

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di era digital, mahasiswa tidak hanya melihat akuntansi keuangan sebagai materi di perkuliahan tetapi juga sebagai seni mengelola keuangan pribadi, bagaimana cara menyimpan, menginvestasikan, dan menghasilkan uang. Seiring dengan meningkatnya penggunaan teknologi keuangan digital *Financial Technology (FinTech)* membawa perubahan besar dalam pola pengelolaan keuangan mahasiswa dimana sangat mengandalkan teknologi untuk mengelola keuangan. Dilansir dari *kompasiana.com* aplikasi akuntansi *mobile* seperti *Money Lover*, *Spendee*, *PocketBook*, *e-wallet* menjadi pilihan dalam mencatat setiap pengeluaran bukan sebagai kewajiban akuntansi tetapi karena keingintahuan mahasiswa. Hal ini menjadikan akuntansi keuangan menjadi alat pemahaman diri seperti jurnal keuangan pribadi atau *budgeting diary*.

Mahasiswa juga bertumbuh dengan penggunaan teknologi keuangan berbasis *FinTech* seperti *e-wallet* dan *mobile banking* banyak digunakan oleh mahasiswa sebagai alat bantu untuk transaksi maupun pencatatan keuangan. Data dari *GoodStats (2025)* menunjukkan bahwa 80% masyarakat Indonesia menggunakan *e-wallet* sebagai metode pembayaran favorit dan pengaturan anggaran otomatis. Fenomena ini membawa pola pikir akuntansi, menciptakan keselarasan antara akuntansi dan gaya hidup digital, dimana mahasiswa menganggap akuntansi bukan sekedar neraca laba rugi tetapi juga soal keseimbangan hidup finansial serta mental. Didukung dengan kemudahan akses serta fitur yang memudahkan mahasiswa dalam mengatur dan mengoordinasikan pengeluaran, mahasiswa cenderung ingin mudah, cepat dan *aplikatif* sehingga potensi pengelolaan keuangan menjadi lebih sistematis dan efisien.

Namun, di balik kemudahan itu juga menimbulkan tantangan baru. Paparan media sosial menjadi ruang dominan bagi mahasiswa dalam membentuk kebiasaan belanja. Dimulai dari konten jualan, *unboxing*, ulasan produk, serta iklan yang menarik yang sering bermunculan mendorong mahasiswa untuk berbelanja secara impulsif. Paparan gaya hidup yang ditampilkan oleh *influencer* maupun teman di media sosial, seringkali berujung pada fenomena *Fear of missing out (FOMO)*, dimana generasi muda merasa perlu mengikuti tren agar tetap relevan dengan lingkungan sosialnya, yang berujung melakukan pembelian dengan menggunakan layanan keuangan digital. Contohnya *PayLater* yang banyak tersedia dalam aplikasi *marketplace* maupun *e-wallet* seperti *Shopee PayLater*, *GoPayLater*, dan *OVO PayLater*. Dilansir dari *Databoks (2024)* menunjukkan bahwa 26,5% pengguna *PayLater* di Indonesia berasal dari generasi Z (18-25 tahun), dimana sebanyak 63,1% pengguna *PayLater* tersebut untuk transaksi *online*, 16,5% untuk transaksi *offline* dan 20,4% menggunakan keduanya.

Tabel 1.1 Tabel Fenomena

No.	Fenomena	Data/Temuan	Sumber
1	Penggunaan <i>e-wallet</i> di Indonesia	80% masyarakat menggunakan <i>e-wallet</i>	<i>GoodStats (2025)</i>
2	Tren <i>PayLater</i> di kalangan Gen Z	26,5% penggunaan <i>Paylater</i> berasal dari Gen Z	Katadata 2023

3	Fenomena <i>FOMO</i> belanja online	67,8% mahasiswa mengalami <i>FOMO</i>	SuaraMerdeka.Com (2025)
4	Media sosial sebagai faktor konsumtif	72% penggunaan Instagram usia 18-24 tahun	Datareportal (2023)
5	Mahasiswa UNPRI pengguna aplikasi keuangan	Pra-survei: dari 30 mahasiswa, 85% menggunakan aplikasi keuangan 25% pernah memakai <i>Paylater</i>	Data Pra-Penelitian (2025)

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa pengguna aplikasi keuangan dan layanan *Paylater* cukup tinggi di kalangan generasi muda termasuk mahasiswa. Tingginya penggunaan media sosial juga mendorong kebiasaan belanja yang lebih konsumtif. Kebiasaan belanja yang terbentuk dari paparan media sosial ini, ditambah dengan penggunaan aplikasi keuangan, dapat memiliki dampak signifikan terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa. Di satu sisi, aplikasi keuangan dapat membantu mahasiswa untuk lebih disiplin dalam mengelola keuangan. Namun, di sisi lain, pengaruh media sosial dapat menyebabkan mahasiswa mengabaikan prinsip-prinsip pengelolaan keuangan yang baik, seperti menabung dan berinvestasi.

Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis Pengaruh Penggunaan Aplikasi Keuangan, Paparan Media Sosial, dan Kebiasaan Belanja terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai bagaimana faktor-faktor tersebut saling berinteraksi dan mempengaruhi kemampuan mahasiswa dalam mengelola keuangan secara efektif di era digital.

1.2. Teori Pengaruh

1.2.1. Pengaruh Penggunaan Aplikasi Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa

Perkembangan aplikasi keuangan dan layanan *FinTech* memberikan kemudahan dan manfaat bagi mahasiswa dalam mengelola keuangan. Selain mempermudah transaksi, aplikasi ini juga berfungsi sebagai media edukasi yang meningkatkan kesadaran dalam mencatat pengeluaran, mengatur keuangan, dan memperluas literasi keuangan digital. Dengan demikian, teknologi ini membantu mahasiswa mengelola keuangan secara lebih efektif dan cerdas.

Aplikasi pengelolaan keuangan bisa digunakan sebagai solusi untuk meningkatkan kompetensi mahasiswa. Aplikasi ini memiliki beragam fungsi seperti pencatatan, pengecekan yang dapat mengontrol keuangan para mahasiswa sehingga dapat meminimalisir terjadinya pengeluaran yang signifikan (Choirina & Prasetia, 2025).

Penggunaan layanan *Financial Technology (FinTech)* memiliki peran signifikan dalam meningkatkan efektivitas manajemen keuangan mahasiswa. Dimana frekuensi penggunaan *FinTech* yang tinggi serta motivasi mahasiswa dalam memanfaatkannya terbukti berkontribusi terhadap kemampuan mencatat pengeluaran secara sistematis, mengatur anggaran lebih efisien serta meningkatkan pemahaman terhadap literasi keuangan (Gulo & Hendrajaya, 2025).

FinTech payment diungkapkan tidak hanya meningkatkan efisiensi transaksi tetapi juga memberikan wawasan penting bagi mahasiswa dalam memahami pengelolaan keuangan berbasis digital (Arif Budiarto et al., 2023).

1.2.2. Pengaruh Paparan Media Sosial Terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa

Media sosial memiliki pengaruh ganda terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa. Di satu sisi, media sosial dapat mendorong perilaku konsumtif melalui iklan, promo, dan tren gaya hidup. Namun di sisi lain, jika digunakan secara bijak dan kritis, media sosial dapat menjadi sarana edukasi keuangan yang efektif, membantu mahasiswa meningkatkan kesadaran dan kemampuan dalam merencanakan keuangan dengan lebih matang. Oleh karena itu, kemampuan mahasiswa dalam menyaring informasi dan menerapkan prinsip pengelolaan keuangan yang sehat sangat penting di tengah derasnya konten digital saat ini.

Penggunaan media sosial dapat memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Oleh karena itu, media sosial dipandang sebagai salah satu faktor eksternal yang berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa (Alfitriyani, 2023).

Penggunaan media sosial memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap manajemen keuangan pribadi mahasiswa, dimana semakin baik dan bijak dalam penggunaan media sosial, maka semakin baik pula pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa (Hatimatunnisani et al., 2024).

Media sosial memberikan pengaruh signifikan terhadap gaya hidup konsumtif dan pengelolaan keuangan mahasiswa. Temuan ini memperkuat pentingnya literasi keuangan digital dalam membentuk pola pikir mahasiswa agar lebih rasional dalam pengambilan keputusan finansial, khususnya saat terpapar trend digital (Khasanah & Ardiansyah, 2025).

1.2.3. Kebiasaan Belanja Terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa

Kebiasaan belanja *online* dan penggunaan *e-money* semakin umum di kalangan mahasiswa dan memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif serta pengelolaan keuangan mahasiswa. Kemudahan transaksi digital, fitur *paylater*, dan fenomena *FOMO* di *platform e-commerce* mendorong tingginya frekuensi pembelian impulsif yang berpotensi mengganggu stabilitas keuangan mahasiswa. Oleh karena itu, penting bagi mahasiswa untuk memahami dampak kebiasaan ini dan mengembangkan strategi pengelolaan keuangan yang efektif demi menjaga kestabilan finansial.

Kebiasaan belanja *online* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Fenomena ini menunjukkan bahwa meskipun belanja *online* menawarkan berbagai kemudahan, tanpa pengelolaan keuangan yang bijaksana, mahasiswa berisiko mengalami perilaku konsumtif yang dapat mengganggu stabilitas finansial mereka. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana belanja *online* memengaruhi kebiasaan konsumsi dan pengelolaan keuangan mahasiswa (Fadhilah & Abadi, 2023).

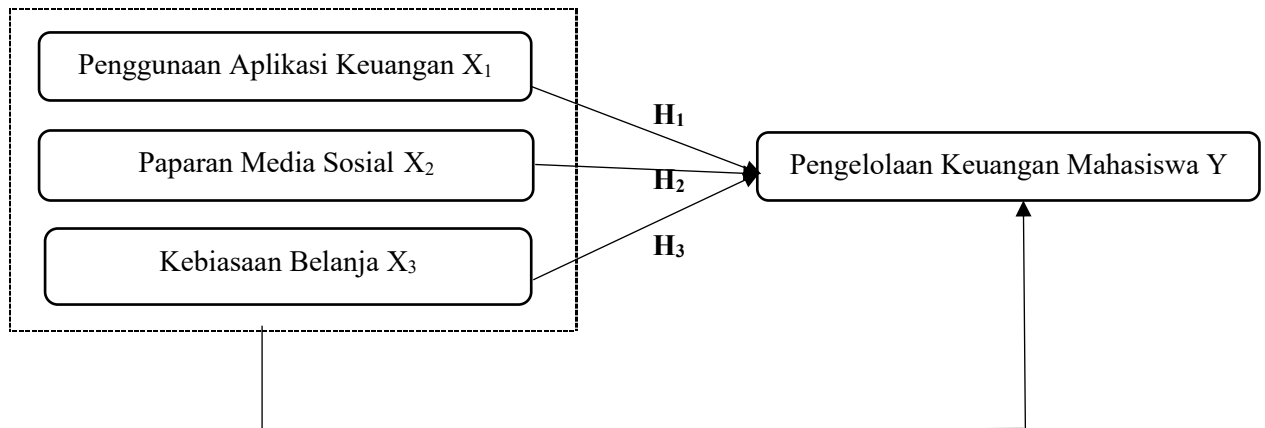
E-money berpengaruh secara langsung terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal tersebut terjadi karena dalam penggunaan *e-money* untuk transaksi *online* secara mental tidak merasa sadar akan uang yang dikeluarkan berakibat timbulnya kegemaran dalam melakukan belanja (Dewi et al., 2021).

Adanya korelasi positif antara konsumsi mahasiswa dengan penggunaan aplikasi belanja *online* semakin sering mahasiswa menggunakan program tersebut, semakin besar kemungkinan mereka untuk berbelanja. Disisi lain, semakin sedikit orang yang menggunakan aplikasi belanja *online*, yang dikaitkan dengan konsumsi yang lebih rendah (Sri Wahyuni & Istiana, 2022).

Rumusan Masalah

1. Apakah penggunaan aplikasi keuangan berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa?
2. Apakah paparan media sosial berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa?
3. Apakah kebiasaan belanja berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa?
4. Apakah penggunaan aplikasi keuangan, paparan media sosial, dan kebiasaan belanja secara simultan berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa?

1.4. Kerangka Konseptual



1.5. Hipotesis Penelitian

- H₁: Penggunaan Aplikasi Keuangan secara parsial berpengaruh terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa.
- H₂: Paparan Media Sosial secara parsial berpengaruh terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa.
- H₃: Kebiasaan Belanja secara parsial berpengaruh terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa.
- H₄: Penggunaan Aplikasi Keuangan, Paparan Media Sosial, Kebiasaan Belanja secara simultan berpengaruh terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa.