BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi pada era globalisasi kini tentu berdampak signifikan pada tiap sektor kehidupan sehari-hari, khususnya dalam sektor keuangan. Semakin banyak sistem digitalisasi yang berkembang untuk mempermudah proses transaksi. Seiring dengan perkembangan zaman, teknologi informasi membantu manusia untuk memenuhi segala kebutuhan dengan lebih efektif dan praktis (Pratama & Abidin, 2022). Dengan adanya teknologi informasi, transaksi bisa dilaksanakan secara mudah, efektif serta efisien tanpa bertatap muka atau tanpa memberikan uang fisik (*cashless*) (Phung, 2023). Berbagai kebutuhan dapat terpenuhi melalui platform digital seperti *e-commerce*, *e-marketplace*, dan *online webstore* yang sudah dijadikan bagian gaya hidup modernisasi, penawaran beragam produk dan layanan bisa diakses tanpa mengenal waktu, kapanpun dan dimanapun.

Kegiatan belanja *online* tidak bisa dipisahkan dari pemanfaatan alat transaksi digital yakni dompet digital (Pratama & Purnomo, 2023). Era digital telah membawa perubahan signifikan pada sektor keuangan global. Pertumbuhan teknologi digital telah memunculkan berbagai inovasi layanan keuangan yang lebih efisien dan praktis. Digitalisasi perbankan menjadi salah satu transformasi yang memberikan kemudahan akses, efisiensi, dan fleksibilitas kepada pengguna layanan *mobile.* Hal ini menyebabkan sistem pembayaran yang umumnya dilakukan tunai, mulai beralih ke menjadi pembayaran non tunai (*cashless)*

Transformasi keuangan semakin nyata dengan munculnya berbagai aplikasi mobile, yang memudahkan transaksi sehari-hari (Maulana & Khusnudin, 2024). Kemudahan ini mempercepat aktivitas keuangan individu sekaligus bisnis, mendorong banyak toko, restoran, dan cafe yang beralih ke sistem *cashless*. Selain mengurangi risiko kesalahan perhitungan, sistem ini juga lebih ramah lingkungan karena mengurangi penggunaan uang fisik. Salah satu inovasi utama pada era digital saat ini adalah alat uang digital yang diatur oleh Peraturan Bank Indonesia No. 11/12/PBI/2009 dan No. 16/8/PBI/2014 mengenai Uang Elektronik (*Electronic Money*). Pada konteks ini, intensitas penggunaan *mobile banking* kian mengalami perkembangan beriringan dengan kebutuhan kalangan masyarakat akan pelayanan finansial keuangan secara cepat, praktis dan aman.

Definisi uang elektronik berasaskan Bank Indonesia (2020), yakni dijadikan alat pembayaran dengan nilai tersimpan basis elektronik pada media server atau *chip*. Berasaskan istilah Otoritas Jasa Keuangan (2015), *Mobile banking* yakni pelayanan digital perbankan sehingga nasabah dimungkinkan bertransaksi secara digital kapan saja melalui aplikasi di telepon seluler (*smartphone*). *Mobile banking* memudahkan transaksi dengan fitur "*scan*", namun terkadang membuat penggunanya semakin boros. Adapun fitur lainnya seperti rekap keuangan dan analisis transaksi yang membantu pengguna mengelola keuangannya dan untuk mengatur intensitas penggunaan layanan ini. *Mobile banking* aktif digunakan oleh konsumen dari berbagai kalangan, salah satunya adalah mahasiswa.

Menjadi bagian dari generasi Z, mahasiswa sangat sering menggunakan perangkat digital dalam aktivitas sosial sehari-hari (Fitriyadi dkk., 2023). Karena aktif menggunakan *smartphone,* mahasiswa cenderung memilih untuk menggunakan *mobile banking* dalam mengelola uang saku, biaya kuliah, biaya hidup sehari-hari, terutama untuk mahasiswa yang tinggal jauh dari rumah atau kota asal. *Mobile banking* memberikan solusi yang sangat praktis dan efisien guna pemenuhan kebutuhan keseharian. Namun, tidak semua mahasiswa mempunyai kognitif literasi terkait keuangan yang cukup dalam menggunakan *mobile banking.*

Otoritas Jasa Keuangan (2020) mendefinisikan literasi keuangan yakni pemahaman kognitif ataupun kemampuan seorang individu terkait pengelolaan keuanganya sehingga berdampak akan pengambilan putusan dan tata kelola finansial individu. Berasaskan Survei Literasi Keuangan Nasional Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tahun 2022 sebagaimana tertulis Portal (Otoritas Jasa Keuangan, 2024), skala literasi finansial keuangan kalangan masyarakat Indonesia kini meraih angka 49,68%, indeks literasi terjadi peningkatan sejak 2019 hanya sejumlah 38,03%. Penelitian Pratama & Abidin (2022) menegaskan bahwasanya literasi keuangan tidak berdampak signifkan akan sikap konsumtif mahasiswa. Temuan lainnya berbeda yang menegaskan bahwasanya literasi keuangan digital memiliki peranan pada kebiasaan finansial mahasiswa, baik dalam menabung, berbelanja, atau berinvestasi (Clarence & Pertiwi, 2023). Hal ini menunjukkan masih terdapat inkonsistensi dari penelitian terkait literasi keuangan sehingga perlu diteliti lebih lanjut.

Literasi keuangan mencakup berbagai keterampilan dan pemahaman tentang aspek keuangan yang memungkinkan seseorang mengelola serta memanfaatkan uangnya untuk meningkatkan kualitas hidup, salah satunya melalui *budgeting* (Yuhertiana & Sucianah, 2021). *Budgeting behavior* adalah proses mengalokasikan sebagian atau seluruh sumber daya keuangan individu ke dalam berbagai kategori, dengan tujuan memantau pengeluaran dan menyesuaikannya dengan kebutuhan yang telah diperkirakan di masa depan (Phung, 2023). Pengetahuan literasi keuangan membantu individu mengelola dan merencanakan keuangan secara optimal untuk mencapai tujuan finansial (Fuadi & Trisnaningsih, 2022). Riset OCBC dan Nielsen IQ Indonesia (2022) menunjukkan bahwa 85,6% dari generasi muda memiliki kondisi finansial yang kurang sehat akibat tidak mencatat penganggaran, dan hanya 46% dari generasi muda yang memiliki perencanaan keuangan. Temuan tersebut merujuk akan urgensi edukasi keuangan secara optimal bagi generasi muda supaya bisa meraih stabilitas finansial pada masa depannya.

Menurut *Theory of Planned Behavior* (TPB) oleh Ajzen (1991), sikap individu disebabkan 3 faktor utama. Sikap pada perilaku, dimana seorang mahasiswa yang mempunyai intelektual terkait literasi keuangan yang baik akan menyokong pemanfaatan *mobile banking* secara bijak dan menghindari transaksi konsumtif. Norma subjektif, dimana pengaruh keluarga dan teman sebaya membentuk keputusan mahasiswa dalam menerapkan *budgeting behavior.* Kontrol perilaku yang dirasakan, dimana gaya hidup yang konsumtif dan kurangnya *budgeting* meningkatkan risiko penggunaan *mobile banking* secara

berlebihan. Dengan demikian, intensitas penggunaan *mobile banking* dipengaruhi oleh literasi keuangan, norma sosial dan persepsi kontrol keuangan mahasiswa.

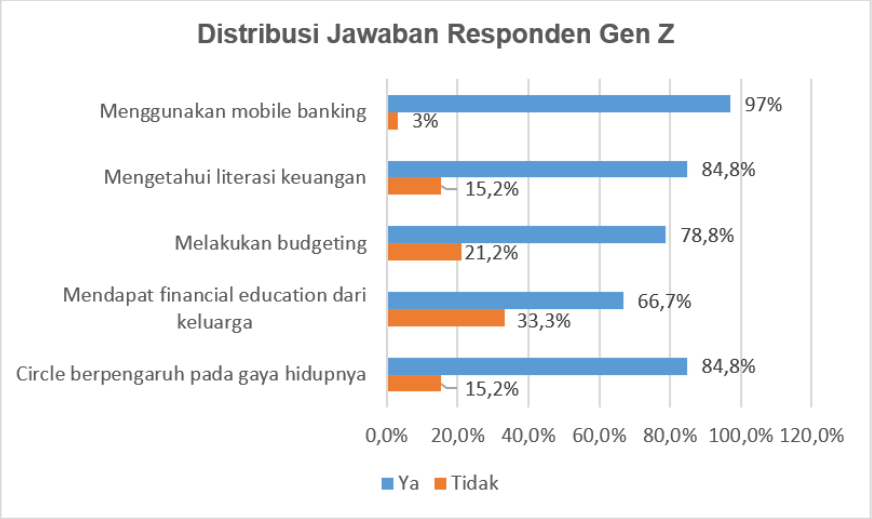
Penelitian ini bertujuan memahami bagaimana faktor-faktor tersebut memengaruhi perilaku keuangan mahasiswa. Gaya hidup atau *lifestyle* sangat berpengaruh dalam pengelolaan keuangan mahasiswa. Pada penelitian Yudha & Yulianthini (2022) menunjukkan *lifestyle* berpengaruh pada cara seseorang menghabiskan waktu dan uangnya, sehingga *lifestyle* berdampak signifikan dalam menentukan keputusan pembelian. Temuan penelitian Kamil & Islamiah (2020) menegaskan bahwasanya gaya hidup berdampak positif sinifikan akan intesnsitas pemanfaatan layanan *mobile payment*. Manakala seorang mahasiswa mempunyai *lifestyle* tinggi, akan sangat dimungkinkan pengeluarannya lebih besar mengikuti gaya hidupnya yang menyebabkan kondisi keuangannya kurang stabil.

Hal ini ditunjukkan dengan meningkatnya fenomena pinjaman *online* di kalangan mahasiswa, dimana banyak dari mereka terlibat hutang yang sulit dilunasi guna pemenuhan kebutuhan yang tidak sebanding akan kemampuan finansialnya. *Mobile banking* menjadi alat untuk mendukung transaksi gaya hidup, sementara pinjaman *online* digunakan untuk menutupi kekurangan dana akibat konsumsi berlebihan. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara pengetahuan keuangan dan perilaku konsumsi. Umumnya, mahasiswa akuntansi memiliki pemahaman keuangan yang baik, sehingga diharapkan lebih menyadari tentang literasi keuangan dan menerapkan *budgeting* dalam mengelola keuangannya. Di sisi lain, *Influence of family and peers* juga berpengaruh pada mahasiswa dalam menentukan *lifestyle*-nya.

Pada penelitian yang telah dilakukan Antoni (2023), menunjukkan bahwa struktur keluarga memiliki peran dalam cara anak mengelola keuangannya sendiri. Keluarga berperan sebagai *Influence model* utama dalam membentuk kebiasaan finansial anak melalui keterbukaan dalam edukasi keuangan, *budgeting*, dan menabung sejak dini (Phung, 2023). Pendidikan keuangan dalam keluarga membantu anggota keluarga dalam mengelola pendapatan dan pengeluaran dengan lebih baik (Suhartini & Renanta, 2019). Namun tidak semua individu dibekali tentang edukasi cara mengelola keuangan yang baik, terutama mereka yang dibesarkan dalam keluarga yang tidak utuh, sehingga berisiko memiliki pemahaman keuangan yang salah (Widyakto dkk., 2022). Akibatnya, mereka cenderung lebih konsumtif dan kurang terkontrol dalam penggunaan *mobile banking* untuk transaksi yang tidak terencana.

Influence *of peers* berdampak pada gaya hidup seseorang. Teman sebaya berperan dalam membentuk cara berpikir, persepsi, dan tindakan seseorang (Yanto dkk., 2021). Proses sosialisasi ini melibatkan perbandingan sosial, individu cenderung menyesuaikan gaya hidup & kebiasaan mereka dengan teman-temannya yang berpengaruh pada keputusan keuangan individu dan intensitas penggunaan *mobile banking* (Nafis & Kasturi, 2023). Hal ini juga dipicu oleh fenomena yang marak di kalangan generasi Z yaitu *Fear of Missing Out* (FoMO) (Hendrawan, 2024), dimana memiliki perasaan takut tertinggal orang lain sehingga mendorong individu untuk berusaha mengikuti tren agar tetap terhubung yang mengutamakan keinginan daripada kebutuhannya (Akbari dkk., 2021).

Berdasarkan hasil survei pra-penelitian melalui penyebaran kuesioner terhadap 33 mahasiswa PTS yang dilakukan penulis pada Januari 2025, data pada diagram poin 1 menunjukkan bahwa 97% responden generasi Z aktif menggunakan *mobile banking* untuk berbagai transaksi keuangan dan hanya 3% yang tidak. Namun, pada diagram poin 2 mengungkap bahwa meskipun 84,8% responden memiliki pengetahuan tentang literasi keuangan, masih ada 15,2% yang belum pemahaman terkait konsep dasar keuangan misalnya kegiatan menabung, investasi serta pengelolaan utang. Sementara itu, diagram 3 mencatat 78,8% responden menerapkan *budgeting* untuk pengelolaan keuangan, tetapi 21,2% lainnya tidak memiliki pengelolaan anggaran yang baik. Hal ini mengindikasikan bahwa banyak generasi Z yang kurang memahami literasi keuangan dan cenderung mengabaikan pentingnya *budgeting*.



Gambar 1.1 Diagram Jawaban Responden Survei Pra-Penelitian

Sumber: Data diolah (Penulis, 2025)

Di sisi lain, dalam hal pendidikan keuangan di keluarga, pada diagram poin 4, hanya 66,7% responden yang menerima *financial education* dari keluarga mereka, masih banyak yang tidak mendapat hal tersebut sebanyak 33,3% responden. Hal ini menunjukkan bahwa tidak semua keluarga memberikan pendidikan keuangan kepada anaknya sebagai bekal untuk mengelola keuangan. Lingkungan teman sebaya juga memengaruhi gaya hidup responden, yang dijelaskan dalam diagram poin 5 bahwa 84,8% responden menegaskan bahwasanya teman sebaya (*circle*) turut berdampak akan gaya hidup (*lifestyle*) mereka. Hal tersebut menegaskan adanya pentingnya memilih teman yang mendukung finansial gaya hidup yang sehat. Data ini menunjukkan peranan literasi finansial keuangan, jenjang pendidikan pihak keluarga serta pengaruh teman sebaya perihal pembentukan sikap keuangan generasi Z.

Penelitian berikut menguraikan terkait mengenai peran *financial literacy, budgeting behavior, lifestyle,* dan *Influence of family and peers* terhadap intensitas penggunaan *mobile banking* pada mahasiswa S1 akuntansi di Perguruan Tinggi Swasta Surabaya. Nampak adanya persamaan diantara penelitian berikut dengan temuan penelitian Pratama & Abidin (2022), Yanto dkk. (2021), Phung (2023), Widyakto dkk. (2022) yaitu pada penggunaan variabel independen. Namun, penelitian sebelumnya dilakukan saat pandemi COVID-19. Penelitian ini berfokus pada hubungan gaya hidup (*lifestyle*) dengan kemampuan individu dalam mengelola keuangan melalui intensitas penggunaan *mobile banking* yang masih jarang diteliti. Gaya hidup memengaruhi keputusan finansial individu, di mana Teori Gaya Hidup Konsumen (Lazer, 1971) menyatakan pola pengeluaran yang

didasarkan pada nilai dan minat dapat membentuk perilaku konsumtif, sementara Teori Perilaku Konsumtif oleh Schiffman & Kanuk (2010) menekankan bahwa faktor psikologis, sosial, dan budaya mendorong individu dengan gaya hidup konsumtif untuk lebih sering menggunakan *mobile banking* dalam berbagai transaksi keuangan.

Penelitian sebelumnya juga memiliki keterbatasan. Pada penelitian Widyakto dkk. (2022) unit analisis terbatas pada Perguruan Tinggi Negeri (PTN). Perbedaan penelitian berikut dengan penelitian sebelumnya yakni ada pada perluasan subjek penelitian atau unit analisis yakni mahasiswa S1 Akuntansi di Perguruan Tinggi Swasta (PTS). Mahasiswa akuntansi dipilih menjadi subjek penelitian karena diharapkan memiliki literasi keuangan yang tinggi dibandingkan mahasiswa jurusan lain. Sebagai mahasiswa yang memiliki pemahaman tentang keuangan, mereka lebih terbuka terhadap inovasi keuangan digital seperti *mobile banking* (Fauzan dkk., 2024). Akan tetapi, mahasiswa yang memiliki pemahaman keuangan belum tentu memiliki kebiasaan keuangan yang sehat.

Alasan peneliti menggunakan PTS sebagai subjek penelitian karena PTS dituntut lebih mandiri dalam hal pengelolaan keuangannya, berbeda dengan PTN yang masih mendapat subsidi dari Pemerintah (Hanim dkk., 2023). Hal ini sejalan dengan upaya PTN untuk menjadi Perguruan Tinggi Negeri Berbasis Hukum (PTN-BH) yang bertujuan untuk meningkatkan kemandirian, efisiensi, dan tanggung jawab mengelola keuangan yang lebih baik (Aris dkk., 2024). Mandiri dalam keuangan juga memengaruhi persepsi masyarakat untuk memilih PTS, sehingga PTS dituntut memberikan performa unggul, termasuk menghasilkan

lulusan berkualitas melalui proses belajar, kurikulum yang relevan, dan fasilitas pendukung (Hariyadi dkk., 2023). Penelitian ini juga berfokus pada apakah PTS memberikan edukasi yang setara terkait literasi keuangan yang diajarkan, seperti halnya di PTN, karena jika mahasiswa mempunyai intelektual literasi keuangan secara baik sehingga bisa mengelola keuangannya dengan bijak melalui kebiasaan *budgeting* (Rahmayani dkk., 2022).

Berdasarkan latar belakang serta fenomena tersebut, memerlukan penelitian lanjutan terkait perluasan cakupan subjek. Penelitian ini difokuskan pada mahasiswa S1 program studi akuntansi dari 5 PTS di Surabaya yang memiliki akreditasi "unggul" untuk menjamin kualitas akademik yang baik yaitu Universitas Surabaya (UBAYA), Universitas Ciputra (UC), Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS), Universitas Pelita Harapan (UPH), dan Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Surabaya sebagai subjek penelitian untuk memperoleh hasil yang komprehensif dengan data homogen. Mahasiswa akuntansi tingkat akhir dipilih sebagai unit analisis karena telah menempuh mata kuliah inti seperti manajemen keuangan yang memengaruhi kemampuan mengelola keuangan individu. Selain itu, mahasiswa PTS sering menghadapi tantangan yang berbeda dari mahasiswa PTN terkait biaya pendidikan yang lebih tinggi. Maka penelitian berikut bertujuan menjadi pengisi kesenjangan literatur terkait pengaruh gaya hidup mahasiswa akan intensitas penggunaan *mobile banking*, yang masih jarang diteliti secara mendalam, dengan mengangkat judul **"Peran Literasi Keuangan*, Budgeting behavior, Lifestyle, Influence of Family and Peer* terhadap Intensitas Penggunaan *Mobile Banking*".**

1.2 Perumusan Masalah

Berasaskan paparan latar belakang tersebut, rumusan masalah pada penelitian berikut yakni:

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap intensitas penggunaan *mobile banking* pada mahasiswa akhir S1 akuntansi di PTS Surabaya?
2. Apakah *budgeting behavior* berpengaruh terhadap intensitas penggunaan *mobile banking* pada mahasiswa akhir S1 akuntansi di PTS Surabaya?
3. Apakah *lifestyle* berpengaruh terhadap intensitas penggunaan *mobile banking* pada mahasiswa akhir S1 akuntansi di PTS Surabaya?
4. Apakah *Influence of family and peers* berpengaruh terhadap intensitas penggunaan *mobile banking* pada mahasiswa akhir S1 akuntansi di PTS Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berasaskan rumusan masalah sebagaimana diuraikan tersebut, maka tujuan yang hendak dicapai penelitian berikut, yakni:

1. Guna mengetahui dan menganalisis pengaruh literasi keuangan yang berpengaruh akan intensitas penggunaan *mobile banking* pada mahasiswa akhir S1 akuntansi di PTS Surabaya.
2. Guna mengetahui dan menganalisis pengaruh *budgeting behavior* yang berpengaruh akan intensitas penggunaan *mobile banking* pada mahasiswa akhir S1 akuntansi di PTS Surabaya.
3. Guna mengetahui dan menganalisis pengaruh *lifestyle* yang berpengaruh akan intensitas penggunaan *mobile banking* pada mahasiswa akhir S1 akuntansi di PTS Surabaya.
4. Guna mengetahui dan menganalisis pengaruh dari *influence of family and peer* berpengaruh akan intensitas penggunaan *mobile banking* pada mahasiswa akhir S1 akuntansi di PTS Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Pelaksanaan penelitian berikut, nantinya diharapkan bisa membagikan manfaat yakni:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian berikut nantinya bisa berkontribusi akan pengembangan keilmuan pengetahuan utamanya pada sektor literasi keuangan, perilaku penganggaran, gaya hidup, serta pengaruh peran keluarga dan teman sebaya terhadap intensitas penggunaan *mobile banking*. Penelitian berikut bisa

dijadikan referensi acuan bagi penelitian selanjutnya yang tertarik membahas topik serupa.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Mahasiswa S1 Akuntansi di PTS Surabaya

Temuan penelitian berikut nantinya bisa membantu mahasiswa memahami pentingnya literasi keuangan, *budgeting behavior*, dan pengelolaan *lifestyle* untuk meningkatkan pengelolaan keuangan pribadi melalui penggunaan *mobile banking*.

2. Bagi Pihak-pihak Lainnya

Penelitian berikut bisa dimanfaatkan menjadi referensi acuan bagi lembaga pendidikan, khususnya perguruan tinggi, guna peningkatan literasi keuangan mahasiswa melalui program edukasi relevan. Pun juga, hasil penelitian dapat dimanfaatkan oleh perbankan perihal mengembangkan layanan *mobile banking* lebih sesuai dengan kebutuhan generasi muda.