

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang di Asia yang selalu terkena dampak akan adanya revolusi industri. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) revolusi industri merupakan perubahan radikal dalam usaha mencapai produksi dengan menggunakan mesin-mesin, baik untuk tenaga penggerak maupun untuk tenaga pemroses. Menurut Suwardana (2018) revolusi industri merupakan suatu perubahan yang berlangsung begitu cepat dalam pelaksanaan proses produksi, dimana yang semula proses produksi dikerjakan dengan tenaga manusia atau secara manual digantikan oleh tenaga mesin atau secara otomatis.

Saat ini Indonesia memasuki era revolusi industri 4.0. Revolusi industri 4.0 merupakan tren di dunia industri yang menggabungkan teknologi otomatisasi dengan teknologi internet. Revolusi industri 4.0 ditandai dengan suatu perkembangan teknologi yang sangat pesat dan signifikan yang menjadikan dunia saat ini seakan tidak bersekat lagi, jarak yang begitu jauh seakan lenyap dengan kemudahan yang ditawarkan oleh teknologi internet.

Teknologi internet yang merupakan bagian dari revolusi industri 4.0 hadir dengan membawa peluang baru dan memberi tantangan bagi manusia. Revolusi industri 4.0 yang ditandai dengan ter integrasinya internet diberbagai bidang usaha memberikan dampak tumbuhnya berbagai profesi

baru dan bidang pekerjaan yang belum pernah ada sebelumnya (Puspitasari, dkk., 2019). Mau tidak mau, siap tidak siap, tidak ada pilihan lagi selain kita harus beradaptasi dengan cepat dan mengikutinya. Jika kita menyerah atau tidak mampu bersaing maka akan tertinggal dalam sebuah era lama dan tradisional. Sebaliknya, jika kita mampu bersaing dan berpartisipasi aktif di dalamnya, maka kita akan mampu melihat masa depan yang cerah. Setiap individu yang masih ingin mempunyai eksistensi diri dalam kompetisi global harus mempersiapkan mental dan skill yang mempunyai keunggulan persaingan dari lainnya (Suwardana,2018).

Menurut laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2018, sejumlah 171,17 juta dari 264,16 juta orang telah terhubung dan menggunakan internet. Fenomena seperti ini membuat banyak orang yang berpartisipasi dalam era revolusi industri 4.0 akan memanfaatkan keadaan untuk mendapatkan keuntungan yang besar. Masyarakat Indonesia memanfaatkan internet untuk mendapatkan keuntungan dengan cara melakukan bisnis secara *online*. Bisnis seperti ini seringkali disebut dengan *e-commerce*.

*E-commerce* merupakan penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet atau jaringan pertukaran data elektrik, sistem manajemen persediaan dan sistem pengumpulan datanya dilakukan secara otomatis (Malau, 2016:298). Hadirnya *e-commerce* dapat merubah perilaku masyarakat dalam berbelanja, semula masyarakat melakukan transaksi jual beli secara *offline* akan tetapi saat ini cenderung beralih melakukan transaksi jual beli secara *online* dikarenakan kemudahannya. Antusiasnya masyarakat dalam berbelanja

secara *online* membuat bisnis *online* semakin tumbuh subur, dan sekarang hampir semua jenis barang atau jasa yang biasanya ditawarkan di pasar *offline* dapat juga ditemukan di pasar *online* (Pradipta, dkk., 2017).

Indonesia menjadi salah satu negara dengan pertumbuhan *e-commerce* tertinggi di dunia, karena semakin banyaknya pelaku usaha yang mengembangkan usahanya ke arah digital dalam beberapa tahun belakangan ([www.Jawapos.com](http://www.Jawapos.com)). Menurut Kepala Badan Pusat Statistik (BPS) menyatakan bahwa *e-commerce* di Indonesia akan terus tumbuh sekitar 17% dalam 10 tahun terakhir dengan total sekitar 26,2 juta usaha ([www.liputan6.com](http://www.liputan6.com)). Kegiatan jual beli secara *online* yang didorong oleh pertumbuhan industri *e-commerce* di Indonesia turut meningkatkan jumlah pembeli melalui *platform* tersebut. Jumlah *online shopper* pada tahun 2018 meningkat sebesar 11,9% dari total populasi di Indonesia ([www.kompas.com](http://www.kompas.com)). Dari peningkatan jumlah *online shopper* di Indonesia sebesar 11,9% tersebut terdapat pelaku *online shopper* dari berbagai kalangan, salah satunya yaitu kalangan mahasiswa.

Mahasiswa merupakan salah satu generasi milenial yang mana selalu mengikuti kemajuan-kemajuan teknologi dibandingkan dengan generasi lainnya. Mahasiswa sedang berada dalam masa peralihan, dimana dari ketergantungan menuju kemandirian dalam hal keuangannya. Dalam kondisi seperti ini mahasiswa akan memiliki masalah keuangan yang kompleks karena belum terbiasa dan sebagian besar mahasiswa belum memiliki pendapatan sendiri.

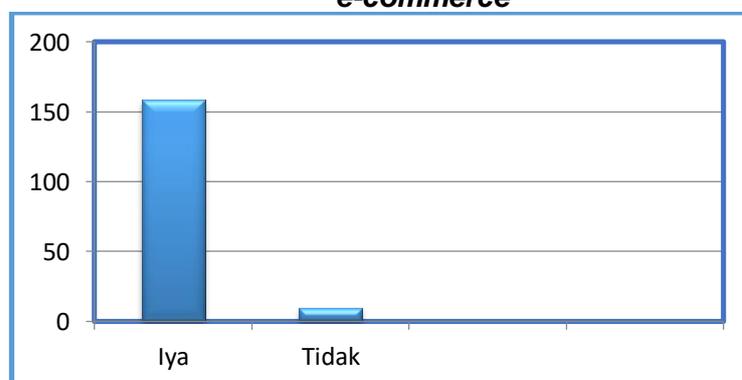
Pada umumnya mahasiswa menerima uang saku dari orang tuanya dalam kurun waktu 1 bulan sekali. Mahasiswa akan diberi kebebasan untuk

membuat keputusan pribadi mengenai keuangannya, yang secara tidak langsung mereka dituntut untuk bagaimana caranya bisa mengelola keuangannya agar bisa memenuhi kebutuhan dan mampu menyisihkan uangnya untuk menabung. Pendapatan uang saku yang diterima untuk digunakan setiap bulannya kemungkinan akan beresiko terjadi suatu masalah. Masalah-masalah yang dihadapi bisa disebabkan karena uang saku habis sebelum waktunya akibat adanya kebutuhan tidak terduga maupun karena pengelolaan keuangan pribadi yang salah.

Penelitian ini akan difokuskan pada mahasiswa akuntansi UPN “Veteran” Jawa Timur. Hal ini dikarenakan mahasiswa akuntansi telah dibekali dengan berbagai macam mata kuliah yang berkaitan dengan materi keuangan. Mahasiswa yang telah dibekali dengan materi keuangan diharapkan mampu menunjukkan perilaku keuangan yang baik, mampu menggunakan uangnya secara bijak dan mampu menabung guna kebutuhan di masa depan.

Berdasarkan survei pendahuluan yang peneliti lakukan dengan mengambil suara sebanyak 169 responden dari mahasiswa aktif Akuntansi UPN “Veteran” Jawa Timur dapat diketahui sebagai berikut :

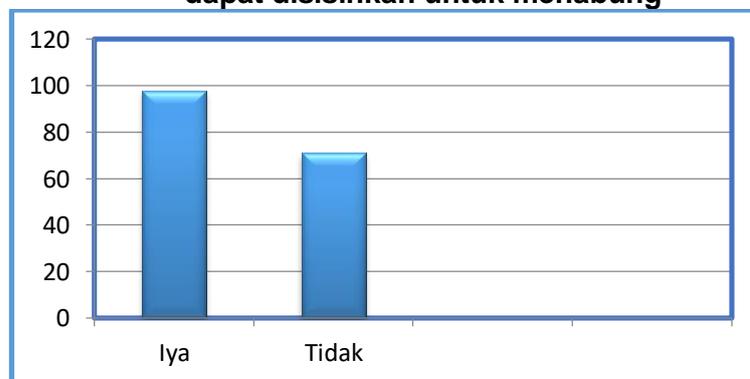
**Diagram 1.1 Berbelanja untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari melalui e-commerce**



Sumber: Lampiran 1

Berdasarkan gambar diagram 1.1 dapat diketahui bahwa mahasiswa aktif Akuntansi UPN “Veteran” Jawa Timur merupakan salah satu pelaku *online shopper* yang melakukan transaksi untuk memenuhi kebutuhannya melalui *e-commerce*, ada sejumlah 159 mahasiswa (94,1%) berbelanja untuk memenuhi kebutuhannya melalui *e-commerce* dan sejumlah 10 mahasiswa (6,5%) tidak berbelanja melalui *e-commerce* untuk memenuhi kebutuhannya.

**Diagram 1.2 Uang saku dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari dan dapat disisihkan untuk menabung**



Sumber: Lampiran 1

Akan tetapi, berdasarkan diagram 1.2 dapat diketahui bahwa terdapat sejumlah 98 mahasiswa (58%) sudah dapat mengelola keuangannya dan masih terdapat sejumlah 71 mahasiswa (42%) belum bisa mengelola keuangannya. Realitas yang terjadi masih terdapat mahasiswa yang belum mampu mengelola keuangannya dengan penggunaan *e-commerce*, hal tersebut dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi bagaimana perilaku keuangan mahasiswa adalah adanya potongan harga yang disediakan penjual pada *e-commerce*. Potongan harga merupakan pengurangan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktivitas tertentu dari pembeli yang menyenangkan bagi penjual (Herman, 2013:54). Dengan adanya potongan harga yang ditawarkan *e-commerce*

dapat membuat mahasiswa lebih hemat dalam berbelanja karena harga barang yang dibeli menjadi lebih murah.

Potongan harga yang menggiurkan sering kali membuat niat berbelanja berubah begitu cepat, dan potongan harga dapat mendorong konsumen agar berbelanja lebih banyak (Nainggolan, 2018). Hal itu didukung oleh Emor dan Soegoto (2015) yang juga menyatakan bahwa potongan harga mampu menarik perhatian konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Hasil lain ditunjukkan pada penelitian Ganawati, dkk. (2019) bahwa konsumen saat ini sering kali berfikir dalam jangka waktu pendek, mereka terbiasa mencari suatu produk dengan harga khusus dan ketika adanya penawaran potongan harga konsumen akan tergiur untuk melakukan pembelian yang tidak terencana (*impulse buying*).

Penawaran menggiurkan lainnya yang dapat ditemukan pada *e-commerce* adalah adanya variasi produk yang disediakan. Variasi produk merupakan rangkaian semua produk dan barang yang diklasifikasikan berdasarkan lebar, pajang, kedalaman, dan konsistensi yang ditawarkan oleh penjual tertentu untuk dijual (Kotler dan Keller, 2016:391). Dengan semakin banyaknya variasi yang ditawarkan, mahasiswa akan tertarik untuk melakukan pembelian dikarenakan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.

Isfiandi dan M.Amin (2019) menyatakan bahwa keinginan dan kebutuhan konsumen berbeda-beda, dengan semakin banyaknya variasi produk yang disediakan, konsumen akan bebas memilih sesuai apa yang dibutuhkan dan diinginkan sehingga dapat memicu konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Pernyataan tersebut didukung oleh Farida dan

Saidah (2016) bahwa konsumen menginginkan berbagai macam variasi produk untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Kedua penelitian tersebut jelas menunjukkan bahwa variasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang konsumen. Namun berbeda halnya dengan penelitian Sunarti dan Chandra (2019) yang menyatakan bahwa produk tidak mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian karena konsumen tidak fokus terhadap berbagai macam variasi produk yang disediakan melainkan konsumen juga mempertimbangkan kualitas dari produk tersebut.

Tindakan mahasiswa dalam mengambil keputusan pembelian akan secara langsung mempengaruhi perilaku keuangannya, karena akan terjadi transaksi pembelian yang mana mengeluarkan pendapatan dari uang saku yang dimiliki. Semakin sering mahasiswa mengambil keputusan pembelian dikarenakan faktor potongan harga dan variasi produk dengan tidak bijak maka akan semakin buruk perilaku keuangan yang ditunjukkan, begitupula dengan sebaliknya. Perilaku keuangan mahasiswa tidak hanya dipengaruhi adanya penawaran-penawaran yang disediakan penjual pada *e-commerce*, melainkan juga dipengaruhi oleh pengetahuan mahasiswa mengenai keuangan. Pengetahuan mahasiswa didapat dari pembelajaran di perguruan tinggi.

Menurut Erawati dan Susanti (2016) pembelajaran di Perguruan Tinggi sangat penting bagi mahasiswa untuk mendapatkan kemampuan mengelola keuangan dan menghadapi masalah keuangan. Pembelajaran yang didapat mahasiswa di Perguruan Tinggi berasal dari mata kuliah yang telah ditempuh. Adapun mata kuliah yang mendukung mahasiswa dalam mengelola keuangan secara tepat seperti Akuntansi Perbankan, Anggaran

Sektor Publik, Akuntansi Perpajakan, Kewirausahaan, Manajemen Keuangan, Akuntansi Keuangan Menengah dan Akuntansi Biaya. Hasil menempuh mata kuliah tersebut mahasiswa diharapkan mampu memahami dan menguasai konsep dasar biaya, sumber-sumber dana, proses pengelolaan dana dan memiliki ketrampilan dasar manajemen dana dalam mengelola keuangan pribadinya, serta mampu melakukan pengendalian juga pengawasan terhadap anggaran bulannya.

Penelitian Saraswati, dkk. (2017) juga mengungkapkan bahwa mahasiswa perlu dibekali pengetahuan dan keahlian di bidang keuangan, karena tanpa bekal pengetahuan tersebut akan memungkinkan mahasiswa dalam melakukan kesalahan pengelolaan uang saku yang didapat semakin besar dan kesejahteraanpun akan sulit tercapai, karena era konsumsi dewasa ini membuat semakin tidak rasionalnya konsumen dalam membeli kebutuhannya, termasuk diantaranya mahasiswa.

Mahasiswa yang mendapatkan pendidikan di Perguruan Tinggi dengan baik dan menerapkannya, maka akan berimbas baik dalam memajemen keuangan pribadinya. Namun hasil penelitian tersebut tidak konsisten dengan hasil penelitian Herawati, dkk., (2018) yang menyatakan bahwa kualitas pembelajaran keuangan tidak berpengaruh secara langsung terhadap financial self efficacy, karena masih kurangnya metode simulasi atau demonstrasi yang diterapkan oleh dosen di kelas, menyebabkan mahasiswa tidak mampu mengaplikasikan teori yang diperoleh di bangku kuliah dengan kehidupan nyata yang dialami.

Berdasarkan penelitian sebelumnya, masih terdapat perbedaan dari hasil penelitian terdahulu dan hanya terdapat penelitian potongan harga dan

variasi produk yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen saja. Hal tersebut membuat peneliti tertarik untuk melihat kembali hubungan pembelajaran di perguruan tinggi terhadap perilaku keuangan mahasiswa dan membuat penelitian baru mengenai potongan harga dan variasi produk terhadap perilaku keuangan mahasiswa dengan menambahkan literasi keuangan sebagai *variable intervening*.

Literasi keuangan merupakan seperangkat keterampilan dan pengetahuan yang memungkinkan individu untuk membuat keputusan dan efektif dengan semua sumber daya keuangan mereka (Manurung dan Lutfi, 2009:24). Erawati dan Susanti (2016) menyatakan dengan memiliki literasi keuangan yang baik maka akan mampu menuntun mahasiswa dalam mengubah pola pikir, perilaku serta tujuannya dalam mengelola keuangan pribadinya. Dalam penelitian Saraswati, dkk. (2017) juga menyatakan, bahwa literasi keuangan yang baik merupakan hal vital untuk mendapatkan kehidupan yang sejahtera, dengan pengelolaan keuangan yang tepat juga ditunjang oleh literasi keuangan yang baik maka taraf kehidupan diharapkan dapat meningkat, hal ini berlaku untuk setiap tingkat penghasilan karena bagaimanapun tingginya tingkat penghasilan seseorang tanpa pengelolaan keuangan yang tepat keamanan finansial pasti akan sulit dicapai.

Alasan peneliti menggunakan literasi keuangan sebagai variabel *intervening* karena pada penelitian-penelitian sebelumnya menggunakan literasi keuangan sebagai variabel independen yang secara langsung dapat mempengaruhi variabel dependen yaitu perilaku keuangan mahasiswa. Seperti pada penelitian Herawati, dkk. (2018) yang menyatakan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh langsung terhadap *financial self efficacy*.

Penelitian tersebut didukung oleh Erawati dan Susanti (2016) bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan positif terhadap perilaku keuangan mahasiswa dan penelitian Saraswati, dkk. (2017) menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan positif terhadap perilaku keuangan mahasiswa, hal ini berarti semakin baik literasi keuangan mahasiswa maka perilaku keuangan mahasiswa yang ditunjukkan akan semakin baik. Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penelitian ini mengangkat judul **“Analisis Perilaku Keuangan Mahasiswa: Literasi Keuangan Sebagai Variabel Intervening.”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah, maka rumusan masalah penelitian adalah pengaruh potongan harga, variasi produk dan pembelajaran di perguruan tinggi melalui literasi keuangan sebagai variabel intervening terhadap perilaku keuangan mahasiswa semester 7 UPN “Veteran” Jawa Timur angkatan 2016.

Berdasarkan permasalahan tersebut, dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah potongan harga memiliki pengaruh terhadap perilaku keuangan mahasiswa dengan literasi keuangan sebagai variabel intervening?
2. Apakah variasi produk memiliki pengaruh terhadap perilaku keuangan mahasiswa dengan literasi keuangan sebagai variabel intervening?
3. Apakah pembelajaran di Perguruan Tinggi memiliki pengaruh terhadap perilaku keuangan mahasiswa dengan literasi keuangan sebagai variabel intervening?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah :

1. Menguji dan menganalisis pengaruh potongan harga terhadap perilaku keuangan mahasiswa melalui literasi keuangan sebagai variabel intervening.
2. Menguji dan menganalisis pengaruh variasi produk terhadap perilaku keuangan mahasiswa melalui literasi keuangan sebagai variabel intervening.
3. Menguji dan menganalisis pengaruh pembelajaran di perguruan tinggi terhadap perilaku keuangan mahasiswa melalui literasi keuangan sebagai variabel intervening.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1 Manfaat Akademis**

1. Pengembangan Ilmu Akuntansi

Memberikan kontribusi tambahan bukti empiris pada pengembangan ilmu akuntansi bidang keuangan, khususnya mengenai pengaruh potongan harga, variasi produk dan pendidikan di Perguruan Tinggi terhadap perilaku keuangan pribadi mahasiswa. Penelitian ini juga menambah wawasan ilmu akuntansi dalam pengetahuan dan kemampuan pengelolaan keuangan, yaitu literasi keuangan.

2. Peneliti

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai uji kemampuan dalam menerapkan teori-teori yang diperoleh dibangku perkuliahan seperti mata kuliah akuntansi perbankan, akuntansi perpajakan, kewirausahaan dan manajemen keuangan.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan terhadap progdi akuntansi sebagai pertimbangan dalam meningkatkan proses pembelajaran di dalam kelas yang lebih efektif dan efisien. Sehingga mahasiswa memiliki bekal yang cukup baik untuk menghadapi masalah mengenai keuangan.