aku begitu, langsung buka ini. Terus baru lihat di offline-nya, di popstore-nya itu. Bandingin harga. Lebih murah di online, beli online. Sekarang offline jarang. Lebih sering online. Paling offline itu gantungan kunci, gitu-gitu. Dulu, SMA.
Peneliti	Mau ke konser gak?
Informan FA	Pengen. Tapi konsernya BTS.
Peneliti	Oh, BTS. Bukan NCT Dream?
Informan FA	Karena BTS itu... Pertama kali boygroupnya.
Peneliti	2026 lah katanya.
Informan FA	Iya.
Peneliti	Udah nabung belum?
Informan FA	Nabungnya itu... Belum. Masih 0,05. Belum sama sekali. Belum untuk kepikiran itu. Tapi pengen. Pengen nonton BTS itu.

Peneliti	Cara kamu biar gak boros gimana?
Informan FA	Gak boros? Iya. Mikir-mikir dua kali. Maksudnya ngapain juga beli-beli banyak-banyak photocard. Kan pasti setiap bulan, setiap hari sering keluar kan photocard itu sama-sama juga. Foto-foto yang sama-sama juga. Gini-gini. Juga sama-sama ganteng. Cuma beda latar belakangnya.
Peneliti	Cuma beda konsepnya aja.
Informan FA	Iya, konsepnya aja. Tapi ya kadang konsep terbaru itu lebih bagus. Tapi tidak boleh karena harga. Sama-sama bagus.
Peneliti	Oh, berarti kayak mikir-mikir gitu ya. Gak selalu beli.
Informan FA	Gak selalu beli. Tidak selalu beli.
Peneliti	Kalau sama itu, biar gak boros buat sehari-harinya? Buat jajannya? Karena kamu sering jalan, gak sih?
Informan FA	Itu... Lebih borosnya itu lebih ke jajan. Kalau ke sehari-hari itu kan biasanya anak-anak itu beda-beda. Kalau ada yang boros ke baju, outfit gitu. Nah, aku boros ke jajan. Nah, untuk outfit itu aku jarang wes bajunya itu-itu. Tapi lewat jajan itu gak ini, gak bisa. Tapi borosnya itu masih mikir juga. Tapi gak sehari itu, ya kalau udah lebih gak ini, gak jajan. Kalau udah ada targetnya segitu, gak jajan.
Peneliti	Targetnya berapa biasanya?
Informan FA	Paling sesuai ini.... Gak tentu sih. Paling Rp50.000. Kadang sampai Rp100.000 targetnya itu.
Peneliti	Sehari?
Informan FA	Rp50.000-Rp60.000. Sehari itu Rp50.000-Rp60.000 jajannya. Kalau udah lebih wes segitu, cukup. Tapi kadang lebih... Lebih baik Rp20.000 sehari ya.
Peneliti	Oke. Berarti kamu ada kesadaran diri?
Informan FA	Betul sekali. Kesadaran diri itu baik.
Peneliti	Menurut kamu dampak dari kamu menerapkan cara kamu ngelola keuangan apa?
Informan FA	Dampak kebaikan?
Peneliti	Dampaknya ke kamu atau keuanganmu. Kalau kamu gak boros, gak impulsif.
Informan FA	Kalau gak boros, dampaknya pengen menabung banyak-banyak tabungan untuk jalan-jalan lagi. Untuk jalan-jalan pengen kemakmuran dan untuk barang-barang yang dipengen banget.
Peneliti	Betul. Kalau kekamunya. Dampaknya kekamunya sendiri.
Informan FA	Lebih stabil. Soalnya gak boros. Merasa bangga kalau gak boros. Merasa bangga. Bangga-bangga sekali.

Peneliti	Ada hutang gak?
Informan FA	Gak.
Peneliti	Pay later?
Informan FA	Gak.
Peneliti	Jadi walaupun kamu suka jalan-jalan, kamu masih bisa hidup sentosa.
Informan FA	Betul. Tidak boleh hutang.
Peneliti	Kendalanya apa? Biar kamu gak boros. Kan kamu pengen gak boros. Kendalanya itu apa?
Informan FA	Kendalanya itu buat gak boros.... Kendalanya di semester akhir ini untuk gak boros itu ngopi untuk nugas.
Peneliti	Oh ngopi.
Informan FA	Karena nugas di kamar itu beda-beda orang. Sering bosen juga di kamar itu. Lihat keluar, tapi boros. Tapi lihat keluar itu gak bosen enak. Bisa nugas itu enak.
Peneliti	Kendalanya itu ya.
Informan FA	Dan juga kondangan akademik yang semakin banyak.
Peneliti	Terakhir sebagai Kpopers yang berpengalaman yang pernah beli ini semua, apa nasihat kamu buat para Kpopers yang sama seperti kamu lah, suka beli-beli.
Informan FA	Jangan terlalu banyak beli-beli. Eh, gak apa-apa sih. Gak apa-apa. Sesuai kebutuhan saja. Maksudnya, ya gak apa-apa. Boleh juga memuaskan diri juga. Tapi ya jangan terlalu banyak juga. Pikirlah, orang tuamu yang bekerja, enak. Begitu saja.
Peneliti	Gak ada kepikiran buat freelancer? Gak kepikiran mau kerja? Kayak part-time?
Informan FA	Pengen, tapi masih terkendala. Aku pernah part-time, cuma berapa bulan. Kayak semacam magang, tapi dapet uang.
Peneliti	Berapa bulan? Tiga bulan? Empat?
Informan FA	Gak ngerti berapa. Lupa.
Peneliti	Dapet berapa magang?
Informan FA	Aku part-time satu hari, paling tiga jam. Itu pun satu minggu ada tiga kali, dua kali. Gak setiap hari. Rp250.000.
Peneliti	Per bulan?
Informan FA	Gak. Itu tiga bulan atau berapa bulan, segitu langsung. Bayar akhirnya. Rp150.000 Rp250.000 Jadi kasir.
Peneliti	Udah itu doang? Gak mau kerja lagi?
Informan FA	Kalau kerja aku terkendala di kendaraan.
Peneliti	Iya.

Informan FA	Maksudnya mau kerja kan juga di sini sama aja.
Peneliti	Kalau habis sidang mau nyari kerja gak?
Informan FA	Istirahat dulu, niatnya aku mau S2.
Peneliti	Langsung S2?
Informan FA	Iya. Niatnya begitu.
Peneliti	Gak apa-apanya. Nasihatnya dikit banget.
Informan FA	Nasihat apa? Tidak usah nasihat lagi. Udah sesuai.
Peneliti	Berarti kamu gak pernah nyesel?
Informan FA	Gak boleh nyesel. Soalnya kita selalu pengen beli ini, gak boleh nyesel. Tidak ada penyesalan. Tidak boleh. Emang ada yang nyesel?
Peneliti	Gak ada. Semua anak-anak narasumberku gak ada yang nyesel.
Informan FA	Hebat mereka. Tidak boleh nyesel.

Lampiran 4 Hasil Validasi Informan Kunci

Penutur	Transkrip Percakapan
Peneliti	Halo mbak,. Btw, bisa perkenalan dulu ga?
Informan VN	Oh, oke. Aku VN, salah satu ketua komunitas K-Pop di Malang dan seller merch K-Pop juga.
Peneliti	Oh ya, mbak di fanbase apa ya? EXO-L ga sih seingetku?
Informan VN	Iya, betul.
Peneliti	Oke oke. Jadi ketua nih dari kapan si mbak?
Informan VN	Kalau ketua itu dari 2019 ya, bareng pas aku buka usaha merch ini. Tapi aku suka K-Pop udah dari lama sih. 2013 apa 14 gitu, pas awal-awal debut EXO.
Peneliti	Oh.. oke okee.. Btw anggota nya berapa si mbak
Informan VN	Lumayan sih. Kalau di grup itu 900-an lebih. Udah ga muat. Rencananya mau buat grup lagi gitu.
Peneliti	Itu aktif semua? Ada yang mahasiswa ga?
Informan VN	Campur, ada yang mahasiswa, anak sekolah yang SMP, SMA gitu ada yang kerja juga.
Peneliti	Paham paham. Oh ya mbak, kemarin aku ngirim temuan skripsiku. Menurut mbak gimana? Relevan ga? Kan mbak ketua komunitas, menurutku tau lah kondisi anggota.
Informan VN	Iya iya. Kalo aku baca kemarin itu ya relevan sih. Kayak pola konsumsi kebutuhan makan, itu kan kebutuhan pokok. Bukan Cuma penggemar K-Pop aja yang butuh. Semua orang juga. Terus kebutuhan perawatan diri kayak mandi sama skincare. Itu juga relevan. Apalagi mayoritas anggotaku itu cewek. Pasti penampilan nomor satu. Iya ga sih?
Peneliti	Iya benar mbak
Informan VN	Terus di keinginan membeli produk K-Pop. Ya kan kita penggemar K-Pop pastinya ada keinginan buat beli. Aku aja kadang capek karena list pesanan banyak banget.
Peneliti	Hehe.. bener-bener mbak. Trus kalo yang strategi itu gimana?
Informan VN	Kalau yang strategi ini, bisa dibilang relevan. Karena cara orang kan beda-beda buat ngatur duitnya, tapi yang aku baca dari skripsimu kek menabung, dan lain-lain itu emang yang sering dilakuin mayoritas penggemar yaa.. jadi relevan sih.
Peneliti	Oh gitu mbak. Kalau yang implikasi gimana?
Informan VN	Yang implikasi..... relevan juga, cuma yang paling kerasa di bagian keuangan yang stabil ini sih. Kayak lebih kerasa gitu

	pengaruhnya. Kek lega juga kan kalau duitnya masih banyak, wahahaa...
Peneliti	Owalah.. gitu mbak, jadi yang meningkatkan kendali diri sama rasional dalam berbelanja kurang relevan?
Informan VN	Bukan kurang ya, lebih ke apa si namanya.... ke.. itu, ini kan dari pengalaman pribadi, jadi bisa dibilang dari sudut pandang masing-masing. Jadi aku ga bisa bilang ini kurang relevan. Karena aku sendiri lihat anggotaku ga secara mendalam juga. Keuangan kan privasi. Jadi aku lihat dari perilaku luarnya aja. Misal ada event yang di adakan buat ultah member EXO, nah itu ga semuanya dateng. Biasanya mereka izin di grup atau CP aku. Ada yang bilang belum ada duitlah dan semacetemnya. Dan itu ga bisa kita paksain. Nah, dari situ kan keliatan ada yang nahan diri buat ga ikut karena keuangan lagi ga ada. Kan termasuk relevan sih sama temuanmu.
Peneliti	Paham paham mbak. Berarti implikasi ini bisa dibilang relevan. Tapi yang paling krusial itu di keuangan yang stabil.
Informan VN	Iya betul. Kek lebih terasa gitu.
Peneliti	Oke mbak, ada tambahan lagi ga sama temuanku ini?
Informan VN	Ga ada sih. Kalau dari aku ya...
Peneliti	Oke mbak. Makasih ya buat waktunya
Informan VN	Eh, udah tah?
Peneliti	Iya, hehe. Makasih ya mbak
Informan VN	Iya sama-sama. Maaf ya ga bisa nemuin langsung. Aku udah di rumah soalnya.
Peneliti	Oke mbak gapapa.
Informan VN	Okee... aku tutup yaa
Peneliti	Iyaa...

Lampiran 5 Lembar Kegiatan Selama di Lapangan

Hari/Tanggal	Narasumber	Uraian Kegiatan yang Dilakukan
03 November 2025	Mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang (21)	Melakukan wawancara bersama narasumber di perpustakaan pusat kampus 1 Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
07 November 2025	Mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang (19)	Melakukan wawancara bersama narasumber di gedung B kampus 1 Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
10 November 2025	Mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang (22)	Melakukan wawancara bersama narasumber di fakultas tarbiyah kampus 1 Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
19 November 2025	Mahasiswa Universitas Negeri Malang (21)	Melakukan wawancara bersama narasumber di tempat tinggal (kos) peneliti di Jalan Sumbersari
20 November 2025	Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang (21)	Melakukan wawancara bersama narasumber di tempat tinggal (kos) narasumber di Jalan Sunan Kalijaga

Lampiran 6 Biodata Peneliti

BIODATA PENELITI

Nama Lengkap : Inarothul Huda
Tempat, tanggal lahir : Sampang, 28 September 2003
Alamat Asal : Dusun. Duk Timur, Desa Ketapang Daya, Kecamatan Ketapang, Kabupaten. Sampang
Alamat Kos : Jalan Sumbersari, sumbersari, lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur, 65141
Telepon/Hp : 082134724730
E-mail : inarothulhuda40@gmail.com

Pendidikan Formal

2006-2009 : TK Kemala Bhayangkari 98 Ketapang
2009-2015 : SDN Sotabar I
2015-2018 : MTS Al-Mujtama'
2018-2021 : MA Al-Mujtama'
2021-2025 : Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Pendidikan Non Formal

2009-2015 : Madrasah Diniyah Darul Ulum II
2015-2018 : Madrasah Diniyah Wustha Al-Mujtama'
2018-2021 : Madrasah Diniyah Ulya Al-Mujtama'
2015-2021 : Taklim Al-lail Lil Banaat Al-Mujtama'

- 2022-2023 : Ma'had Sunan Ampel Al-Aly UIN Maliki Malang
- 2022-2023 : Program Khusus Perkuliahan Bahasa Arab UIN Malik Ibrahim
Malang
- 2022-2023 : *English Language Center (ELC)* UIN Maliki Malang

Pengalaman Organisasi

- Bendahara Umum Association Dingy Skipper of Media Dakwah Al-Mujtama' (ANDROMEDA) 2017-2018
- Bendahara Divisi Keamanan Organisasi Santri Putri Al-Mujtama'(OSIA) 2021-2022
- Anggota HRD Himpunan Mahasiswa Program Studi (HMPS) Manajemen UIN Malang 2023-2024
- Wakil Divisi Public Relation Investor Saham Pemula (ISP) Malang 2024-2025

Aktivitas dan Pelatihan

- Peserta dalam acara *Future Management Training* (FMT) Fakultas Ekonomi UIN Malang Tahun 2022
- Peserta seminar Manajemen Fiesta (MANFEST) dengan tema “Sinergitas Generasi Muda Indonesia di Era Digital Sebagai Upaya Pemulihian Ekonomi Menuju Indonesia 2045” oleh HMPS Manajemen Fakultas Ekonomi UIN Malang Tahun 2022
- Peserta dalam pelatihan desain Canva oleh DEMA Fakultas Ekonomi UIN Malang dengan tema “*Building Skill and Creativity with Graphic Design*” Tahun 2023
- Peserta dalam kegiatan edukasi keuangan Ngopi Kuy! (Ngobrol Pintar Seputar Keuangan Yuk!) dengan tema “Mahasiswa Cerdas? Wajib Ngerti Keuangan Digital!” bersama OJK dan UIN Maliki Malang Tahun 2023

- Peserta dalam pelatihan desain Canva oleh DEMA Fakultas Ekonomi dengan tema “*Building Skill and Creativity with Graphic Design*” Tahun 2023
- Peserta dalam pelatihan Entrepreneur oleh HMPS Manajemen fakultas Ekonomi UIN Malang dengan tema “*Creative and Innovative as Young Generation’s Mindset in Digital Transformation Era*” Tahun 2023
- Peserta dalam pameran Diklat Lanjutan bersama UKM Jhepre Club UIN Malang dengan tema “*Natural and Human Expression*” Tahun 2024
- Peserta dalam kegiatan pelatihan *entrepreneurship* oleh BEM Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMM Malang Tahun 2024
- Peserta dalam kegiatan pelatihan *FEST Goworld Asia Futurpreneur Selection Program* oleh FEST Goworld kolabiasi bersama BEM Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMM Malang Tahun 2024
- Peserta dalam kegiatan *Training Public Speaking* oleh FEST Regional Malang bersama BEM Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMM Malang Tahun 2024
- Peserta seminar nasional dalam acara *Future Entrepreneur Summit* Malang oleh oleh FEST Regional bersama BEM Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMM Malang Tahun 2024
- Peserta dalam acara webinar *Self Development* dengan tema “Milenial Mastery: Navigasi Diri Menuju Puncak Potensi” oleh FEST Management BEM Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMM Malang Tahun 2024
- Peserta seminar nasional dengan tema “Investasi Berkah, Masa Depan Cerah: Peran Reksa Dana Syariah dalam Pengelolaan Dana Haji dan Peluan Karir Masa Depan di Dunia Investasi” oleh UIN Malang Tahun 2025
- Panitia dalam kegiatan sosialisasi Kerja Kuliah Mahasiswa dengan tema “Parenting Cerdas, Stunting Tuntas” bersama Kampung Baru, Desa Wonosari, Malang Tahun 2024
- Panitia dalam kegiatan *Future Management Training* (FMT) dengan tema “*Improving Creative and Sustainable Business Decisions with AI and Predictive Analytics*” oleh HMPS Manajemen Fakultas Ekonomi UIN Malang Tahun 2024

- Panitia dalam acara Manajemen Fiesta (MANFEST) dengan tema “*Improving Creative and Sustainable Business Decisions with AI and Predictive Analytics*” oleh HMPS Manajemen Fakultas Ekonomi UIN Malang Tahun 2024
- Panitia dalam kegiatan pelatihan analisis keuangan dengan tema “Menigkatkan Keahlian Analisis Keuangan Dasar untuk Pengambilan Keputusan yang Strategis” oleh HMPS Manajemen Fakultas Ekonomi UIN Malang UIN Maliki Malang Tahun 2024
- Panitia dalam acara *Management Got Talent* dengan tema “*Take The Chance and Chase Your Dream*” oleh HMPS Manajemen Fakultas Ekonomi UIN Malang UIN Maliki Malang Tahun 2024
- *Master of Ceremony* dalam kegiatan *Boothcamp* dengan tema “*Education & Career in The Capital Market Industry*” oleh Investor Saham Pemula 2024

Lampiran 7 Bukti Konsultasi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI
Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

JURNAL BIMBINGAN SKRIPSI

IDENTITAS MAHASISWA:

NIM	220501110143
Nama	: Inarothul Huda
Fakultas	: Ekonomi
Program Studi	: Manajemen
Dosen Pembimbing	: Mega Noerman Ningtyas, M.Sc
Judul Skripsi	: STRATEGI PENGEMAR K-POP DALAM MENGELOLA KEUANGAN PRIBADI (Sebuah Pendekatan Fenomenologi Mahasiswa di Kota Malang)

JURNAL BIMBINGAN :

No	Tanggal	Deskripsi	Tahun Akademik	Status
1	1 September 2025	Bimbingan outline dan judul	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
2	3 September 2025	Penetapan outline dan judul	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
3	15 September 2025	Revisi Outline	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
4	17 September 2025	Bab 1 dan bab 2 awal	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi

5	24 September 2025	Revisi Proposal	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
6	28 September 2025	Bab 1,2,3	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
7	1 Oktober 2025	Revisi bab 1,2,3	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
8	4 Oktober 2025	Revisi proposal akhir	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
9	16 Oktober 2025	Revisi Proposal	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
10	24 Oktober 2025	Revisi Proposal Akhir	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
11	28 Oktober 2025	Proposal Akhir	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
12	5 November 2025	Bimbingan Bab IV	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
13	19 November 2025	Bimbingan bab IV	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
14	26 November 2025	Bab IV	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
15	3 Desember 2025	Perbaikan Pembahasan	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi

16	11 Desember 2025	Revisi paparan data dan pembahasan	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
17	12 Desember 2025	Bab IV dan V akhir	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
18	16 Desember 2025	Skripsi final	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi

Malang, 16 Desember 2025

Dosen Pembimbing



Mega Noerman Ningtyas, M.Sc

Lampiran 8 Surat Keterangan Bebas Plagiarisme



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG FAKULTAS EKONOMI
Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Puji Endah Purnamasari, M.M
NIP : 198710022015032004
Jabatan : UP2M

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Inarothul Huda
NIM : 220501110143
Konsentrasi : Manajemen Keuangan
STRATEGI PENGEMAR K-POP DALAM MENGELOLA KEUANGAN
Judul Skripsi : **PRIBADI**
(Sebuah Pendekatan Fenomenologi Mahasiswa Di Kota Malang)

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut dinyatakan **LOLOS PLAGIARISM** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originality report*:

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATION	STUDENT PAPER
15%	12%	6%	12%

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 15 Desember 2025



Puji Endah Purnamasari, M.M