

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Generasi Z, yang lahir antara 1997 hingga 2012, merupakan generasi yang tumbuh di tengah pesatnya perkembangan teknologi digital dengan kemudahan akses terhadap berbagai informasi melalui media sosial. Generasi Z juga dikenal sebagai *digital natives* karena terbiasa menggunakan internet, handphone, dan berbagai *platform digital* dalam kehidupan sehari-hari. Aplikasi seperti Instagram, TikTok, dan YouTube tidak hanya berperan sebagai hiburan, tetapi juga sebagai media edukasi, khususnya dalam meningkatkan pengetahuan keuangan (Yanto et al., 2021). Generasi Z berhubungan dengan teman sebaya, dimana teman sebaya memiliki peran dalam mengambil keputusan keuangan dan cara berpikir.

Perilaku keuangan mahasiswa, khususnya pada Generasi Z, menggambarkan bagaimana individu merencanakan dan mengelola keuangan pribadi untuk kebutuhan sehari-hari maupun untuk tujuan jangka panjang. Perilaku keuangan penting untuk diperhatikan oleh mahasiswa, karena mahasiswa mulai dihadapkan pada tanggung jawab dalam mengatur pendapatan, pengeluaran, menabung, berutang, dan berinvestasi (Napitupulu et al., 2021). Namun, membentuk perilaku keuangan yang sehat tidak mudah, karena mahasiswa berada pada tahap peralihan menuju kemandirian sehingga mudah dipengaruhi oleh faktor eksternal maupun faktor internal, seperti teman sebaya, media sosial, serta minimnya literasi keuangan (Mardianah & Iramani, 2021). Oleh karena itu,

mengukur perilaku keuangan mahasiswa penting dilakukan untuk mengetahui sejauh mana mereka mengelola dana yang terbatas, serta bagaimana pendidikan atau kebijakan dapat membantu membentuk kebiasaan keuangan.

Teman sebaya, merupakan individu yang memiliki usia dan latar belakang sosial yang relatif sama, yang secara tidak langsung dapat memengaruhi gaya hidup dan keputusan keuangan seseorang. Dalam lingkungan sosial, mahasiswa seringkali mengikuti perilaku dan keputusan keuangan teman mereka, melalui interaksi informal, tekanan sosial, dan keinginan untuk diterima dalam kelompok. Hal ini dapat membentuk kebiasaan baru dalam keuangan hal konsumsi, menabung, ataupun berinvestasi. Penelitian Yanto et al., (2021) menunjukkan teman sebaya terbukti dapat mempengaruhi dalam pengambilan keputusan keuangan melalui interaksi dan rekomendasi informal.

Media sosial telah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari para mahasiswa Generasi Z yang hampir sepenuhnya terhubung secara digital. Berbagai *platform* seperti TikTok, Instagram, YouTube, dan Twitter tidak hanya digunakan untuk hiburan, tetapi juga digunakan untuk memperoleh informasi mengenai keuangan, investasi, gaya hidup, dan edukasi keuangan. Banyak *influencer* maupun praktisi keuangan banyak membagikan konten edukatif yang menarik dan mudah dipahami. Konten tersebut dapat membentuk pandangan bahkan memengaruhi keputusan keuangan mahasiswa, baik secara sadar maupun tidak sadar. Penelitian Yanto et al., (2021) menunjukkan bahwa media sosial berperan penting dalam menyebarkan informasi keuangan baik dari berbagai sumber seperti tokoh public, *influencer*, maupun *platform digital* yang memengaruhi sikap mahasiswa. Hasil ini

diperkuat oleh penelitian Safitri & Dewa, (2022), menegaskan bahwa penggunaan media sosial secara signifikan memengaruhi perilaku pengelolaan keuangan pada kalangan Generasi Z.

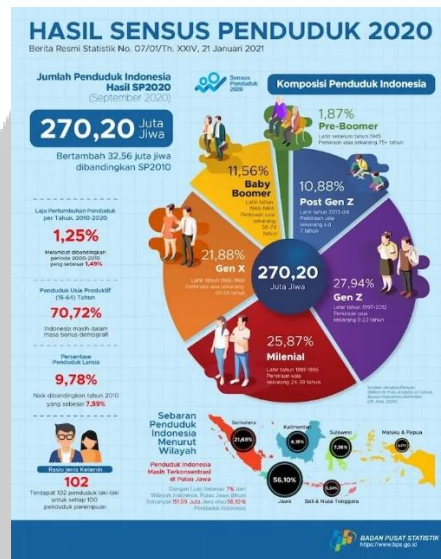
Pengetahuan keuangan merupakan dasar utama yang dapat memengaruhi cara seseorang dalam merespon informasi keuangan dan mengambil keputusan keuangan. Idris et al., (2023) menyatakan bahwa kemampuan mengelola penghasilan, menyusun anggaran, menabung, dan berinvestasi merupakan keterampilan penting yang mencerminkan tingkat literasi keuangan seseorang. Hasil ini diperkuat oleh penelitian Indiana & Safitri, (2024) menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan memiliki peran penting dalam membentuk perilaku keuangan yang bijak, terutama di kalangan mahasiswa yang mulai mengelola keuangannya sendiri. Mahasiswa yang memiliki pemahaman keuangan yang baik cenderung memiliki perilaku keuangan yang lebih terencana dan bertanggung jawab.

Selain faktor eksternal seperti teman sebaya dan media sosial, pendidikan juga memiliki peran penting dalam membentuk perilaku keuangan mahasiswa. mahasiswa terdapat 2 macam, yaitu mahasiswa bisnis, dan mahasiswa non bisnis. Mahasiswa yang berasal dari program studi ekonomi dan bisnis umumnya mendapatkan informasi yang lebih luas terhadap konsep pengelolaan keuangan, investasi, dan juga risiko yang ada, sehingga mampu menerapkan prinsip keuangan. Pengetahuan yang diperoleh dapat membantu mahasiswa dalam menyusun anggaran, mengendalikan pengeluaran, dan menentukan prioritas keuangan dengan terencana. Sebaliknya, mahasiswa dari jurusan non bisnis cenderung belajar

mengenai keuangan secara mandiri, baik melalui pengalaman pribadi ataupun media sosial, sehingga tingkat pengetahuan dan perilaku keuangan mahasiswa sering kali berbeda.

Penelitian yang dilakukan oleh Bomantara et al., (2023) bahwa terdapat perbedaan signifikan dalam perilaku keuangan antara mahasiswa fakultas bisnis dan non bisnis. Mahasiswa yang berada dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis memiliki tingkat literasi keuangan yang berbeda dengan , karena mahasiswa bisnis memperoleh informasi dan memahami terkait dengan keuangan melalui kegiatan akademik maupun organisasi yang diikuti. Sedangkan mahasiswa dari fakultas non bisnis umumnya memperoleh pengetahuan keuangan dari media sosial dan seminar eksternal, serta memperlihatkan kecenderungan yang lebih besar terhadap perilaku konsumtif dan gaya hidup hedonis. Hasil tersebut sama seperti hasil penelitian Rafinda & Gal, (2020) bahwa mahasiswa bisnis memiliki tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi dibandingkan mahasiswa non bisnis. Selain itu, penelitian Ijaz et al., (2022) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap inklusi keuangan, khususnya pada indikator akun formal dan tabungan formal. Namun, literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap pinjaman formal. Temuan ini menegaskan bahwa pendidikan berperan penting dalam membentuk kemampuan individu dalam mengatur dan mengelola keuangan pribadi

Berdasarkan pada Hasil Sensus Penduduk 2020 dari Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah penduduk pada Generasi Z memiliki porsi terbesar yaitu 27,94% atau sekitar 75,49 juta jiwa dari total 270,20 juta penduduk. Hasil Sensus Penduduk 2020 disajikan dalam Gambar 1.1., sebagai berikut:



Sumber: www.bps.go.id Hasil Sensus Penduduk pada September 2020

Gambar 1.1. Hasil Sensus Penduduk 2020

Besarnya jumlah Generasi Z menunjukkan bahwa memiliki potensi dalam membangun ekonomi, karena memiliki karakteristik yang adaptif terhadap teknologi dan inovasi digital. Namun, banyaknya jumlah populasi Generasi Z juga menimbulkan tantangan baru, terutama dalam hal kesiapan dalam mengelola keuangan secara bijak ditengah arus informasi dan gaya hidup konsumtif yang ditawarkan oleh media sosial. Oleh sebab itu, penting untuk memahami bagaimana pengetahuan keuangan, teman sebaya, dan penggunaan media sosial memengaruhi perilaku keuangan Generasi Z, khususnya di kota Surabaya yang menjadi kota pendidikan dan digitalisasi ekonomi.

Kota Surabaya dipilih sebagai lokasi penelitian karena salah satu kota dengan jumlah mahasiswa yang tinggi serta akses teknologi dan internet yang luas. Mahasiswa di Surabaya juga aktif dalam menggunakan media sosial dan layanan keuangan digital. Penelitian Yusup & Hongdiyanto, (2023) yang meneliti Generasi

Z di Surabaya menyatakan generasi ini memiliki akses internet yang tinggi dan berperan dalam literasi keuangan digital, sehingga menunjukkan kecenderungan kuat dalam menggunakan teknologi keuangan digital dalam perilaku keuangannya. Hal tersebut menjadikan Surabaya sebagai tempat untuk mengkaji bagaimana Generasi Z membentuk perilaku keuangannya.

Berdasarkan dari berbagai hasil penelitian terdahulu, studi lanjutan diperlukan, khususnya pada mahasiswa yang ada di wilayah Surabaya, untuk memperdalam pemahaman mengenai bagaimana **“Pengaruh Teman Sebaya, Media Sosial, Pengetahuan Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Generasi Z di Surabaya”**, serta untuk memeriksa perbedaan antara mahasiswa fakultas bisnis dan non bisnis dalam perilaku keuangannya. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam menyusun strategi edukasi keuangan yang tepat sasaran dan efektif untuk meningkatkan literasi keuangan pada kalangan mahasiswa.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan pada sub bab sebelumnya, maka rumusan masalah yang dapat diambil:

1. a.) Apakah teman sebaya berpengaruh positif terhadap penggunaan media sosial mahasiswa Generasi Z Fakultas Bisnis di Surabaya?
- b.) Apakah teman sebaya berpengaruh positif terhadap penggunaan media sosial mahasiswa Generasi Z Fakultas Non Bisnis di Surabaya?
2. a.) Apakah teman sebaya berpengaruh positif terhadap pengetahuan keuangan mahasiswa Generasi Z Fakultas Bisnis di Surabaya?

- b.) Apakah teman sebaya berpengaruh positif terhadap pengetahuan keuangan mahasiswa Generasi Z Fakultas Non Bisnis di Surabaya?
- 3.a.) Apakah penggunaan media sosial berpengaruh positif terhadap pengetahuan keuangan mahasiswa Generasi Z Fakultas Bisnis di Surabaya?
- b.) Apakah penggunaan media sosial berpengaruh positif terhadap pengetahuan keuangan mahasiswa Generasi Z Fakultas Non Bisnis di Surabaya?
4. a.) Apakah media sosial berpengaruh positif terhadap perilaku keuangan mahasiswa Generasi Z Fakultas Bisnis di Surabaya?
- b.) Apakah media sosial berpengaruh positif terhadap perilaku keuangan mahasiswa Generasi Z Fakultas Non Bisnis di Surabaya?
5. a.) Apakah pengetahuan keuangan berpengaruh positif terhadap perilaku keuangan mahasiswa Generasi Z Fakultas Bisnis di Surabaya?
- b.) Apakah pengetahuan keuangan berpengaruh positif terhadap perilaku keuangan mahasiswa Generasi Z Fakultas Non Bisnis di Surabaya?
6. Apakah terdapat perbedaan perilaku keuangan antara mahasiswa Generasi Z Fakultas Bisnis dan Non Bisnis di Surabaya?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan penelitian mengacu pada rumusan masalah yaitu :

1. a.) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh teman sebaya terhadap penggunaan media sosial mahasiswa Generasi Z Fakultas Bisnis di Surabaya

- b.) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh teman sebaya terhadap penggunaan media sosial mahasiswa Generasi Z Fakultas Non Bisnis di Surabaya
2. a.) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh teman sebaya terhadap pengetahuan keuangan mahasiswa Generasi Z Fakultas Bisnis di Surabaya
 - b.) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh teman sebaya terhadap pengetahuan keuangan mahasiswa Generasi Z Fakultas Non Bisnis di Surabaya
 3. a.) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh pengguna media sosial terhadap pengetahuan keuangan mahasiswa Generasi Z Fakultas Bisnis di Surabaya
 - b.) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh pengguna media sosial terhadap pengetahuan keuangan mahasiswa Generasi Z Fakultas Non Bisnis di Surabaya
 4. a.) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh pengguna media sosial terhadap perilaku keuangan mahasiswa Generasi Z Fakultas Bisnis di Surabaya
 - b.) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh pengguna media sosial terhadap perilaku keuangan mahasiswa Generasi Z Fakultas Non Bisnis di Surabaya
 5. a.) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh pengetahuan keuangan terhadap perilaku keuangan mahasiswa Generasi Z Fakultas Bisnis di Surabaya
 - b.) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh pengetahuan keuangan terhadap perilaku keuangan mahasiswa Generasi Z Fakultas Non Bisnis di Surabaya
 6. Untuk menguji dan menganalisis perbedaan perilaku keuangan antara mahasiswa Generasi Z Fakultas Bisnis dan Non Bisnis di Surabaya

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagi Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya

Diharapkan penelitian ini dapat dipublikasikan dalam artikel ilmiah serta dapat digunakan sebagai referensi tambahan yang berisi perilaku keuangan mahasiswa sehingga dapat memperkaya bidang manajemen khususnya manajemen keuangan.

2. Bagi Masyarakat

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi masyarakat, dapat memberikan pemahaman mengenai pengaruh media sosial, teman sebaya, pengetahuan keuangan terhadap perilaku keuangan mahasiswa di Surabaya.

3. Bagi Penulis

Penelitian memberikan manfaat bagi penulis untuk memahami pengaruh media sosial, teman sebaya, pengetahuan terhadap perilaku keuangan.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan dalam mengembangkan penelitian yang sejenis. Penelitian ini juga sebagai memperluas variabel, perbandingan wilayah, ataupun kelompok generasi yang berbeda.

1.5. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dijabarkan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Membahas mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini membahas mengenai landasan teori dan penelitian terdahulu yang digunakan sebagai bahan acuan penelitian, landasan teori mengenai permasalahan yang akan diteliti, hipotesis penelitian, dan mapping.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini membahas metode penelitian, termasuk rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi, metode pengambilan sampel, instrument penelitian, data dan prosedur pengumpulan data, uji validitas, perbaikan instrumen penelitian, dan metode analisis data.

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini peneliti menjelaskan hasil dari penelitian dan pembahasan. Hasil dan pembahasan disajikan dalam sub bab terpisah sesuai dengan kebutuhan dan jenis metode penelitian yang digunakan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini meliputi kesimpulan, keterbatasan penelitian, serta saran untuk peneliti selanjutnya.