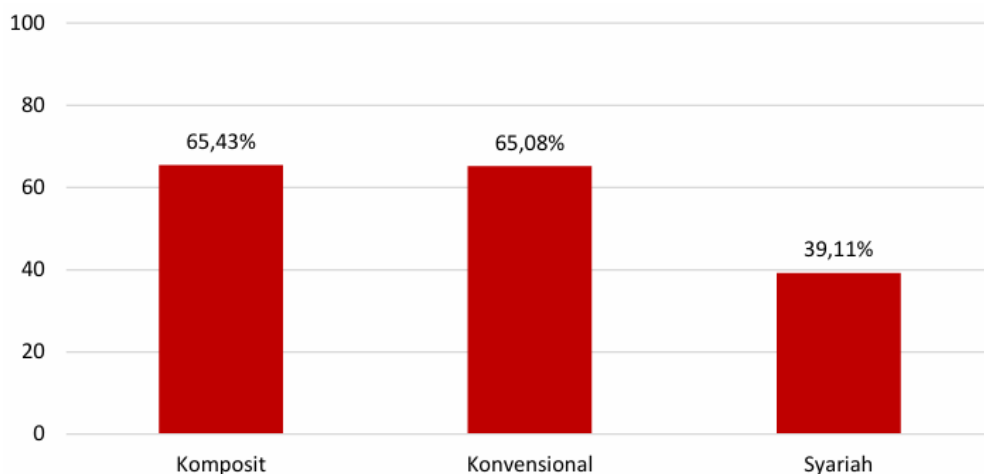


## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perubahan cepat dalam teknologi digital telah mengubah bagaimana orang-orang mengelola finansial mereka. Era digital membawa kemudahan akses informasi dan layanan keuangan melalui *mobile banking*, dompet digital, dan media sosial. Namun, kemudahan ini juga membawa tantangan baru, khususnya bagi generasi muda yang baru mulai belajar mengatur keuangan. Menurut data SNLIK tahun 2024, indeks literasi keuangan Indonesia adalah sebesar 65,43%, artinya dari 100 orang umur 15-79 tahun, hanya 65 orang yang terliterasi keuangan dengan baik (*Well Literate*). Lebih lanjut, indeks literasi konvensional Indonesia sebesar 65,08%, sedangkan indeks literasi syariah sebesar 39,11% (Keuangan, 2024).



**Gambar 1. 1 Indeks Literasi Keuangan**

Sumber: Strategi Nasional Keuangan Inklusif (SNLK), (2024)

Perolehan angka pada survei menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat, termasuk generasi muda, belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai konsep dasar pengelolaan keuangan, investasi, dan risiko keuangan. Kondisi ini

menjadi sangat krusial karena literasi keuangan yang rendah dapat menyebabkan perilaku keuangan yang tidak sehat, seperti pengeluaran berlebihan, utang konsumtif, dan kurangnya perencanaan keuangan jangka panjang yang berujung pada masalah finansial di masa depan.

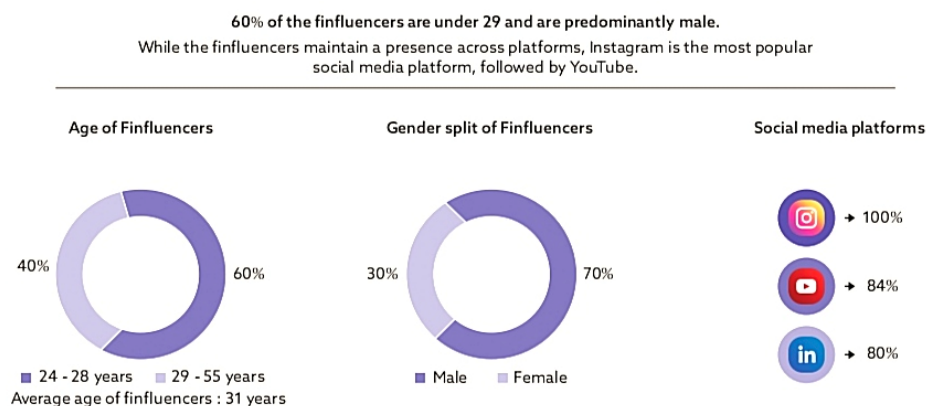
Generasi Z, yang merupakan kelompok usia yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 dikenal sebagai generasi yang sangat terbiasa dengan dunia digital dan media sosial (Yusup dan Hongdiyanto, 2023). Mereka tumbuh dalam lingkungan yang serba digital, sehingga pola komunikasi, interaksi sosial, dan cara memperoleh informasi sangat dipengaruhi oleh teknologi tersebut. Survei dari *IDN Research Institute* (2024) ditemukan bahwa 14% Generasi Z menghabiskan waktu 6-10 jam sehari dan 5% lebih dari 10 jam sehari (Mahardini dan Prianto, 2019). Saat ini, media sosial tidak lagi sekadar sarana hiburan, melainkan sumber pengetahuan finansial melalui konten dari *financial influencer*. Fenomena ini menimbulkan pertanyaan mengenai bagaimana literasi keuangan, gaya hidup digital, dan pengaruh *financial influencer* dapat memengaruhi perilaku keuangan mahasiswa, khususnya di lingkungan Universitas Trunodjoyo Madura.

Gaya hidup mahasiswa Generasi Z juga mengalami perubahan signifikan akibat paparan media sosial. Menurut Widiantri et al., (2023), gaya hidup dapat dipahami sebagai pola seseorang dalam menjalani hidup, menggunakan uang, dan mengalokasikan waktunya. Paparan tren konsumtif di media sosial sering menumbuhkan keinginan meniru gaya hidup glamor dan hedonis, yang tidak selalu sejalan dengan kemampuan finansial mahasiswa. Akibatnya, muncul perilaku keuangan yang tidak sehat seperti pengeluaran berlebih dan kurangnya kebiasaan

menabung atau berinvestasi. Kondisi ini menunjukkan pentingnya kesadaran literasi keuangan dan pengendalian gaya hidup agar mahasiswa mampu membentuk perilaku finansial yang bertanggung jawab.

Generasi Z merupakan generasi yang sangat dekat dengan perkembangan teknologi dan media sosial. Berbagai aktivitas keseharian, termasuk pencarian informasi mengenai keuangan, banyak dilakukan melalui platform digital. Seiring meningkatnya aktivitas digital, muncul fenomena *financial influencer*, yaitu individu yang memanfaatkan media sosial seperti Instagram, YouTube, dan TikTok untuk menyebarkan edukasi keuangan. Generasi Z lebih menyukai nasihat keuangan yang sederhana, personal, dan gratis, serta cenderung mempercayai saran dari orang yang mereka kenal (Kurnia et al., 2025).

Laporan *CFA Institute* menunjukkan bahwa kelompok usia Generasi Z memiliki tingkat keterpaparan tertinggi terhadap konten *financial influencer* dibandingkan dengan kelompok usia lainnya (Espeute dan Preece, 2024).



**Gambar 1.2 Tingkat keterpaparan investor terhadap *financial influencer* berdasarkan kelompok usia (diolah dari *CFA Institute*, 2024, hlm. 9)**

Sumber: *CFA Institute*, 2024

Tingginya keterpaparan tersebut tidak hanya sebatas mengikuti akun *financial influencer*, melainkan juga berimplikasi pada perilaku keuangan. Laporan *CFA Institute* lainnya menegaskan bahwa lebih dari separuh pengikut *financial influencer* mengaku pernah melakukan tindakan keuangan, seperti berinvestasi atau menabung, setelah menyaksikan konten mereka (Decisions, 2025). Hal ini menunjukkan adanya tingkat kepercayaan yang tinggi dari generasi Z terhadap *financial influencer*.

Penelitian Wahyu dan Martaningrat, (2024) mengungkapkan bahwa kehadiran *financial influencer* secara signifikan memengaruhi keputusan investasi generasi milenial dan generasi Z, meskipun faktor literasi keuangan tetap menjadi variabel penting. Penelitian lain juga menegaskan bahwa perilaku keuangan generasi Z tidak hanya terbatas pada investasi, tetapi juga mencakup pengelolaan tabungan, konsumsi, serta kesejahteraan finansial secara umum (Siregar et al., 2024). Lebih lanjut, studi perbandingan antara generasi milenial dan generasi Z di Indonesia menemukan bahwa keputusan investasi juga dipengaruhi oleh tingkat literasi keuangan dan paparan informasi dari media sosial, termasuk konten *influencer* (Sapan et al., 2022).

Generasi Z cenderung lebih mempercayai dan memilih informasi dari *financial influencer* dibandingkan sumber tradisional. Seiring meningkatnya fungsi media sosial sebagai sarana utama akses informasi keuangan, keberadaan *financial influencer* menjadi semakin signifikan. Namun, di sisi lain, pengaruh *financial influencer* juga dapat menimbulkan risiko, seperti bias informasi, promosi produk keuangan yang tidak sesuai, atau bahkan mendorong perilaku konsumtif jika konten

yang disampaikan lebih menonjolkan gaya hidup mewah daripada edukasi yang mendalam. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana pengaruh *financial influencer* berinteraksi dengan literasi keuangan dan gaya hidup dalam membentuk perilaku keuangan mahasiswa.

Beberapa studi terdahulu telah mengkaji pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku keuangan individu, termasuk mahasiswa. Temuan penelitian Nisya dan Violinda, (2025) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap perilaku keuangan mahasiswa Gen Z di kota Surabaya. Namun, penelitian-penelitian tersebut belum mengintegrasikan variabel gaya hidup dan pengaruh *financial influencer* secara simultan, sehingga belum memberikan pandangan lengkap mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku keuangan mahasiswa di era digital.

Penelitian terdahulu oleh Sulistyaningrum et al., (2025), yang menyatakan bahwa gaya hidup tidak berpengaruh secara signifikan. Hal ini juga konsisten dengan penelitian dari Putri Wulan Dwi et al., (2023) yang menyimpulkan bahwa gaya hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan mahasiswa. Dengan demikian, masih terdapat kekurangan dalam memahami interaksi antar variabel literasi keuangan, gaya hidup, dan pengaruh media sosial secara spesifik dalam memengaruhi perilaku keuangan mahasiswa.

Berdasarkan kajian literatur, literasi keuangan dan gaya hidup diketahui berpengaruh terhadap perilaku keuangan. Namun, keterkaitan peran *financial influencer* dalam mekanisme hubungan tersebut masih relatif jarang dikaji secara mendalam. Secara konsep, literasi keuangan dan gaya hidup berpotensi

mempengaruhi sejauh mana individu mengekspos diri dan merespons konten *influencer*; selanjutnya, kualitas dan kredibilitas konten *influencer* dapat memediasi apakah paparan tersebut berujung pada perubahan perilaku finansial. Berdasarkan celah penelitian yang ditemukan pada studi-studi sebelumnya, penelitian ini menempatkan *financial influencer* sebagai variabel mediasi yang menjembatani pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku keuangan. Dengan pendekatan mediasi, penelitian ini tidak hanya menguji pengaruh langsung antara variabel x dan variabel y, tetapi juga menguji apakah dan bagaimana pengaruh tersebut berjalan melalui mekanisme paparan, kepercayaan, dan keterlibatan dengan *financial influencer*.

Fokus penelitian ini adalah menguji pengaruh langsung literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku keuangan, serta menguji peran *financial influencer* sebagai mediator yang menerangkan jalur pengaruh antara literasi keuangan, gaya hidup dan perilaku keuangan mahasiswa generasi Z di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunodjoyo Madura. Kontribusi penelitian ini bersifat ganda, yaitu secara teoritis dan praktis. Secara teoritis, penelitian ini memperkaya kajian perilaku keuangan generasi muda di era digital dengan menambahkan variabel mediasi yang masih jarang diteliti. Secara praktis, hasilnya bisa menjadi acuan bagi kampus, lembaga keuangan, dan pembuat kebijakan dalam merancang program edukasi keuangan yang efektif serta mendorong *influencer* untuk menghasilkan konten edukatif yang bertanggung jawab.

Penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai dinamika perilaku keuangan mahasiswa generasi Z di

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunodjoyo Madura, serta menjadi acuan dalam pengembangan strategi literasi keuangan dan pengelolaan gaya hidup yang sehat di era digital. Penelitian ini juga membuka peluang untuk studi lanjutan yang lebih luas dan mendalam di berbagai konteks sosial dan budaya, sehingga dapat memberikan kontribusi yang lebih besar bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan praktik pengelolaan keuangan yang berkelanjutan.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang peneliti membuat pokok permasalahan pada penelitian ini adalah:

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku keuangan mahasiswa generasi Z di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunodjoyo Madura?
2. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku keuangan mahasiswa generasi Z di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunodjoyo Madura?
3. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap *financial influencer*?
4. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap *financial influencer*?
5. Apakah *financial influencer* berpengaruh terhadap perilaku keuangan mahasiswa generasi Z di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunodjoyo Madura?
6. Apakah *financial influencer* memediasi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku keuangan mahasiswa generasi Z?

7. Apakah *financial influencer* memediasi pengaruh gaya hidup terhadap perilaku keuangan mahasiswa generasi Z?

### C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku keuangan mahasiswa generasi Z di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunodjoyo Madura.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap perilaku keuangan mahasiswa generasi Z di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunodjoyo Madura.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap *financial influencer*.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap *financial influencer*.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *financial influencer* terhadap perilaku keuangan mahasiswa generasi Z di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunodjoyo Madura.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis peran *financial influencer* sebagai mediator dalam pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku keuangan mahasiswa generasi Z.

7. Untuk mengetahui dan menganalisis peran *financial influencer* sebagai mediator dalam pengaruh gaya hidup terhadap perilaku keuangan mahasiswa generasi Z.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini memiliki manfaat tidak hanya untuk mengkaji secara mendalam pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, dan *financial influencer* terhadap perilaku keuangan mahasiswa generasi Z di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunodjoyo Madura, tetapi juga untuk memberikan kontribusi yang berarti baik secara teoritis maupun praktis. Dengan demikian, manfaat penelitian ini dapat dijabarkan dalam dua aspek utama, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis.

##### **1. Manfaat teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap perkembangan ilmu pengetahuan, terutama di bidang perilaku keuangan pribadi dan literasi keuangan. Dengan mengkaji pengaruh literasi keuangan, dan gaya hidup, dengan menempatkan *financial influencer* sebagai variabel mediasi terhadap perilaku keuangan mahasiswa generasi Z di era digital, penelitian ini dapat memperkaya kerangka teori yang ada serta menjadi acuan bagi penelitian berikutnya yang berfokus pada dinamika perilaku keuangan di kalangan generasi muda dalam konteks digitalisasi.

##### **2. Manfaat praktis**

- a. Bagi mahasiswa, hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan kesadaran mengenai pentingnya literasi keuangan dan

gaya hidup dengan *financial influencer* sebagai mediator dalam pengelolaan keuangan pribadi secara efektif dan bertanggung jawab.

- b. Bagi Universitas Trunodjoyo Madura, penelitian ini dapat menjadi dasar dalam merancang dan mengimplementasikan program edukasi literasi keuangan yang sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan mahasiswa generasi Z di era digital.
- c. Bagi para *financial influencer* dan pelaku industri digital, penelitian ini memberikan wawasan mengenai pengaruh konten yang disampaikan terhadap perilaku keuangan audiens muda, sehingga dapat mendorong penyampaian informasi yang lebih edukatif dan bertanggung jawab.
- d. Bagi masyarakat luas, penelitian ini dapat meningkatkan kesadaran akan pentingnya pengelolaan keuangan yang sehat di era digital, khususnya di kalangan generasi muda, sehingga dapat meminimalisir risiko permasalahan keuangan yang mungkin timbul.