

**PENGARUH TINGKAT LITERASI KEUANGAN TERHADAP
MINAT PENGGUNAAN PRODUK FINANSIAL TEKNOLOGI
PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
YOGYAKARTA**

**THE INFLUENCE OF FINANCIAL LITERACY LEVEL
TOWARDS THE USE OF FINANCIAL TECHNOLOGY
PRODUCT BY THE STUDENTS OF UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

Andhadari Yunita Putri Sintya Dewi dan M. Sobar, SEI, M.Sc.

*Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, JL.Lingkar Selatan Tamantirto, Bantul,
Daerah Istimewa Yogyakarta, 55183
E-mail : putrisintyadew@gmail.com*

Abstrak

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar tingkat literasi keuangan pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta serta untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh tingkat literasi keuangan dan strategi promosi melalui media sosial terhadap minat penggunaan produk finansial teknologi. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif dengan menggunakan teknik probability random sampling dengan responden mahasiswa program studi akuntansi, manajemen, ilmu ekonomi dan ekonomi syariah. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode kuesioner dengan model skala likert dan disebarikan kepada 100 responden. Dalam penelitian ini analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif dan analisis regresi sederhana serta analisis regresi berganda dengan menggunakan SPSS 22.0.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Tingkat literasi keuangan pada mahasiswa ke empat program studi tersebut termasuk ke dalam kategori sufficient literate atau masih terbelang kategori cukup dengan persentase sebesar 81,12 persen. (2) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel tingkat literasi keuangan terhadap minat penggunaan produk finansial teknologi. (3) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel strategi promosi melalui media sosial terhadap minat penggunaan produk finansial teknologi. (4) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel tingkat literasi keuangan dan strategi promosi melalui media sosial terhadap minat penggunaan produk finansial teknologi.

Kata Kunci : Literasi Keuangan, Strategi Promosi, Minat.

Abstract

The aim of this research is to find out how much the level of financial literacy in Muhammadiyah University of Yogyakarta students and to find out whether or not the influence of the level of financial literacy and promotion strategies through social media to the interest of using technology financial products. The type of this research is a quantitative research using probability random sampling technique, the respondents are the students of accounting, management, economics and economics syariah study program. The data collection in this study used a questionnaire method with a Likert scale model and distributed to 100 respondents. In this study the data analysis that used is descriptive analysis, simple regression analysis and multiple regression analysis using SPSS 22.0.

The results of this study showed that (1) the level of financial literacy in the fourth student of the study program belongs to the category of sufficient literate or is still fairly categorized with a percentage of 81.12 percent. (2) There is a positive and significant influence between financial literacy variables on the interest in using technology financial products. (3) There is a positive and significant influence between the variables of promotional strategies through social media on the interest in using technology financial products. (4) There is a positive and significant influence between financial literacy variables and promotion strategies through social media on the interest in using technology financial products.

Keywords: *Financial Literacy, Promotion Strategy, Interest.*

PENDAHULUAN

Semakin pesatnya pertumbuhan ekonomi dan pembangunan ekonomi menjadikan lembaga keuangan berperan penting dalam kehidupan masyarakat. Peran lembaga keuangan yang bervariasi menjadikan tiap lembaga berupaya untuk menyalurkan berbagai produk dan jasa keuangan kepada masyarakat. Masyarakat harus memahami dengan benar apa manfaat dan resikonya serta menyakini jika produk dari jasa layanan keuangan yang digunakan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat, maka pelaksanaan edukasi dalam pemahaman tentang keuangan di masyarakat sangat perlu ditingkatkan.

Seiring bertambahnya kebutuhan manusia maka semakin berkembang pula pengetahuan tentang keuangan. Literasi keuangan merupakan kebutuhan dasar setiap individu ataupun masyarakat dalam mengelola keuangan. Di karenakan jika terjadi kesalahan dalam mengelola keuangan maka akan menimbulkan masalah dalam mengelola keuangan. Karena itu, literasi keuangan berperan sangat penting bagi individu atau masyarakat supaya kesulitan ekonomi dapat dihindarkan, termasuk juga mahasiswa.

Indonesia merupakan negara dengan ekonomi terbesar di Asia Tenggara, namun masyarakat Indonesia masih tergolong kategori tingkat literasi keuangan yang rendah. Hanya 32 persen dari jumlah penduduk di Indonesia yang melek finansial, sedangkan untuk pelajar dan mahasiswa tingkat literasi keuangan hanya mencapai 28 persen (ojk.co.id). Literasi keuangan merupakan seperangkat pengetahuan serta keterampilan seorang individu yang memungkinkan dalam membuat keputusan secara efektif dengan semua sumber daya keuangan yang mereka miliki (Manurung, 2009: 24).

Pendidikan sangat berperan penting dalam pembentukan literasi finansial baik pendidikan informal dilingkungan keluarga maupun pendidikan formal di lingkungan perguruan tinggi. Pembelajaran formal yang dilakukan diperguruan tinggi dapat membantu mahasiswa memiliki kemampuan memahami, menilai dan bertindak dalam kepentingan keuangan yang dimiliki. Mahasiswa yang mempunyai tingkat literasi yang baik diharapkan dapat mengenalkan produk perbankan kepada masyarakat yang belum memiliki akses keuangan. Jenjang pendidikan tinggi menjadikan mahasiswa dituntut melakukan hampir sebagian kegiatannya menggunakan produk-produk perbankan yang sudah meluas di kalangan mahasiswa, termasuk dalam sistem pembayaran yang mereka gunakan.

Bank merupakan salah satu lembaga yang berperan sebagai perantara keuangan untuk menghimpun dan menyalurkan dana dalam bentuk tabungan, deposito dan sebagainya. Seiring dengan kemajuan teknologi di mana dalam dunia perbankan diharapkan melakukan inovasi dalam memberikan jasa layanan seperti ATM, *internet banking*, *mobile banking* dan sebagainya dalam rangka untuk mempermudah akses masyarakat dalam menggunakan fasilitas perbankan dalam melakukan transaksi. Namun kenyataannya, penggunaan jasa layanan perbankan masih rendah dan perlu ditingkatkan kembali (www.bi.go.id). Oleh karena itu, industri keuangan akan terus melakukan inovasi dalam mengembangkan transaksi yang lebih praktis. Salah satunya dengan hadirnya teknologi dalam sektor keuangan yaitu *fintech* (*financial technology*).

Fintech merupakan cakupan bisnis keuangan digital yang menyediakan jasa keuangan dengan memanfaatkan perangkat lunak dan teknologi modern. *Fintech* bergerak dalam berbagai bidang seperti pembayaran, investasi, pembiayaan dan riset keuangan. Menurut Christmastianto dalam Sukma (2016), definisi yang dijabarkan oleh *National Digital Research Centre* (NDRC), teknologi keuangan adalah istilah yang

digunakan untuk menyebut suatu inovasi di bidang jasa finansial, di mana istilah tersebut berasal dari kata *financial* dan *technology* (*fintech*) yang mengacu pada inovasi finansial dengan sentuhan teknologi modern. *Fintech* memberikan kemudahan bertransaksi dalam bidang keuangan menjadi lebih praktis dan efisien yang bertujuan untuk memaksimalkan penggunaan teknologi dalam mempercepat layanan jasa keuangan.

Saat ini sistem pembayaran non tunai seperti *e-wallet* dan *payment gateway* banyak diminati oleh kalangan masyarakat terutama mahasiswa karena faktor manfaat yang didapatkan seperti proses pembayaran yang lebih cepat. Hasil riset asosiasi *fintech* Indonesia, menerangkan ada sekitar 120 perusahaan yang bergerak di sektor *fintech*. Peningkatan perusahaan *fintech* sejalan dengan banyaknya jumlah pemilik telepon genggam yang jauh lebih banyak dibandingkan dengan jumlah pemilik rekening bank (cnnindonesia.com). Beberapa perusahaan *fintech* yang menawarkan *payment gateway* yang sudah dikenal di kalangan mahasiswa yaitu sistem pembayaran pada Gojek, *Grab*, *Shopee*, Bukalapak, Tokopedia, Tcash dan juga *Paytren*.

Data dari *fintech* Indonesia, warga Indonesia yang memiliki akses terhadap perbankan dan produk keuangan hanya 36 persen. Angka tersebut termasuk rendah jika dibandingkan dengan negara-negara lain (*fintech.id*). Hal ini menjadi kesempatan dan tantangan bagi pemerintah, lembaga keuangan dan perusahaan *fintech* untuk meningkatkan literasi keuangan dan meningkatkan inklusi keuangan. Kesulitan masyarakat dalam mengakses layanan keuangan teknologi (*fintech*) karena masih kurangnya literasi keuangan, sehingga penting untuk mengetahui pemahaman literasi keuangan untuk menggunakan produk finansial teknologi.

Kemajuan *fintech* akhir-akhir ini menyebabkan perdagangan yang semakin berinovatif dan hal ini yang menyebabkan semakin tingginya persaingan yang harus dihadapi oleh perusahaan. Perusahaan dituntut harus tepat menentukan strategi pemasaran agar produknya menjadi pilihan. Pemahaman pasar dan strategi yang tepat akan membantu perusahaan memenangkan persaingan. Strategi promosi lewat media cetak dan elektronik kini sudah mulai ditinggalkan, karena perkembangan teknologi dan adanya *smartphone* yang terhubung dengan *internet*, kini banyak perusahaan yang beralih melakukan strategi promosi dengan menggunakan media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, *Youtube* dan *Instagram*.

Media sosial dapat membantu manusia dalam berbagai aspek kebutuhan, aspek hiburan, pendidikan, kesehatan, mengekspresikan diri, perhubungan dan lainlain. *Instagram* akhir-akhir ini sangat populer di kalangan mahasiswa dan secara keseluruhan jumlah pengguna aktif *instagram* dari tahun ke tahun akan terus meningkat, karena *instagram* lebih fokus pada foto dan video dibandingkan dengan media sosial lain dan *instagram* memiliki berbagai fungsi yang dapat dinikmati oleh penggunanya dan juga telah menjadi tempat yang tepat untuk mempromosikan produk ke konsumen. Sehingga konsumen dapat mengetahui langsung produk yang dipasarkan melalui foto dan video yang diunggah. Sebagian besar pengguna *instagram* bisa langsung bereaksi terhadap iklan di *instagram*, misalnya dengan mengunjungi situs produk atau layanan tersenut. Strategi promosi melalui *instagram* sudah mulai dilakukan oleh perusahaan *fintech* dengan berbagai cara yang diterapkan untuk mempromosikan produknya, seperti adanya *instastory*, *endorse selebgram*, *giveaway*, *paid promote* dan *instagram ads*. Dibandingkan dengan *facebook* maupun *twitter* strategi melalui *instagram* merupakan tempat terbaik untuk melakukan kegiatan promosi. Semakin banyak mahasiswa yang menggunakan *smartphone* dan mempunyai akun media sosial khususnya *instagram*, maka promosi *fintech* mulai gencar-gencarnya dilakukan, dengan promosi marketing yang menarik melalui media sosial *instagram*.

Meskipun pembayaran non tunai sudah sangat diminati, tetapi masih banyak masyarakat terutama mahasiswa yang belum mengenal *fintech* dengan berbagai manfaat yang diberikan. Maka diperlukan minat penggunaan produk finansial teknologi dengan melakukan peningkatan literasi keuangan dan finansial teknologi pada mahasiswa dan dilakukannya strategi promosi melalui media sosial agar timbul minat mahasiswa dalam menggunakan produk finansial teknologi.

Yogyakarta dikenal oleh masyarakat Indonesia sebagai kota pelajar, karena didukung dengan banyaknya sekolah dan perguruan tinggi yang berkembang. Salah satu perguruan tinggi swasta di Yogyakarta yang telah memperoleh mata kuliah yang mengarahkan mereka untuk melek keuangan dan yaitu Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Terutama bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang memiliki 3 program studi yaitu Akuntansi, Manajemen dan Ilmu Ekonomi dan Fakultas Agama Islam yang memiliki program studi yaitu Ekonomi Syariah. Selain itu kampus Universitas Muhammadiyah Yogyakarta ini tidak berada di daerah perkotaan atau jauh dari

keramaian kota, jauh dari gedung-gedung tinggi dan jauh dari pusat perbelanjaan atau restoran, maka produk *fintech* ini dapat memberikan kemudahan dalam setiap transaksi dan akan menimbulkan minat mahasiswa dalam menggunakan produk *fintech*.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Titik Ulfatun, et al (2016), menemukan bahwa tingkat literasi keuangan pada mahasiswa berada dalam kategori rendah. Begitu pula penelitian yang dilakukan oleh Rosyeni Rasyid (2012), menunjukkan bahwa hasil pengukuran tingkat literasi keuangan pada mahasiswa masih tergolong cukup atau masih jauh dari kategori optimum, bahkan mendekati kategori rendah sehingga literasi keuangan pada mahasiswa harus ditingkatkan lagi. Penelitian ini menjadikan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta khususnya pada mahasiswa ke empat program studi tersebut tentang sejauh mana mereka mengerti tentang keuangan serta memiliki tingkat literasi keuangan yang baik dan tertarik dengan produk finansial teknologi.

Melihat permasalahan di atas, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan sangat diperlukan untuk meningkatkan pemahaman tentang keuangan dan finansial teknologi (*fintech*) serta timbulnya minat mahasiswa dalam bertransaksi menggunakan produk finansial teknologi dengan adanya strategi promosi melalui media sosial yang dilakukan oleh perusahaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan variabel terikat minat menggunakan produk finansial teknologi (Y) dan variabel tingkat literasi keuangan (X_1) serta variabel strategi promosi melalui media sosial (X_2). Sehingga hipotesis yang digunakan yaitu:

H1 : Faktor tingkat literasi keuangan pada mahasiswa berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan produk finansial teknologi.

H2 : Faktor strategi promosi melalui media sosial pada mahasiswa berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan produk finansial teknologi.

H3 : Faktor tingkat literasi keuangan dan strategi promosi melalui media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan produk finansial teknologi.

Dalam Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitian (Sugiyono, 2016: 11). Metode penelitian deskriptif ini dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan dengan variabel lain (Sugiyono, 2016: 53).

Adapun lokasi penelitian berada di Fakultas Ekonomi Bisnis dan Fakultas Agama Islam yang berada pada kampus Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang beralamat di Jalan Lingkar Selatan Tamantirto Kasihan Bantul Yogyakarta. Adapun subjek dari penelitian yang akan penulis teliti yaitu Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Fakultas Ekonomi Bisnis dan Fakultas Agama Islam yang telah menerima pengetahuan tentang ekonomi keuangan yaitu adalah mahasiswa program studi Akuntansi, Manajemen, Ilmu Ekonomi dan Ekonomi Syariah.

Teknik pengumpulan data dari penelitian ini adalah kuesioner model skala *likert* yang disebar kepada 100 responden. Dalam penelitian ini pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *probability sampling*, yaitu dengan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2016: 82). Jenis yang digunakan *simple random sampling*, adalah pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Untuk menentukan jumlah sampel digunakan rumus slovin sebagai berikut:

$$n = N / 1 + N_e^2$$

$$n = 6064 / 1 + 6064 (10\%)$$

$$n = 6064 / 60,64$$

$$n = 100$$

Setelah data terkumpul, maka penulis akan melakukan uji instrumen yaitu uji validitas dan reliabilitas untuk mengetahui item-item pernyataan yang memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas sehingga dapat dilakukan uji prasyarat analisis yaitu dengan tahapan uji normalitas, uji linearitas dan uji multikolinearitas untuk mengetahui apakah analisis data untuk pengujian hipotesis dapat dilanjutkan atau tidak. Lalu analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik statistik deskriptif uji mengetahui bagaimana tingkat literasi keuangan dan analisis regresi sederhana untuk menguji masing-masing

variabel independen terhadap variabel dependen serta analisis regresi berganda untuk menguji semua variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen dengan menggunakan bantuan alat statistic yaitu SPSS 22.0.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, didapatkan hasil penyebaran kuesioner dari 100 responden mahasiswa yaitu sebagai berikut:

Tabel 2.
Karakteristik Responden Mahasiswa Aktif Prodi Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

No	Karakteristik Responden	Asal	Jumlah	Persentase
1	Program Studi :			
	1. Akuntansi		25	25%
	2. Manajemen		25	25%
	3. Ilmu Ekonomi		25	25%
	4. Ekonomi Syariah		25	25%
2	Jenis Kelamin :			
	1. Laki – Laki		35	35%
	2. Perempuan		65	65%
3	Pendapatan perbulan :			
	1. 500.000 – 3.000.000		90	90%
	2. 3.000.000 – 4.000.000		9	9%
	3. >4.000.000		1	1%
4	Pengeluaran perbulan :			
	1. <500.000		9	9%
	2. 500.000 – 2.000.000		85	85%
	3. 2.000.000 – 4.000.000		6	6%
	4. >4.000.000		0	0%
5	Kepemilikan rekening tabungan syariah maupun konvensional :			
	1. BSM		24	24%
	2. BNIS		8	8%
	3. BRIS		2	2%
	4. Mandiri		9	9%
	5. BNI		16	16%
	6. BRI		29	29%
	7. BCA		5	5%
	8. Lainnya		7	7%
6	Produk finansial teknologi yang digunakan :			
	1. Gopay Gojek		67	67%

2. Grabpay Grab	4	4%
3. Shoppay Shopee	7	7%
4. Bukadompot Bukalapak	2	2%
5. Tokocash Tokopedia	4	4%
6. Tcash Telkomsel	6	6%
7. Paytren	6	6%
8. Lainnya	4	4%

Sumber: Data primer diolah, 2018.

Dari rekapitulasi uji validitas dan reliabilitas dari 38 item pernyataan pada kuesioner dinyatakan seluruh item pernyataan valid lalu dilakukan uji reliabilitas yang menunjukkan bahwa tingkat reliabel yang sangat tinggi untuk instrumen tingkat literasi keuangan dan strategi promosi melalui media sosial, diartikan bahwa instrumen penelitian tersebut telah memenuhi syarat sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian.

Dengan pengujian statistik deskriptif dan melalui beberapa tahapan perhitungan tingkat literasi keuangan pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta sebesar 81,12 persen dan tergolong kedalam kategori *sufficient literate* yang menandakan bahwa mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta sudah memiliki pengetahuan tentang lembaga jasa keuangan dengan berbagai produknya. Hal ini dapat dilihat dari alternatif jawaban responden yang paham tentang keuangan.

Setelah melakukan uji regresi linear sederhana dan regresi linear berganda ditemukan hipotesis pertama terjadi pengaruh positif dan signifikan antara tingkat literasi keuangan terhadap minat penggunaan produk *fintech* karena semakin baik kemampuan mahasiswa dalam mengelola keuangan sebagai modal meningkatkan kualitas hidup maka akan semakin besar rasa ketertarikan mahasiswa dalam mengikuti perkembangan perekonomian saat ini dalam era teknologi dan timbulnya minat dalam menggunakan produk *fintech*. Selanjutnya hipotesis kedua terjadi pengaruh positif dan signifikan antara strategi promosi melalui media sosial terhadap minat penggunaan produk *fintech* karena pemahaman pasar dan strategi yang tepat akan lebih membantu agar produknya menjadi pilihan. Strategi promosi yang tepat pada era teknologi saat ini yaitu pada media sosial, terutama pada mahasiswa yang hampir seluruhnya mempunyai sosial media. *Instagram* akhir-akhir ini sangat populer di kalangan mahasiswa karena fiturnya yang lebih menarik daripada media sosial lain. Dari strategi promosi yang dilakukan maka akan menimbulkan rasa senang serta ketertarikan dan timbulnya minat ingin menggunakan produk *fintech*

tersebut dan hipotesis ketiga pengaruh positif dan signifikan literasi keuangan dan strategi promosi melalui media sosial secara bersama-sama terhadap minat penggunaan produk *fintech* karena pemahaman tentang keuangan yang baik dan adanya strategi promosi melalui media sosial yang menarik maka rasa ingin tahu atau minat mahasiswa dalam menggunakan produk *fintech* akan semakin besar karena sudah didukung dari faktor dari dalam diri individu tentang pemahaman keuangan dan didorong dengan adanya faktor dari luar yaitu strategi promosi yang lebih menarik.

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Merujuk tujuan awal penelitian ini yang telah diuraikan di atas, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Tingkat literasi keuangan pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta termasuk dalam kategori *Sufficient Literate*, yaitu masih masuk dalam kategori cukup, yaitu rata-rata nilai literasi keuangan menunjukkan angka sebesar 81,12 persen. Peningkatan literasi keuangan sangat diperlukan khususnya pendidikan keuangan sangat penting diberikan dari usia sekolah hingga perguruan tinggi termasuk peran orang tua, guru dan dosen agar lebih menambah wawasan tentang keuangan di masa sekarang ataupun masa mendatang serta perlunya faktor dari dalam diri individu yang aktif dalam mengikuti perkembangan perekonomian maka literasi keuangan akan meningkat.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara tingkat literasi keuangan terhadap minat penggunaan produk *fintech*. Semakin baik kemampuan mahasiswa dalam mengelola keuangan sebagai modal meningkatkan kualitas hidup maka akan semakin besar rasa ketertarikan mahasiswa dalam mengikuti perkembangan perekonomian saat ini dalam era teknologi dan timbulnya minat dalam menggunakan produk *fintech* akan semakin meningkat.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara strategi promosi melalui media sosial terhadap minat penggunaan produk *fintech*. Strategi promosi yang tepat pada era teknologi saat ini yaitu pada media sosial, terutama pada mahasiswa yang hampir seluruhnya mempunyai sosial media. *Instagram* yang akhir-akhir ini sangat populer di kalangan mahasiswa karena fitur yang lebih menarik daripada media sosial

lain. Dari strategi promosi yang dilakukan maka akan menimbulkan rasa senang serta ketertarikan dan timbulnya minat ingin menggunakan produk *fintech* tersebut juga akan semakin meningkat.

4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan tingkat literasi keuangan dan strategi promosi melalui media sosial secara bersama-sama terhadap minat penggunaan produk *fintech*. Sumbangan relatif literasi keuangan sebesar 37,1 persen dan sumbangan relatif strategi promosi melalui media sosial sebesar 62,9 persen. Sumbangan efektif total sebesar 46,24 persen terdiri dari sumbangan efektif tingkat literasi keuangan sebesar 17,14 persen dan sumbangan efektif strategi promosi melalui media sosial sebesar 29,10 persen. Pemahaman tentang keuangan yang baik dan adanya strategi promosi melalui media sosial yang menarik maka rasa ingin tahu atau minat mahasiswa dalam menggunakan produk *fintech* akan semakin besar karena sudah didukung dari faktor dari dalam diri individu tentang pemahaman keuangan dan didorong dengan adanya faktor dari luar yaitu strategi promosi yang lebih menarik.

SARAN

1. Mahasiswa harus mampu meningkatkan tingkat pemahaman keuangan yang tinggi atau masuk dalam kategori baik. Sehingga dengan bekal pemahaman keuangan yang baik mahasiswa mampu membantu masyarakat dalam menyelesaikan permasalahan ekonomi.
2. Literasi keuangan sangat perlu ditingkatkan tidak hanya pada kalangan mahasiswa, tetapi masyarakat juga diperlukan pelaksanaan edukasi tentang literasi keuangan supaya masyarakat lebih paham dalam menggunakan produk finansial teknologi yang akhir-akhir ini sangat banyak digunakan oleh pengguna *smartphone* di Dunia.
3. Keputusan perusahaan dalam menggunakan strategi promosi terutama media sosial sangat perlu difokuskan lagi agar lebih menarik minat serta perlu memperhatikan faktor lain yang memberikan dampak dalam upaya meningkatkan minat penggunaan produk finansial teknologi.
4. Persaingan bisnis produk *fintech* ini menjadi tantangan baru bagi dunia perbankan dalam menyediakan layanan keuangan maka diperlukan kerjasama antar dunia

perbankan dengan perusahaan *fintech*, sehingga dapat memperluas akses perbankan dan meningkatkan pemahaman tentang produk finansial teknologi.

DAFTAR PUSTAKA

- Chriasmastianto, A. W. Imanuel. “Analisis SWOT Implementasi Teknologi Financial terhadap Kualitas Layanan Perbankan di Indonesia”. Vol 28. No 1. 2017.
- DBS Bank. “Meningkatkan Finansial Inklusi Melalui Digitalisasi Perbankan. Jurnal DBS Bank”.
- EPI FAI UMY, 2016. *Modul Komputer Statistik*. Yogyakarta.
- Ghazali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: Badan penerbit – Universitas Diponegoro.
- Manurung, Adler H., dan Lutfi T. Rizky. 2009. *Succesful Financial Planner : A Complete Guide*. Jakarta: Grasindo.
- Margaretha, Farah., dan Reza Arief Pambudhi. “Tingkat Literasi Keuangan Pada Mahasiswa S-1 Fakultas Ekonomi”. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan. Vol 17. No 1. Halaman 76-85. 2015.
- Rasyid, Rosyeni. “Analisis Tingkat Literasi Keuangan Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang”. Jurnal Kajian Manajemen Bisnis. Vol 1. No 2. Padang. September 2012.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Ulfatun, Titik. “Analisis Tingkat Literasi Keuangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta Tahun 2012-2014”. PELITA, Vol XI. No. 2. Yogyakarta. Agustus 2016.
- www.cnnindonesia.com. Diakses pada 21 Desember 2017 pukul 10:12 WIB.
- www.sikapuangmu.ojk.go.id. Diakses pada 20 Januari 2018 pukul 13:50 WIB.
- www.bi.go.id/id/edukasi-perlindungan-konsumen/edukasi/produk-dan-jasasp/fintech/pages/default.aspx. Diakses pada 24 Mei 2017 pukul 08.00 WIB.

LAMPIRAN

Kuesioner

I. Identitas Responden

1. Nama:
2. NIM :
3. Prodi :
 - a Akuntansi
 - b Manajemen
 - c. Ilmu Ekonomi
 - d. Ekonomi Syariah
4. Jenis Kelamin :
 - a Laki-laki
 - b. Perempuan
5. Pendapatan (perbulan) :
 - a 500.000 – 3.000.000
 - b 3.000.000 – 4.000.000
 - c >4.000.000
6. Pengeluaran (perbulan) :
 - a <500.000
 - b 500.000 – 2.000.000
 - c 2.000.000 – 4.000.000
 - d >4.000.000
7. Apakah Anda mempunyai rekening di Bank Syariah maupun Konvensional?
 - a Ya,(sebutkan nama bank tersebut)
 - b Tidak Ada
8. Produk finansial teknologi mana yang pernah anda gunakan?
 - a. Gopay dari Gojek
 - b. Grappay dari Grab
 - c. Shoppay dari Shoppe
 - d. Bukadompot dari Bukalapak
 - e. Tokocash dari Tokopedia
 - f. Tcash dari Telkomsel
 - g. Paytren
 - h. Lain-lain (silahkan isi)
Berapa kali dalam seminggu anda menggunakan produk finansial teknologi tersebut?.....(silahkan isi)

II. Item Pernyataan

1. Literasi Keuangan

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	TT	TS	STS
1.	Saya paham tentang keuangan secara umum.	SS	S	TT	TS	STS
2.	Saya juga paham tentang keuangan syariah.	SS	S	TT	TS	STS
3.	Saya mengeluarkan uang sesuai dengan kebutuhan.	SS	S	TT	TS	STS
4.	Saya selalu menyisihkan uang untuk ditabung.	SS	S	TT	TS	STS
5.	Saya mengetahui dan memahami tentang zakat, infaq dan sedekah.	SS	S	TT	TS	STS
6.	Zakat merupakan kewajiban bagi setiap muslim.	SS	S	TT	TS	STS
7.	Saya rutin membayar zakat fitrah, zakat maal, infaq dan sedekah.	SS	S	TT	TS	STS
8.	Saya selalu mendahulukan kebutuhan dibandingkan dengan keinginan.	SS	S	TT	TS	STS
9.	Saya selalu merancang keuangan masa depan.	SS	S	TT	TS	STS
10.	Saya sadar keuangan perlu direncanakan dengan baik..	SS	S	TT	TS	STS
11.	Saya memiliki dana untuk keperluan darurat.	SS	S	TT	TS	STS
12.	Saya selalu membandingkan harga ketika saya membeli sesuatu.	SS	S	TT	TS	STS

13.	Saya selalu membaca dan menonton televisi	SS	S	TT	TS	STS
	tentang keuangan agar pengetahuan saya meningkat.					
14.	Saya selalu membaca teliti dan memahami lembar perjanjian sewa atau hutang sebelum menandatangani.	SS	S	TT	TS	STS
15.	Saya selalu membuat list pengeluaran untuk bulanan.	SS	S	TT	TS	STS
16.	Saya mengikuti perkembangan perekonomian.	SS	S	TT	TS	STS
17.	Saya sulit memahami keinginan dan kebutuhan.	SS	S	TT	TS	STS
18.	Saat akan membeli, biasanya saya akan berhati-hati dalam menentukan harga barang yang akan saya beli.	SS	S	TT	TS	STS
19.	Pendapatan yang saya dapatkan cukup untuk membiayai kebutuhan setiap bulannya.	SS	S	TT	TS	STS
20.	Merencanakan keuangan itu penting.	SS	S	TT	TS	STS

2. Strategi promosi *fintech* melalui media sosial *instagram*

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
1.	Iklan dalam media sosial sangat berguna dalam memberikan informasi.	SS	S	TT	TS	STS
2.	Berita dan gambar yang terdapat pada media sosial dapat dipercaya.	SS	S	TT	TS	STS

3.	Saya rasa pesan yang disampaikan perusahaan <i>fintech</i> bersifat positif dan berguna dalam mengenalkan produk.	SS	S	TT	TS	STS
4.	Jangkauan promosi produk <i>fintech</i> sangat luas, semua bisa melihat dengan mengunjungi akun instagram.	SS	S	TT	TS	STS
5.	Penyampaian pesan/informasi dari perusahaan <i>fintech</i> kepada konsumen melalui gambar/foto sangat menarik dan inovatif.	SS	S	TT	TS	STS
6.	Postingan melalui akun instagram perusahaan <i>fintech</i> memberikan informasi yang jelas dan mudah dipahami.	SS	S	TT	TS	STS
7.	Saya tertarik dan suka dengan strategi promosi yang dilakukan perusahaan <i>fintech</i> melalui akun instagram.	SS	S	TT	TS	STS

3. Minat penggunaan produk *fintech*

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
1.	Saya memahami dengan baik tentang finansial teknologi (<i>fintech</i>).	SS	S	TT	TS	STS
2.	Saya mengetahui dengan pasti produk-produk dari <i>fintech</i> .	SS	S	TT	TS	STS
3.	Saya merasa lebih dimudahkan dalam mengakses produk-produk keuangan dengan adanya <i>fintech</i> .	SS	S	TT	TS	STS

4.	Saya merasa lebih dimudahkan dalam bertransaksi dengan adanya <i>fintech</i> .	SS	S	TT	TS	STS
5.	Saya merasa ada manfaat jika saya bertransaksi menggunakan produk <i>fintech</i> .	SS	S	TT	TS	STS
6.	Saya tertarik dengan adanya <i>fintech</i> sebagai inovasi baru dari industri keuangan.	SS	S	TT	TS	STS
7.	Saya berniat untuk menggunakan produk <i>fintech</i> karena lebih praktis.	SS	S	TT	TS	STS
8.	Saya berpikir bahwa saya akan mencoba menggunakan produk <i>fintech</i> sebagai alat pembayaran pada saat melakukan transaksi.	SS	S	TT	TS	STS
9.	Saya berencana akan menggunakan produk <i>fintech</i> sebagai alat pembayaran pada saat melakukan transaksi.	SS	S	TT	TS	STS
10.	Saya lebih memilih menggunakan produk <i>fintech</i> daripada harus pergi ke bank, atm ataupun loket pembayaran.	SS	S	TT	TS	STS
11.	Saya berharap dan akan terus menggunakan produk <i>fintech</i> yang saya lakukan sebagai alat pembayaran akan terus berlanjut di masa yang akan datang.	SS	S	TT	TS	STS