

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Suatu negara dapat dikatakan berhasil dan sejahtera dalam proses pembangunannya jika telah memiliki pertumbuhan ekonomi yang stabil. Pertumbuhan ekonomi yang stabil akan memberikan dampak yang positif berupa kesejahteraan hidup yang lebih baik bagi seluruh masyarakat di negara tersebut. Pertumbuhan ekonomi suatu negara dapat ditingkatkan dengan adanya kemampuan pengelolaan keuangan yang baik oleh masyarakat di negara tersebut. Strategi pengelolaan keuangan yang efektif sangat penting bagi semua anggota masyarakat, termasuk mahasiswa. Kemampuan manajemen keuangan mahasiswa sangat penting untuk keberhasilan dan retensi akademik mereka secara keseluruhan. Hal ini dapat diperoleh dari berbagai faktor, seperti peningkatan perilaku menabung dan pengurangan perilaku belanja.

Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), kesadaran menabung di kalangan masyarakat Indonesia tergolong cukup rendah, perilaku menabung hanya akan dilakukan apabila terdapat kelebihan pendapatan setelah konsumsi mereka tercukupi. Jika tingkat menabung seseorang rendah, maka perilaku konsumtif akan semakin tinggi. Hal ini dapat mempengaruhi keadaan keuangan seseorang di masa depan, sehingga perilaku menabung perlu ditingkatkan. Salah satunya yaitu dengan memiliki literasi keuangan yang baik. Di era global saat ini, sudah banyak teknologi keuangan yang dijadikan alternatif untuk melakukan

pembayaran di platform digital. Oleh karena itu, literasi keuangan digital sangat diperlukan agar seseorang dapat memahami bagaimana cara mengelola keuangan yang baik di platform digital. Jika seseorang memiliki literasi keuangan digital yang baik, maka perilaku menabung akan semakin meningkat.

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh (Ali et al., 2020) pada Alvara Research, sebagian masyarakat urban milenial di berbagai kota besar Indonesia mengalami kesulitan dalam menabung. Proporsi pengeluaran generasi muda saat ini yang dialokasikan untuk kegiatan menabung hanya mencapai 9,2 persen setiap bulannya. Sedangkan sisanya dihabiskan untuk kebutuhan rutin, biaya telepon, internet, hiburan, dan kegiatan di waktu luang. Rata-rata pengeluaran kebutuhan rumah tangga rutin bulanan warga perkotaan usia 25 hingga 40 tahun mencapai 57 persen dari total pemasukan. Selain itu, mereka berjuang menyiasati inflasi gaya hidup, yakni kondisi perubahan perilaku dan kebiasaan yang membuat pengeluaran terus meningkat seiring dengan bertambahnya penghasilan.

Sebuah survei mengenai perilaku menabung generasi muda juga dilakukan oleh Bank Commonwealth, yang menyatakan bahwa sebesar 53 persen anak muda Indonesia berpendapat bahwa menabung itu mudah, tetapi nyatanya hal itu sangat sulit dilakukan (Prakoso, 2021). Dalam survei tersebut, disebutkan bahwa sebesar 202 juta masyarakat dengan 98 persen populasi memiliki mobile phone dan aplikasi yang paling digunakan oleh generasi muda saat ini adalah media sosial seperti Instagram, Twitter, YouTube, dll. serta aplikasi belanja seperti Tokopedia, Shopee, Lazada, dll. (Prakoso, 2021).

Penelitian yang dilakukan oleh (Zulaika & Listiadi, 2020) menyatakan bahwa mahasiswa pendidikan akuntansi di salah satu universitas di Surabaya rata-rata telah aktif menabung di lembaga keuangan atau bank konvensional. Namun ternyata tidak semua mahasiswa memiliki kebiasaan menabung yang cukup baik, sebagian dari mereka sulit untuk mengatur pengeluarannya dengan baik, serta sulit menahan diri agar tidak berperilaku boros, sehingga membuat motivasi menabung menjadi rendah (Zulaika & Listiadi, 2020). Dalam penelitiannya, (Koloba, 2018) juga menyatakan bahwa penggunaan kartu kredit mempengaruhi kurangnya tabungan di kalangan mahasiswa generasi Y di Afrika Selatan.

Selain menabung, perilaku belanja juga akan mempengaruhi keadaan finansial seseorang di masa depan. Perilaku belanja yang baik merupakan alat penting untuk menentukan kesuksesan finansial seseorang. Perilaku belanja yang baik biasanya didasarkan pada kebutuhan seseorang, bukan semata-mata dari keinginannya saja. Jika seseorang memiliki perilaku belanja yang berlebihan atau tinggi, maka kemampuan seseorang dalam mengelola keuangannya semakin rendah, sehingga hal ini akan mempengaruhi kondisi keuangannya di masa depan menjadi buruk. Salah satu cara yang dapat dilakukan seseorang untuk mengelola keuangan dengan baik serta membantu mereka dalam memprioritaskan pengeluaran berdasarkan kebutuhan adalah dengan membuat rencana pengeluaran pribadi (Bona, 2018). Oleh karena itu, pemahaman mengenai pengelolaan keuangan yang baik sangat diperlukan agar seseorang tidak terus-menerus menghabiskan uangnya secara berlebihan.

Sebuah survei mengenai perilaku belanja pada generasi muda telah dilakukan oleh situs aplikasi riset pasar Indonesia, Populix. Survei yang melibatkan 6.285 responden dari seluruh Indonesia ini menyebutkan bahwa kelompok masyarakat yang paling banyak melakukan kegiatan belanja online adalah kalangan usia milenial dan generasi Z. Mereka yang berusia 18-21 tahun dinyatakan memiliki angka tertinggi dalam aktivitas belanja *online* yaitu sebesar 35 persen, kemudian disusul oleh usia 22-28 tahun yang mencapai 33 persen suara dari responden. Mayoritas konsumen ini berasal dari pulau Jawa (non Jabodetabek) sebesar 40 persen dan 31 persen berasal dari Jabodetabek. Survei ini juga menyebutkan bahwa sebesar 49 persen dari total responden memilih *make up* dan alat-alat kosmetik sebagai produk yang paling sering dibeli saat belanja. Anggaran yang dihabiskan untuk belanja online rata-rata mencapai Rp 50.000 hingga Rp 500.000 dengan metode pembayaran aplikasi keuangan *digital*, transfer bank, *cash on delivery*, dll. (Wardani, 2020).

Perkembangan teknologi keuangan *digital* dan *e-commerce* saat ini juga dapat mengubah perilaku seseorang dalam berbelanja melalui media *online* (Setiawan et al., 2020). Berbagai lapisan masyarakat terutama generasi muda saat ini sudah menerapkan gaya hidup *digital* mulai dari *digital banking*, pembayaran tagihan *online*, sedekah *online*, belanja *online*, hingga akomodasi dan pemesanan hotel *online*. BI mencatat bahwa jumlah uang elektronik yang beredar setiap tahunnya mengalami peningkatan yang cukup signifikan.

TABEL 1. 1

JUMLAH UANG ELEKTRONIK BEREDAR 5 TAHUN TERAKHIR

Periode	Jumlah Uang Elektronik Beredar
2016	51.204.580
2017	90.003.848
2018	167.205.578
2019	292.299.320
2020	432.281.380

Sumber : (Statistik Bank Indonesia, 2021)

Di bidang keuangan, FinTech atau *financial technology* merupakan sebutan atau istilah untuk penerapan teknologi keuangan *digital*. Dalam penelitiannya, (Cobla & Osei-Assibey, 2018) menunjukkan hasil yang signifikan mengenai pengaruh pembayaran *digital* terhadap perilaku belanja pada mahasiswa di Ghana. Ini dikarenakan pembayaran *digital* melalui FinTech dinilai dapat memberikan kemudahan dalam transaksi yang dilakukan oleh penjual dan pembeli sehingga menjadi lebih sederhana dan efisien.

Digital financial literacy (DFL) merupakan literasi keuangan dalam bentuk teknologi keuangan *digital* (Setiawan et al., 2020). Menurut (Prasad et al., 2018), DFL berkaitan dengan pengetahuan sistem belanja dan tabungan melalui pembayaran *online*. FinTech sendiri merupakan sistem keuangan *digital* yang dapat diakses melalui media teknologi, seperti *smartphone*, komputer, dan media lainnya yang mempunyai internet yang terhubung dengan pembayaran *digital*. Disini, DFL dapat mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan keuangan terkait dengan perilaku menabung dan belanja melalui platform *digital* tersebut. Jika seseorang memiliki tingkat DFL yang tinggi, maka *saving behavior* dan *spending behavior*-nya akan semakin baik (Setiawan et al., 2020).

Dari perspektif teori pembelajaran sosial (*social learning theory*) oleh (Albert Bandura, 1989), seseorang belajar dengan mengamati orang-orang di

sekitar mereka, mengingat bagaimana mereka bertindak, dan kemudian mengaplikasikan perilaku yang diamati tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, melihat cara orang dewasa menabung dan kemudian menggunakan tabungan itu untuk membeli sesuatu yang mereka inginkan, akan menghasilkan gaya penggunaan uang yang serupa di kalangan anak muda. Menurut (Obagbuwa & Kwenda, 2020) kebiasaan dalam berbelanja merupakan perilaku yang dipelajari dari orang tua, seperti bagaimana cara orang tua mengelola uang mereka, dll. Hal ini disebabkan karena orang tua merupakan faktor pendorong yang penting dalam kehidupan anak-anak ketika mereka tumbuh. Kebiasaan belanja positif dan negatif juga tergantung pada kebiasaan orang tua mereka. Selain itu, keluarga dan teman sebaya juga memiliki pengaruh besar pada sikap suatu individu terhadap uang (Hadzic & Mersid, 2014).

Penelitian yang dilakukan oleh (Jeevitha & Priya, 2019) menyatakan bahwa mahasiswa di kota Coimbatore, India ternyata cenderung untuk lebih memilih membelanjakan uang mereka daripada digunakan untuk menabung (Jeevitha & Priya, 2019). Sebagian besar perilaku belanja mahasiswa biasanya digunakan untuk *shopping*, makanan cepat saji, biaya telepon, biaya transportasi, dll. Hal ini mendukung pernyataan (Kiliç & Ateş, 2018) mengenai fakta bahwasanya konsumen yang lebih memilih belanja *online* adalah remaja muda dan kalangan terpelajar. Penelitian (Setiawan et al., 2020) menunjukkan bahwa *digital financial literacy* berpengaruh positif terhadap *saving behavior* dan *spending behavior*. Hal ini sejalan dengan penelitian (Prasetyo et al., 2020) yang menyatakan bahwa *financial literacy* berpengaruh positif terhadap *saving behavior*, serta penelitian

(Putri et al., 2016) yang menjelaskan bahwa terdapat hubungan positif antara *financial literacy* dan *spending behavior*. Namun hasil tersebut tidak sejalan dengan penelitian (Sekarwati & Susanti, 2020) yang menyatakan bahwa *financial literacy* tidak berpengaruh terhadap *saving behavior* dan penelitian (Romadloniyah & Setiaji, 2020) yang menyebutkan bahwa tidak ada hubungan antara *financial literacy* dan *spending behavior*.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang berbeda dan dirasa masih kurang untuk menjelaskan pengaruh *digital financial literacy* terhadap *saving behavior* dan *spending behavior*, sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan topik ini. Peneliti memilih responden dari mahasiswa jurusan Akuntansi di Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya dengan alasan bahwa kehidupan di dalam kampus bisa dikatakan sudah modern dilihat dengan adanya pusat informasi dan pembelajaran mahasiswa yang berbasis *online* (misal : SIMAS, Madepkulon, *E-Library*, dll.). Selain itu, mahasiswa pendatang dari luar kota juga tentunya memiliki tingkat konsumtifitas yang lebih tinggi dibandingkan mahasiswa yang berasal dari Surabaya sendiri.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka penelitian ini diberi judul “Pengaruh *Digital Financial Literacy* terhadap *Saving* dan *Spending Behavior* Mahasiswa Jurusan Akuntansi Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada, maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah *digital financial literacy* berpengaruh terhadap *saving behavior*?

2. Apakah *digital financial literacy* berpengaruh terhadap *spending behavior*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini secara umum yaitu untuk mengetahui tingkat pengaruh *digital financial literacy* terhadap *saving and spending behavior* mahasiswa jurusan akuntansi UHW Perbanas Surabaya. Adapun tujuan penelitian ini berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan sebelumnya, yaitu:

1. Menguji pengaruh *digital financial literacy* terhadap *saving behavior*.
2. Menguji pengaruh *digital financial literacy* terhadap *spending behavior*.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan yang telah dijelaskan, diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak, yaitu:

1. Bagi peneliti

Penelitian ini digunakan sebagai sarana pengembangan kemampuan dalam bidang penelitian dan penerapan teori yang diperoleh saat perkuliahan.

2. Bagi institusi

Penelitian ini digunakan sebagai pengembangan program maupun kepentingan ilmu pengetahuan dalam penelitian karya ilmiah, terutama yang berkaitan dengan perilaku *saving and spending* pada mahasiswa.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber referensi atau acuan untuk penelitian selanjutnya mengenai perilaku *saving and spending*.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Sebagai pedoman, maka penelitian ini akan disusun secara sistematis menjadi beberapa bab dengan uraian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang uraian latar belakang, perumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan dijelaskan beberapa hal mengenai penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini mengemukakan tentang rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, instrumen penelitian, populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel, data dan metode pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian, serta teknik analisis data.

BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini menjelaskan tentang gambaran subyek penelitian, analisis data, dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Bab ini akan menjelaskan tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan saran.