

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

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 secara menyeluruh, agar masyarakat dapat menentukan produk dan layanan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan. 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 di lingkungan keluarga maupun pendidikan formal di lingkungan perguruan tinggi. Pembelajaran formal yang dilakukan di perguruan 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. Menurut Irma Agus Fitriani, Kepala Bagian Edukasi OJK, peningkatan edukasi literasi keuangan dimulai dari mahasiswa dan dosen. Setelah mendapatkan edukasi, mahasiswa dan dosen dapat menyalurkan ke masyarakat atau komunitas melalui KKN Tematik, *forum group discussion*, training, atau penelitian (wartaeq.com).

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](http://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 Chrismastianto 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 gengam 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 lain-lain. *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 tersebut. 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.

Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan skripsi penulis yaitu tingkat literasi keuangan di kalangan mahasiswa sudah dilakukan di berbagai perguruan tinggi, hal ini mendorong dilakukan penelitian sejenis untuk mendapatkan perbedaan dengan tingkat literasi keuangan di perguruan tinggi yang telah memperoleh cukup banyak mata kuliah yang mengarahkan mereka untuk melek keuangan.

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 serta 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*.

**Tabel 1. 1**  
**Data Mahasiswa Aktif Pada Prodi Ekonomi Universitas**  
**Muhammadiyah Yogyakarta**

<b>Fakultas</b>	<b>Program Studi</b>	<b>Jumlah Mahasiswa</b>
<b>Fakultas Ekonomi dan Bisnis</b>	Akuntansi	1512 Mahasiswa
	Manajemen	2145 Mahasiswa
	Ilmu Ekonomi	1419 Mahasiswa
<b>Fakultas Agama Islam</b>	Ekonomi Syariah	988 Mahasiswa
<b>Jumlah Mahasiswa</b>		<b>6064 Mahasiswa</b>

Sumber: forlap.ristekdikti.go.id, 2017/2018.

Dari survei awal yang dilakukan penulis, sebagian mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta sudah memiliki rekening tabungan dan rata-rata mahasiswa memiliki rekening tabungan syariah maupun konvensional. Dari survei tersebut, bahwa sebagian mahasiswa Universitas

Muhammadiyah Yogyakarta rata-rata sudah memiliki rekening dan hal itu tidak mesti didukung dengan pengetahuan tentang literasi keuangan yang baik, maka para mahasiswa mulai dituntut minimal sudah harus melek finansial atau *well literate*.

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 tingkat 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. Dari hal tersebut penulis tertarik menyusun karya tulis dengan judul **“PENGARUH TINGKAT LITERASI KEUANGAN TERHADAP MINAT**

## **PENGGUNAAN PRODUK FINANSIAL TEKNOLOGI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA”.**

### **B. Rumusan Masalah**

Dilihat dari latar belakang di atas, maka disimpulkan rumusan masalah penelitian seperti berikut:

1. Bagaimana tingkat literasi keuangan pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta?
2. Apakah tingkat literasi keuangan pada mahasiswa berpengaruh terhadap minat menggunakan produk finansial teknologi?
3. Apakah strategi promosi melalui media sosial berpengaruh terhadap minat menggunakan produk finansial teknologi?
4. Apakah tingkat literasi keuangan dan strategi promosi melalui media sosial berpengaruh terhadap minat menggunakan produk finansial teknologi?

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian yang akan diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana tingkat literasi keuangan pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh tingkat literasi keuangan pada mahasiswa terhadap minat menggunakan produk finansial teknologi.

3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh strategi promosi melalui media sosial terhadap minat menggunakan produk finansial teknologi.
4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh tingkat literasi keuangan dan strategi promosi melalui media sosial terhadap minat menggunakan produk finansial teknologi.

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

Dengan dilaksanakannya penelitian ini diharapkan akan memberikan kegunaan sebagai berikut:

##### **1. Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan teori serta menambah informasi ilmiah menjadi materi dalam mengembangkan dan menambah ilmu pengetahuan. Serta dapat menambah wawasan, dan bukti empiris mengenai bidang literasi khususnya tentang literasi keuangan dan bagaimana pengaruh strategi promosi melalui media sosial terhadap minat penggunaan produk finansial teknologi setelah dan sebelum dalam memahami literasi keuangan. Serta dapat dijadikan bahan referensi dan perbandingan-perbandingan untuk penelitian selanjutnya.

##### **2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan dapat menjadi masukan pada perusahaan yang bergerak dalam bidang keuangan dalam mengetahui tingkat literasi keuangan pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta khususnya pada mahasiswa yang mendalami

ilmu keuangan dan mengetahui bagaimana pengaruh strategi promosi yang dilakukan perusahaan maupun komunitas dalam rangka meningkatkan minat penggunaan produk finansial teknologi. Serta dapat dijadikan sebagai acuan pada perusahaan dalam mengembangkan produk finansial teknologi.