

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum

Kota Bandung dapat dikatakan sebagai kota metropolitan terbesar di Jawa Barat sekaligus menjadi ibu kota Provinsi Jawa Barat. Kota ini terletak 140 km sebelah tenggara Jakarta, dan merupakan Kota terbesar ketiga di Indonesia setelah Jakarta dan Surabaya menurut jumlah penduduk. Sedangkan wilayah Bandung Raya disebut dengan wilayah metropolitan Bandung dan merupakan metropolitan terbesar ketiga di Indonesia setelah Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi). Kota Bandung adalah pusat pemerintah Provinsi Jawa Barat yang terletak di bagian Selatan pulau Jawa.

Kota Bandung memiliki julukan yaitu “Paris van Java” atau “Kota belanja”. Wilayah Kota Bandung dikelilingi oleh pegunungan yang dipisahkan oleh Kabupaten Bandung bagian Timur, Selatan dan Utara yang posisinya bagian Utara lebih tinggi yaitu rata-rata 1050 mdpl jika dibandingkan dengan bagian utara yaitu rata-rata 675 mdpl.

Berdasarkan tinjauan dari data Badan Pusat Statistik (BPS), wilayah dengan kepadatan tertinggi di Provinsi Jawa adalah Jawa Barat terutama Kota Bandung dengan jumlah penduduk pada 2024 mencapai 50.345.000 jiwa dan luas wilayah 35.377 (km²).

Provinsi di Indonesia	Jumlah Penduduk Menurut Provinsi di Indonesia (Ribu Jiwa)
	2024
Jawa Barat	50.345,2
Jawa Tengah	37.892,3
Jawa Timur	41.814,5

Gambar 1.1 Jumlah Penduduk Provinsi Jawa

Sumber : bps.go.id (2024)

Berdasarkan gambar 1.1 dapat disimpulkan Jawa Barat merupakan Provinsi pertama di Jawa yang memiliki jumlah penduduk mencapai 50.345.000 jiwa kemudian diikuti dengan Provinsi Jawa Timur dengan jumlah penduduk mencapai 41.814.000 jiwa kemudian jumlah penduduk terendah berada pada Provinsi Jawa Tengah yang memiliki jumlah penduduk mencapai 37.892.000 jiwa.

Kelompok Umur	Penduduk (Laki-Laki) (Ribu)	Penduduk (Perempuan) (Ribu)	Penduduk (Laki-Laki + Perempuan) (Ribu)
0-4	162,4	151,9	314,2
5-9	214,8	201,4	416,1
10-14	220,5	207,1	427,6
15-19	198,7	189,9	388,6
20-24	218,1	207,9	426,0
25-29	203,5	199,9	403,3
30-34	194,1	194,3	388,5
35-39	181,7	177,9	359,6
40-44	206,3	202,9	409,2
45-49	190,2	190,8	381,0

**Gambar 1.2 Jumlah Penduduk Kota Bandung Berdasarkan
Jenis Kelamin dan Kelompok Umur**

Sumber : bps.go.id (2024)

Berdasarkan gambar 1.2 jumlah penduduk terbanyak di Kota Bandung berada pada usia 15 sampai 29 tahun yang berarti merupakan generasi Z. Generasi Z merupakan generasi dengan sebutan “digital natives” yang lahir pada tahun 1997 hingga 2012 yang memiliki karakteristik seperti individualisme, pemikiran terbuka, cepat memahami sesuatu, rasa ingin tahu yang tinggi, keinginan yang serba instan, dan mandiri (Karina, dkk dalam Zakwan, 2025 : 6)

Mahasiswa merupakan orang – orang yang berasal dari masyarakat dan memiliki status sebagai mahasiswa melalui ikatannya dengan perguruan tinggi. Mahasiswa adalah seseorang dengan usia sekitar 18 - 25 tahun, yang dapat disebut remaja akhir sampai dewasa awal. Mahasiswa sendiri memiliki tingkatan mulai dari D3 (Diploma), umumnya mahasiswa D3 minimal berusia 18 tahun dengan durasi studi 3 tahun, selain itu tingkat S1 (Sarjana) yang umumnya mahasiswa S1 berusia 18 tahun dengan durasi studi 4 tahun, S2 (Magister) dengan usia 21 tahun dengan durasi studi selama 2 tahun, dan S3 (Doktor) merupakan tingkatan paling akhir dengan durasi studi selama 3 – 6 tahun.

Tabel 1.1 Jumlah Mahasiswa di Kota Bandung

Jumlah mahasiswa pendidikan tinggi negeri	Jumlah mahasiswa pendidikan tinggi swasta	Jumlah mahasiswa pendidikan tinggi + negeri
94.739	210.673	305.412

Sumber : bps.go.id (2024)

1.2 Latar Belakang Penelitian

Pola konsumsi masyarakat Indonesia menunjukkan peningkatan signifikan setiap tahunnya, seiring dengan pertumbuhan ekonomi, teknologi, dan gaya hidup. Konsumsi merupakan suatu kegiatan yang bertujuan mengurangi atau menghabiskan barang dan jasa dalam rangka pemenuhan kebutuhan dan kepuasan secara langsung (Putri et.,al, 2022:9). Lalu pola konsumsi adalah susunan tingkat kebutuhan seseorang untuk jangka waktu tertentu yang akan dipenuhi dari penghasilannya. Dalam menyusun pola konsumsi, pada umumnya manusia akan mendahulukan kebutuhan pokok seperti sandang (pakaian), pangan (makanan dan minuman), dan papan (tempat tinggal). Adapun kebutuhan lain yang kurang pokok akan dipenuhi jika penghasilannya mencukupi (Azizah, 2019:3).

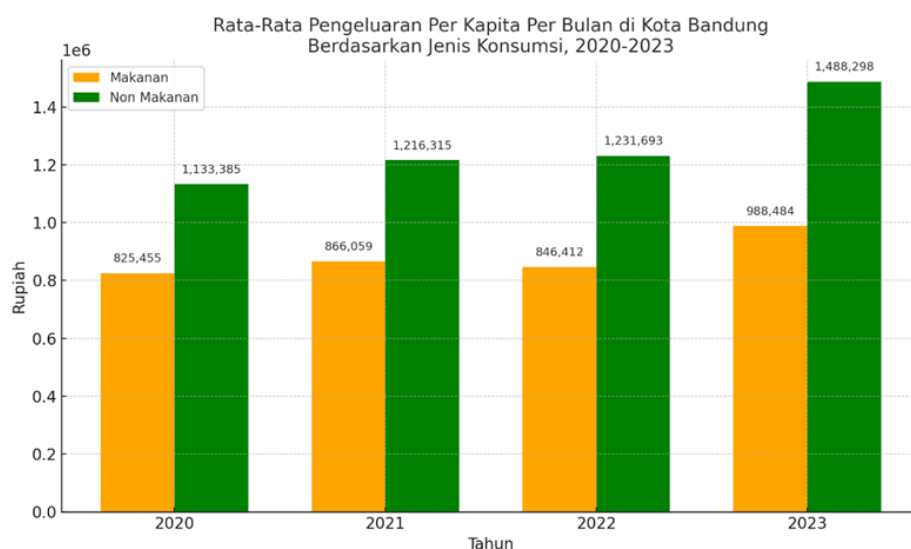
Pola Konsumsi dan Pengeluaran Rumah Tangga per Kapita per Bulan, 2020 - 2023				
<i>Household Consumption and Expenditure Patterns per Capita per Bulan, 2020 - 2023</i>				
Uraian	Tahun			
	2020	2021	2022	2023
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Rata-Rata Pengeluaran Per Kapita Per Bulan (Rp.)	1.958.841	2.082.375	2.078.106	2.476.783
Persentase Pengeluaran Rumah Tangga (persen)				
a. Makanan	42,14	41,59	40,73	39,91
b. Non Makanan	57,86	58,41	59,27	60,09

Gambar 1.3 Pola Konsumsi dan Pengeluaran Rumah Tangga per Kapita per Bulan di Indonesia (2020-2023)

Sumber: bps.go.id (2024)

Berdasarkan gambar 1.3 menjelaskan bahwa pola konsumsi masyarakat Indonesia mencatat adanya perubahan dengan peningkatan proporsi pengeluaran untuk kebutuhan non makanan sedangkan untuk pengeluaran makanan cenderung mengalami penurunan setiap tahunnya. Pola konsumsi di Indonesia mengalami perubahan signifikan. Di tengah pertumbuhan ekonomi yang fluktuatif dan tantangan global yang semakin kompleks, sektor primer yang mencakup kebutuhan pokok seperti pangan, sandang, dan papan, justru mengalami penurunan dalam hal prioritas pengeluaran. Sebaliknya untuk sektor non makanan semakin meningkat. Fenomena pergeseran ini mengindikasikan bahwa masyarakat Indonesia semakin banyak mengalokasikan pengeluaran untuk kebutuhan selain makanan seperti kebutuhan-kebutuhan yang sifatnya sekunder yang dapat meningkatkan kualitas hidup atau gaya hidup

Perubahan terhadap pergeseran pola konsumsi juga dapat diamati pada kehidupan masyarakat di kota-kota besar, salah satunya yaitu Kota Bandung. Kota Bandung dapat dikatakan sebagai kota metropolitan terbesar di Jawa Barat sekaligus menjadi ibu kota Provinsi Jawa Barat. Kota Bandung memiliki pengaruh signifikan terhadap kondisi ekonomi provinsi Jawa Barat karena jumlah penduduknya mencapai 41.814.500 jiwa (Badan Pusat Statistik Kota Bandung, 2024). Banyaknya penduduk di Kota Bandung menjadikan salah satu kota yang paling banyak melakukan pengeluaran konsumsi karena Kota Bandung merupakan kota ke 4 yang rata-rata pengeluaran per kapita nya terbesar di Jawa Barat (Badan Pusat Statistik Kota Bandung, 2024)



Gambar 1.4 Rata-Rata Pengeluaran Per Kapita Per Bulan di Kota Bandung (2020-2023)

Sumber: bps.go.id (2024)

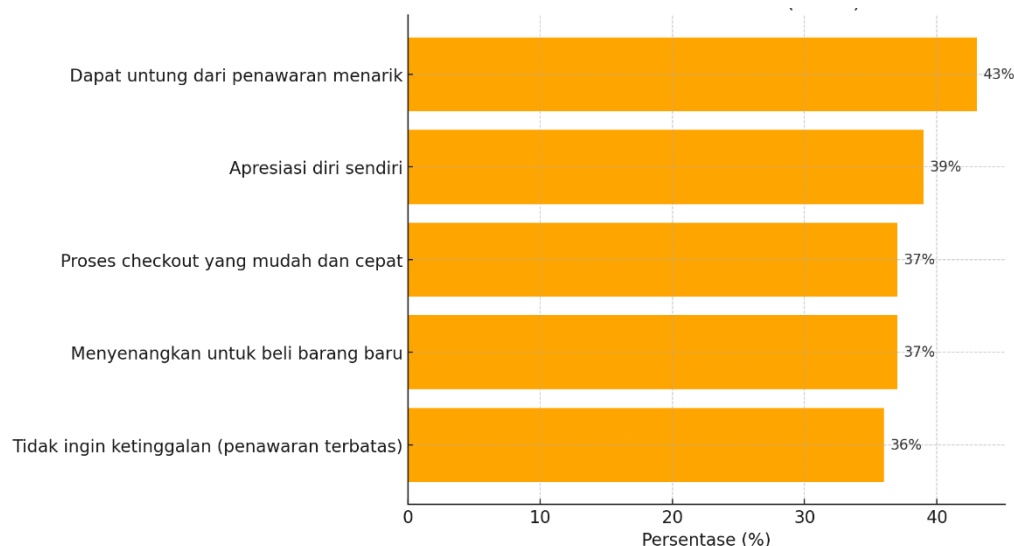
Berdasarkan gambar 1.4 menjelaskan bahwa pola konsumsi masyarakat Kota Bandung mencatat adanya perubahan dengan peningkatan proporsi pengeluaran untuk kebutuhan non makanan sedangkan untuk pengeluaran makanan cenderung stabil setiap tahunnya, meskipun pada tahun 2021 Indonesia mengalami masa pandemi COVID-19 sehingga berdampak pada berbagai sektor ekonomi yang dimana seharusnya menyebabkan aktivitas konsumsi masyarakat mengalami penurunan. Tetapi sebaliknya, pengeluaran konsumsi justru tetap mengalami peningkatan yang berarti mencerminkan daya beli dan pola konsumsi masyarakat relatif stabil di tengah situasi krisis.

Pengeluaran konsumsi rumah tangga masyarakat Kota Bandung per tahunnya mengalami peningkatan, kebutuhan masyarakat Kota Bandung tidak hanya fokus pada kebutuhan pokok saja seperti makanan, namun pada kebutuhan lain seperti pakaian, perlengkapan rumah tangga, dan peralatan elektronik. Tingkat konsumsi yang berlebih tersebut dapat terjadi dikarenakan banyaknya jumlah penduduk dan banyaknya pusat perbelanjaan, media promosi yang kuat, dan akses yang mudah terhadap berbagai produk serta adanya tekanan sosial untuk mengikuti tren.

Peningkatan pola konsumsi di Kota Bandung sesuai dengan Kota Bandung yang dikenal sebagai kota yang memiliki kreativitas tinggi dan telah diakui oleh *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO)* sebagai salah satu *Creative Cities Network (CCN)* pada Desember 2015. Kota Bandung memiliki potensi sebagai pusat mode sekaligus pusat industri mode karena adanya berbagai macam fasilitas pusat perbelanjaan selain itu adanya beberapa industri garmen dan tekstil yang mendukung perkembangan mode di Kota Bandung (Andriani, 2020:2). Banyaknya usaha fashion yang beraneka ragam ini memberikan kemudahan konsumen dalam memilih produk sesuai dengan selera masing-masing. Trend belanja pun sekarang sudah mulai berubah bukan hanya untuk mengkonsumsi mengenai kebutuhan hidup tapi sudah menjadi gaya hidup agar tampil *up to date* dan modis di lingkungan sosial (Rakha, 2020:5). Berdasarkan penelitian terdahulu (Priscillia, 2024:2) yang menyatakan bahwa beberapa generasi Z di Kota Bandung cenderung berbelanja baju karena sesuai dengan *style*, tetapi mereka tidak selalu membeli karena kebutuhan, kadang karena perasaan ingin memiliki model pakaian kekinian juga mendorong mereka untuk membeli produk-produk tersebut. Generasi Z di Kota Bandung menunjukkan kecenderungan untuk memiliki tingkat konsumsi yang tinggi, terutama terkait dengan fashion. Generasi Z cenderung lebih sering berbelanja pakaian, aksesoris, dan produk kecantikan (Somantri, 2024:8).

Berdasarkan fenomena pergeseran pola konsumsi yang terus meningkat setiap tahunnya di Indonesia maupun di Kota Bandung sangat relevan jika dikaitkan dengan pola konsumsi generasi Z. Menurut *Pew Research Center*, generasi Z merupakan generasi yang lahir antara tahun 1997-2012 yaitu yang berada pada usia 13 – 28 tahun. Dilansir Ensiklopedia Britannica, generasi Z disebut sebagai generasi digital native pertama dan generasi Z identik dengan kehidupan yang akrab dengan digital karena hidup generasi Z sepenuhnya dijalani dengan koneksi digital. Sehingga menyebabkan kemudahan akses belanja online yang menjadi salah satu faktor utama yang mendorong pola konsumsi yang tinggi di kalangan generasi Z (RRI,2025)

Kemudahan dan kepraktisan dalam mendapatkan suatu barang di zaman sekarang membuat masyarakat terkhususnya para generasi Z ketagihan untuk berbelanja (Nasrulloh et., al. 2023). Menurut Venia et al., dalam Pattikawa (2024:11) Generasi Z yang mencakup mahasiswa sangat mudah dipengaruhi oleh stimulus agar melakukan pembelian karena lebih terpapar oleh media sosial yang memberikan konten terkait promosi produk menarik dan dapat memicu pembelian impulsif dan membuat mahasiswa memiliki sifat hedonis, konsumtif, dan boros. Hasil survey yang ditunjukkan pada gambar dibawah ini menyatakan berbagai alasan generasi Z melakukan belanja secara impulsif.



Gambar 1.5 Alasan Generasi Z Berbelanja Secara Implusif

Sumber: gwi.com (2023)

Berdasarkan gambar 1.5 menjelaskan faktor alasan berbelanja impulsif generasi Z dikarenakan mendapat keuntungan dari penawaran yang menarik. Hal ini menyebabkan *urge*

to buy secara emosional, bukan rasional, sehingga meningkatkan kecenderungan membeli barang yang sebenarnya tidak direncanakan sebelumnya. Ada pula indikator-indikator yang mempengaruhi sikap impulsif antara lain terdapatnya tawaran hadiah pada saat membeli produk, kemasan yang menarik, gengsi, pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat serta kegunaanya), melindungi status, timbulnya rasa percaya diri jika membeli produk mahal (Adriani, 2023). Berkaitan dengan faktor faktor yang memudahkan untuk berbelanja menyebabkan akan lebih mudah untuk melihat produk yang ditawarkan secara online dan membuat niat dan minat konsumen untuk membeli tanpa memikirkan kegunaan atau manfaat dari barang tersebut atau dengan kata lain membeli berdasarkan keinginan bukan kebutuhan (Septiansari et., al, 2021:54). Hal tersebut merupakan perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif adalah keinginan yang tidak terkendali untuk menggunakan atau mengkonsumsi suatu barang atau jasa (Pamungkas & Firmialy, 2023). Perilaku konsumtif ialah sikap orang yang ditunjukkan untuk konsumsi dengan cara kelewatan serta tidak terencana kepada pelayanan serta benda yang kurang dibutuhkan ataupun tidak dibutuhkan (Febriani & Dewi dalam Paujiah, 2023:154)

Perilaku konsumtif menyebabkan pengelolaan keuangan yang tidak sehat yang seringkali mengakibatkan perilaku keuangan atau yang biasanya disebut *financial behavior* yang tidak bertanggung jawab. *Financial behavior* merupakan kemampuan seseorang yang berkaitan dengan tanggung jawab keuangannya mulai dari perencanaan, anggaran, pengelolaan, pengendalian, mencari dan menyimpan keuangan dalam kehidupan sehari-hari dan dapat memanfaatkan aset keuangan dan aset lainnya menjadi produktif atau dapat dimanfaatkan dengan baik dalam penggunaannya (Rizkiawati & Asandimitra, 2018). Perilaku konsumtif dapat terjadi pada kalangan mahasiswa, Rachmawati dan Nuryana dalam Putri et.,al (2024:77) mendapati fakta bahwa sebesar 23% biaya mahasiswa difungsikan untuk kepentingan di luar pendidikan seperti membeli skincare, pakaian, tas dan sepatu, sedangkan 17% digunakan untuk kebutuhan kuliah. Setiadi (2024) menemukan fakta bahwa 49,8% mahasiswa memakai dananya untuk minat lain seperti fashion, sedangkan untuk perihal kepentingan kuliah hanya 31,5%. Hal tersebut menandakan bahwa mahasiswa lebih banyak mengalokasikan dananya untuk keinginan daripada kebutuhan. Sementara itu menurut hasil riset Kusumawati (2021) memperlihatkan bahwa 8 dari 10 mahasiswa tidak mampu memaksimalkan keahliannya dalam mengelola keuangan.

Mahasiswa lebih mengutamakan untuk menghabiskan uang mereka untuk sesuatu yang sesungguhnya tidak membutuhkannya, seperti merek produk tertentu. Hal ini didukung oleh

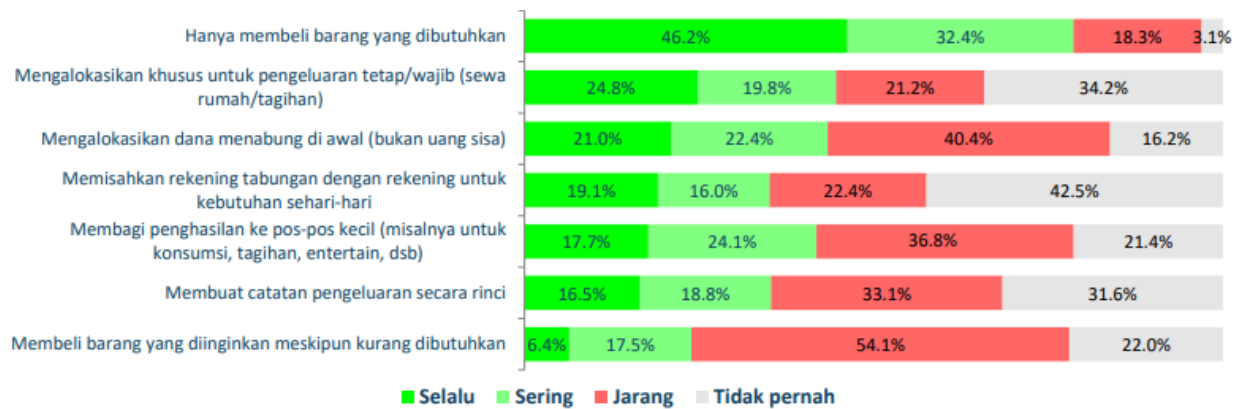
survei Alvara Research Center pada Juni 2022 yang menemukan bahwa 56% Generasi Z mengaku lebih sering berbelanja pakaian dibandingkan barang lainnya. Sebagai akibat dari memilih untuk membeli perlengkapan kampus seperti buku pendukung kuliah daripada mengikuti tren yang berkembang untuk mendapatkan pengakuan sosial di masyarakat. Siswa akan terdorong untuk membeli barang tanpa memikirkan dalam kegiatan yang mengikuti tren tersebut. Hal ini menyebabkan siswa berperilaku konsumtif, yang pada gilirannya mengarah pada perilaku boros. (Pohan et al., 2022)

Mahasiswa merupakan bagian dari komunitas yang berpendidikan serta memiliki dampak dan peran yang signifikan dalam pertumbuhan ekonomi dalam suatu negara. Selama masa studi di perguruan tinggi, mahasiswa belajar untuk menjadi mandiri dan bertanggung jawab termasuk dalam hal mengelola keuangan pribadi. Oleh karena itu, mahasiswa diharapkan lebih aktif untuk menabung di lembaga perbankan sebagai upaya untuk mengendalikan keuangan mereka. Hasil riset yang ditemukan (Agustina et.,al, 2024), yang menerangkan bahwa mahasiswa lebih sering menggunakan uang mereka guna memenuhi keinginan daripada kebutuhan. Tindakan tersebut akan mengarah pada perilaku keuangan yang tidak baik.

Berdasarkan Katadata (2023) bahwa sekitar 70% Generasi Z mengaku lebih memilih menghabiskan uang untuk pengalaman pribadi seperti travelling, kuliner, dan hiburan dibandingkan menabung yang menyebabkan tidak dapat mengelola keuangan dengan baik. Individu dengan financial behavior yang baik cenderung memiliki sikap yang lebih efektif dalam mengelola pendapatan, seperti menyusun anggaran, menghemat pengeluaran, melakukan investasi dan membayar kewajiban tepat waktu. Perilaku keuangan yang tidak baik bisa dikaitkan dengan siapa saja, termasuk mahasiswa generasi Z, berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) jumlah mahasiswa generasi Z di Kota Bandung yang berada pada kelompok umur 18 – 25 tahun pada tahun 2024 berjumlah 305.142 jiwa. Sebagian besar generasi Z tidak berdaya menghadapi pengaruh luar seperti sosial media, globalisasi dan kemudahan dalam mengakses hal apapun sehingga mudah terpengaruh oleh gaya hidup orang di sekitar mereka. Generasi Z yang menjadi sorotan karena usia mereka rentan terhadap sifat boros, generasi Z dapat dikatakan boros karena dampak dari sosial media sehingga menjadi boros karena sering melihat gaya hidup orang lain yang serba mewah dan instan (RRI, 2024).

Mahasiswa Generasi Z belum bisa memprioritaskan kebutuhan dibandingkan dengan keinginan dan juga belum mempunyai tanggung jawab dalam pengelolaan keuangan secara teliti. Tidak hanya itu, mahasiswa biasanya tidak mengalokasikan dana untuk menabung di

awal sehingga tidak mampu membuat rencana untuk menentukan kehidupan saat ini maupun di masa depan.

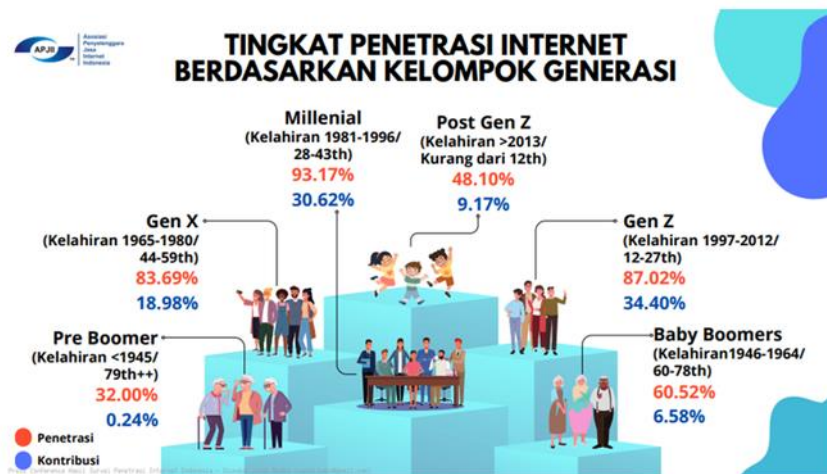


Gambar 1.6 Perilaku Keuangan Generasi Z

Sumber: Katadata.co.id (2024)

Berdasarkan gambar 1.6 dapat disimpulkan bahwa sebanyak 40,4% jarang mengalokasikan dana untuk menabung di awal dan 16,2% tidak pernah mengalokasikan dana untuk menabung di awal. Generasi Z juga tidak memisahkan rekening tabungan dengan rekening untuk kebutuhan sehari-hari dan tidak melakukan pencatatan pengeluaran secara rinci. Kurangnya kegiatan menabung, berinvestasi, perencanaan dana darurat, dan penganggaran dana untuk masa depan akan muncul ketika perilaku keuangan cenderung konsumtif karena tidak bertanggung jawab dalam mengelola keuangan (Herdjiono & Damanik dalam Baptista & Dewi, 2021). Generasi Z cenderung boros dan tidak peduli untuk membangun dana darurat dan generasi Z memiliki gaya hidup yang tidak sebanding dengan pendapatan mereka lalu generasi Z memiliki kecenderungan untuk mengikuti tren dan gaya hidup yang mahal sehingga menyebabkan mereka enggan menabung atau berinvestasi (CNBC,2024).

Perilaku keuangan yang tidak sehat ini disebabkan karena semua kegiatan yang telah terkoneksi dengan internet sehingga memudahkan dalam melakukan aktivitas mulai dari pembelian hingga pembayaran.



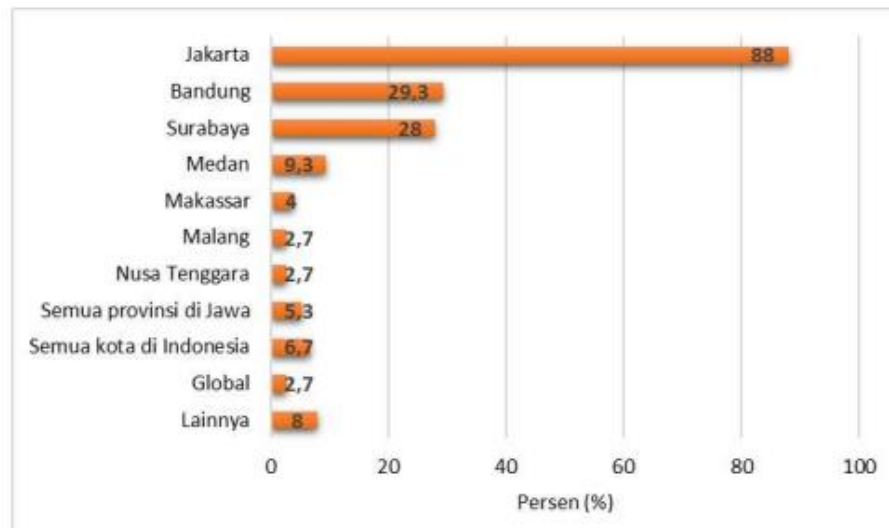
Gambar 1.7 Tingkat Penetrasi Internet Berdasarkan Kelompok Generasi

Sumber: APJII (2024)

Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) Tahun 2024 persentase mahasiswa yang berkontribusi dalam penetrasi internet adalah mencapai 34,4%. Peningkatan pertumbuhan pengguna internet pada zaman globalisasi dan kemajuan pesat pada teknologi informasi, menimbulkan keterkaitan yang erat antara teknologi dan pembangunan ekonomi sehingga menjadi dasar untuk kemajuan suatu negara (Handyka dalam Pattikawa, 2024:5). Dinamika pergerakan ekonomi telah mengalami transformasi seiring dengan kemajuan era digitalisasi, dan perlahan menggantikan peran manusia dengan peran teknologi digital (Kumala dalam Pattikawa, 2024:6). Salah satu bidang atau sektor yang merasakan tuntutan digitalisasi adalah sektor jasa keuangan seperti perbankan.

Menurut Firli dan Fanesa dalam Sahyana (2024:2) perkembangan teknologi yang pesat memungkinkan masyarakat melakukan transaksi hanya melalui gadget yang dimilikinya. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2023), hal ini disebabkan oleh potensi besar ekonomi Indonesia untuk mengadopsi tren digitalisasi yang tercermin dalam tiga aspek utama yaitu peluang digital, perilaku digital, dan transaksi digital. Pesatnya perkembangan teknologi dan luasnya jangkauan layanan internet menyebabkan industri sektor perbankan memunculkan *financial technology* sebagai inovasi terkini yang merupakan pemanfaatan teknologi digital dalam menangani masalah terkait perantara keuangan. *Financial technology* merupakan hasil perpaduan layanan keuangan dan teknologi, yang mengubah metode pembayaran dari tradisional menjadi modern seperti membayar secara langsung menggunakan uang tunai, sekarang tidak perlu membawa uang cash tetapi bisa menggunakan QRIS hanya dengan membawa gadget.

Berdasarkan laporan terkait riset yang dilaksanakan oleh Asosiasi Fintech Indonesia & Katadata Insight Center, mayoritas pasar utama perusahaan *fintech* di Indonesia berada di Pulau Jawa. Kota Bandung berada pada posisi kedua wilayah yang menjadi pasar utama *fintech* di tanah air.



Gambar 1.8 Pasar Utama Financial Technology
Sumber: Katadata Insight Center (2023)

Salah satu inovasi yang diciptakan dari *financial technology* yaitu pembayaran digital berbasis dengan *QR Code Indonesia Standard (QRIS)*. QRIS dapat melakukan pembayaran tanpa menggunakan uang tunai atau kartu fisik, dengan adanya QRIS sebagai layanan pembayaran digital dapat saling berkomunikasi dan beroperasi secara bersamaan. Karena hadirnya *financial technology* seperti QRIS dapat memberikan kemudahan dalam sistem pembayaran dan inklusi keuangan yang lebih baik. Bank Indonesia (BI) menyatakan transaksi Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) mencatatkan pertumbuhan yang signifikan dalam setahun terakhir, yakni mencapai 226,54 persen. “Transaksi QRIS tumbuh 226,54 persen year on year (yoy), dengan jumlah pengguna mencapai 50,50 juta dan jumlah merchant 32,71 juta,” kata Gubernur BI Perry Warjiyo dalam konferensi pers hasil Rapat Dewan Gubernur (RDG) BI

Pembayaran dengan QRIS membantu masyarakat dalam melakukan pembayaran dengan lebih praktis dan cepat. Inovasi teknologi ini memungkinkan penggunaanya untuk

melakukan transaksi tanpa harus pergi ke bank atau ATM untuk mengambil uang tunai. *Fintech payment* memberikan kemudahan dalam proses pembelian yang dapat mendorong pembelian impulsif karena tidak perlu berpikir panjang atau mempertimbangkan kondisi keuangan secara langsung. (Menurut Yahya et, al 2023:276)

Menurut riset yang dilakukan Indriyani & Sartika (2022) 92,6% Generasi Z (yang mana disini mahasiswa termasuk dalam Generasi Z) setuju bahwa QRIS menawarkan keuntungan untuk aktivitas transaksi, dan 93,63% Generasi Z menyetujui QRIS menawarkan banyaknya kemudahan. Hal ini dikarenakan Generasi Z percaya bahwa metode pembayaran elektronik lebih nyaman atau lebih cepat dibandingkan perbankan tradisional dikarenakan menghemat waktu ataupun uangnya (Karim et al., 2020). Tentu dengan kemudahan tersebut mampu membuat perubahan gaya hidup mahasiswa menuju ke perilaku konsumtif.

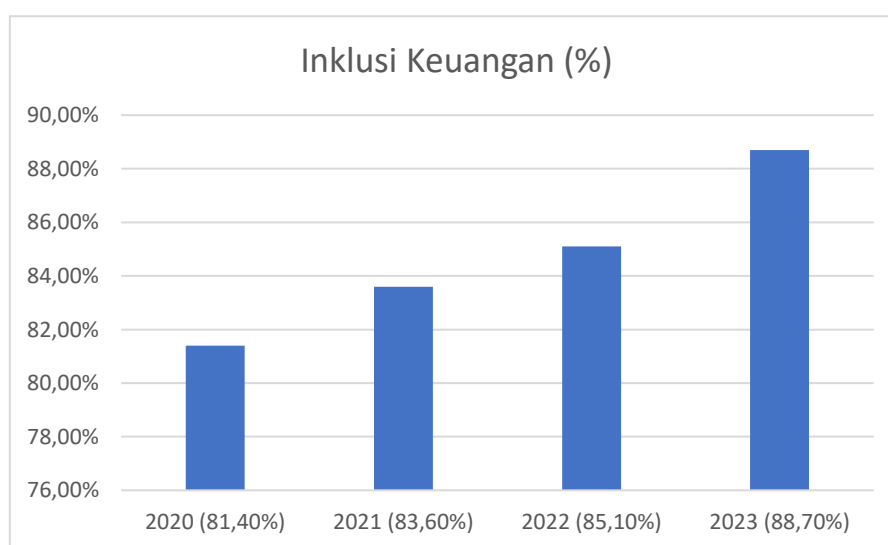
Kemudian berdasarkan gambar 1.7 yang sudah dijelaskan diatas bahwa persentase mahasiswa yang berkontribusi dalam penetrasi internet adalah mencapai 34,4%. Hal tersebut membuktikan bahwa mahasiswa termasuk kalangan masyarakat yang sangat terdampak dengan adanya *fintech*. Selain *fintech* yang menyebabkan mahasiswa kesulitan dalam mengelola keuangan pribadinya secara bijak dan efektif, sehingga perilaku keuangan yang ditampilkan lebih cenderung mengarah ke arah negatif. Oleh karena itu hal tersebut dibutuhkan pentingnya inklusi keuangan dalam mengelola perilaku keuangan yang dimiliki dengan baik agar tidak menjadi masalah keuangan di kemudian hari, karena seringkali kegagalan dalam mengelola keuangan seorang tidak disebabkan oleh rendahnya uang yang dimiliki, melainkan oleh tidak memanfaatkan kemudahan akses keuangan dalam mengatur dan mengalokasikan uang dengan tepat.

Menurut Timuneno et,al dalam Putri (2024:77), inklusi keuangan yaitu ketersediaan kanal produk dan fasilitas dari lembaga keuangan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan kapasitas masyarakat untuk menaikkan kualitas hidupnya. Sistem inklusi keuangan memberikan kemudahan kepada seluruh lapisan masyarakat dalam melakukan tabungan, mengajukan pinjaman, membangun aset, serta melakukan investasi dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan. Menurut Wira (2019) dalam jurnalnya mengatakan bahwasannya dengan inklusi keuangan, individu akan dimudahkan akses dalam keuangan yang nantinya akan memudahkan kegiatan ekonomi, serta dengan adanya inklusi keuangan yang baik maka individu dapat mengelola serta mengendalikan keuangannya. Apabila lebih banyak orang memiliki akses terhadap layanan keuangan, akan memberikan perubahan seperti munculnya perubahan pola

pengeluaran yang dimana dengan akses layanan keuangan, seorang individu akan lebih cenderung membuat perencanaan dan keputusan dalam perilaku keuangannya yang lebih terencana dan bijak sehingga akan membawa dampak positif terhadap perilaku keuangannya dalam menggunakan produk dan jasa keuangan yang ada.

Berdasarkan data dari CNBC Indonesia (2023) indeks inklusi keuangan Indonesia terus mengalami peningkatan, pada tahun 2022 mencetak angka 85,10%. Namun angka tersebut masih dibawah dari negara ASEAN yang lain, sebagaimana Malaysia dengan indeks sebesar 88,37%, Singapura sebesar 97,55% dan Thailand sebesar 95,58%. Tingginya indeks inklusi keuangan di Indonesia dapat memberikan dampak positif terhadap perilaku keuangan individu. Inklusi keuangan merupakan faktor pendukung bagi masyarakat terutama mahasiswa dalam mempermudah kegiatan menabung (Putri et.,al 2024).

Inklusi keuangan memiliki keterkaitan yang kuat sebagai faktor yang memberikan pengaruh bagi perilaku keuangan seseorang. Berdasarkan hasil survei Bulan Inklusi Keuangan (BIK) 2024 yang diadakan oleh OJK mencatat total capaian akses keuangan sebanyak 9.509.528 akses produk layanan/jasa keuangan atau naik sebesar 19,82% dari capaian Bulan Inklusi Keuangan (BIK) Tahun 2023. Walaupun terjadi peningkatan, gap atau perbedaan antara hasil survei Bulan Inklusi Keuangan (BIK) dengan gambar 1.4 bahwa berdasarkan gambar tersebut Kota Bandung merupakan kota konsumtif sehingga menunjukkan bahwa banyak mahasiswa yang menggunakan berbagai produk dan layanan keuangan namun belum memiliki pemahaman yang baik terkait produk dan layanan yang digunakan.



Gambar 1.10 Inklusi Keuangan di Indonesia

Sumber: otoritas jasa keuangan (2024)

Inklusi keuangan di Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya. Berdasarkan gambar 1.10 menyatakan bahwa tingkat presentasi inklusi keuangan pada tahun 2020 sebesar 81,4% lalu tahun 2021 sebesar 83,6% lalu meningkat lagi pada tahun 2022 sebesar 85,1% dan pada tahun 2023 semakin meningkat sebesar 88,7% tetapi dengan presentase inklusi keuangan yang meningkat tidak selalu diikuti dengan peningkatan perilaku keuangan yang baik karena seringkali ada kesenjangan antara akses ke layanan keuangan serta ketrampilan untuk menggunakannya secara efektif atau dengan baik. Untuk memperkuat data penelitian ini, penulis melakukan prakuesioner yang disebarakan kepada 30 responden, dimana responden dalam penelitian ini memiliki kriteria tertentu seperti: mahasiswa generasi Z, berdomisili di Kota Bandung. Berikut hasil pra survey dalam penelitian ini:

Tabel 1. 3 Hasil Pra Survey

No.	Pertanyaan	Jawaban	
		YA (%)	TIDAK (%)
1.	Apakah anda merasa fintech membantu dalam meningkatkan efisiensi pengelolaan keuangan pribadi?	66,7%	33,3%
2.	Apakah anda merasa fintech memudahkan dalam mengelola kegiatan keuangan sehari-hari?	66,7%	33,3%
3.	Apakah anda sering menggunakan fintech karena dapat memberikan tawaran keuntungan yang akan didapatkan seperti discount pada saat melakukan transaksi?	70%	30%
4.	Apakah anda mampu mengakses layanan keuangan dengan mudah?	70%	30%
5.	Apakah anda cukup mudah untuk memproses pengajuan produk keuangan (pinjaman, tabungan)	70%	30%
6.	Apakah anda memiliki tabungan untuk keperluan mendesak setelah mengakses layanan keuangan?	36,7%	63,3%
7.	Apakah anda secara rutin menggunakan rekening bank untuk transaksi keuangan?	86,7%	13,3%
8.	Apakah anda membandingkan harga ketika membeli produk atau layanan?	56,7%	43,3%
9.	Apakah anda memonitoring pengelolaan pengeluaran keuangan anda?	40%	60%
10.	Apakah anda menggunakan kartu kredit hanya untuk kebutuhan penting?	50%	50%
11.	Apakah anda menyisihkan sebagian pendapatan/uang saku untuk ditabung?	43,3%	56,7%
12.	Apakah anda membeli saham, obligasi, atau reksadana?	23,3%	76,7%

Sumber : Data Olah Pribadi (2025)

Berdasarkan hasil pra survey diatas maka dapat dideskripsikan bahwa mahasiswa generasi Z terbukti tidak dapat mengelola keuangannya dengan baik seperti pernyataan No 11, bahwa masih banyak mahasiswa yang tidak memonitoring pengelolaan pengeluaran keuangan

mereka. Terdapat gap atau perbedaan antara hasil pra survey mengenai *fintech* dan *financial behavior* yaitu hasil penggunaan *fintech* positif atau *fintech* banyak digunakan oleh mahasiswa tetapi hasil pernyataan No. 9 mengenai *financial behavior* masih rendah, yang berarti bahwa mahasiswa hanya menggunakan *fintech* untuk aktivitas konsumsi atau belanja tetapi tidak memanfaatkan layanan lainnya seperti pengelolaan keuangan. Berdasarkan gambar 1.5 diatas dijelaskan juga bahwa mahasiswa generasi Z sering melakukan belanja secara online/offline karena terdapat banyak discount hal ini didukung juga berdasarkan hasil pra survey yang menyatakan bahwa mahasiswa sering menggunakan *fintech* karena mendapatkan banyak tawaran keuntungan seperti discount saat melakukan transaksi menggunakan *fintech*.

Hal tersebut berdampak pada perilaku yang menjadi konsumtif serta berpotensi melakukan *impulsive buying*. Inovasi *fintech* mempermudah seseorang dalam melakukan transaksi sehingga berdampak pada perilaku keuangannya. *Fintech* melalui inklusi keuangan memiliki pengaruh terhadap perilaku keuangan, karena mahasiswa dengan pemahaman mengenai tabungan dan pinjaman dapat menggunakan *fintech* sebagai alat untuk mengatur keuangan mereka, baik untuk menabung maupun ber investasi (Khofifah et.,al, 2022)

Perilaku konsumtif lainnya yang menyebabkan financial behavior menjadi buruk atau tidak bertanggung jawab karena menurut penelitian yang dilakukan oleh Laturette et., al dalam Susanti (2024:4) menyatakan bahwa akses informasi dan berbagai macam tawaran yang sangat mudah ditemui oleh generasi Z sehingga memiliki prinsip YOLO (*You only live once*) dengan kata lain bahwa menikmati hidup saat ini tanpa mengkhawatirkan hidup kedepan. Hal ini dapat dilihat berdasarkan hasil pra survey bahwa generasi Z tidak menyisihkan uang nya untuk menabung dan tingkat kesadaran akan investasi masih kurang. Menurut riset IDN, *Research Institute* pada tahun 2019, mengalokasikan tabungan dari pendapatan hanya 10,17% pada generasi Z. Investasi yang selalu menjadi bagian dari pengelolaan keuangan, juga masih minim di kalangan generasi Z. Hal ini didukung oleh hasil penelitian dari *Future of Money* oleh Luno bekerjasama dengan *Dalia Research* sebanyak 69 % generasi Z tidak memiliki strategi investasi dan didukung juga melalui hasil pra survey yang menyatakan bahwa mahasiswa masih kurang kesadaranya akan investasi.

Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mukti et al., (2022) menunjukan bahwa hasil penelitian mengenai pengaruh financial technology, financial literacy, financial attitude, self control dan hedonic lifestyle terhadap financial behavior generasi Z di Jawa Timur. Fakta dari penelitian tersebut mengungkapkan bahwa financial technology payment memiliki

pengaruh positif terhadap financial behavior, serta literasi keuangan dan financial technology payment secara simultan berpengaruh terhadap financial behavior. Selanjutnya penelitian dari Abdillah et al., (2025) menemukan bahwa literasi keuangan, inklusi keuangan, gaya hidup, dan pendapatan secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap financial behavior. Dilanjutkan oleh penelitian oleh Mukti et al., (2022) yang menyatakan bahwa financial technology payment berpengaruh positif terhadap financial behavior dan literasi keuangan berpengaruh positif terhadap financial behavior.

Beberapa penjabaran yang telah dijelaskan hal apa yang mempengaruhi financial behavior, terdapat beberapa gap dalam penemuannya diantaranya, menurut Agnes et al., (2021) financial technology payment berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap financial behavior. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Kartini & Kholidah (2024) menyatakan bahwa inklusi keuangan berpengaruh negatif terhadap financial behavior, dilanjutkan oleh penelitian Anisyah et al., (2021) bahwa inklusi keuangan menunjukan tidak memiliki pengaruh terhadap financial behavior. Seberapa besar atau tinggi tingkat inklusi keuangan seseorang tidak dapat mempengaruhi seseorang dalam menentukan keputusan keuangannya.

Dalam penelitian ini menggunakan variabel financial technology payment khususnya pembayaran metode QRIS karna kemudahan dalam pembayaran dan bisa mempengaruhi bagaimana seseorang mengatur pengeluaran, menabung, atau bahkan berutang dan sangat relevan dengan financial behavior dan untuk variabel inklusi keuangan agar dapat melihat apakah akses terhadap keuangan tersebut benar-benar mempengaruhi financial behavior.

Jika dilihat dari beberapa perbedaan hasil dari penelitian terdahulu diatas dan dengan fenomena peningkatan financial technology payment dan inklusi keuangan, kurangnya pengetahuan mengenai pengelolaan keuangan yang baik sehingga menimbulkan financial behavior yang buruk. Melihat data yang disajikan dan karakteristik dari generasi Z, maka diperlukan pemahaman dan penerapan inklusi keuangan pada generasi Z agar tidak terjadi kesalahan kedepannya. Berdasarkan fenomena yang ada menjadi dasar ketertarikan peneliti untuk meneliti lebih jauh serta untuk menguatkan teori serta hasil riset yang lalu, sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS PENGARUH FINANCIAL TECHNOLOGY PAYMENT DAN INKLUSI KEUANGAN TERHADAP FINANCIAL BEHAVIOR (STUDI KASUS PADA MAHASISWA GENERASI Z DI KOTA BANDUNG)”**

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka peneliti membuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *Financial technology payment* berpengaruh signifikan terhadap *financial behavior* pada mahasiswa generasi Z di Kota Bandung?
2. Bagaimana inklusi keuangan berpengaruh signifikan terhadap *financial behavior* pada mahasiswa generasi Z di Kota Bandung?
3. Bagaimana *Financial technology payment* dan inklusi keuangan berpengaruh signifikan terhadap *financial behavior* pada mahasiswa generasi Z di Kota Bandung?

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang ada, maka penelitian ini bertujuan untuk mencapai sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh *financial technology payment* terhadap *financial behavior* pada mahasiswa generasi Z di Kota Bandung
2. Untuk menganalisis pengaruh inklusi keuangan terhadap *financial behavior* pada mahasiswa generasi Z di Kota Bandung
3. Untuk menganalisis pengaruh *financial technology payment* dan inklusi keuangan terhadap *financial behavior* pada mahasiswa generasi Z di Kota Bandung

1.5 Manfaat Penelitian

Seperti yang ada di perumusan masalah pada penelitian ini, sehingga manfaat penelitian ini dilakukan untuk menganalisis:

a. Aspek Teoritis

Pada penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan manfaat dan dapat bermanfaat agar dapat mengetahui terkait pemahaman keuangan di kehidupan sehari-hari yaitu pemahaman *financial technology*, *inklusi keuangan* dan *financial behavior*. Ketiga hal tersebut adalah hal yang penting untuk mengelola keuangan dalam menghadapi perkembangan teknologi pada usia produktif sehingga perilaku konsumtif tidak menjadi kebiasaan dan dapat ditanggulangi dengan baik

b. Aspek Praktis

Pada penelitian ini dimaksudkan untuk dapat memberikan acuan dalam mengerti serta mengetahui pentingnya *financial technology*, inklusi keuangan dan

financial behavior agar lebih bijak dalam mengambil keputusan sesuai dengan kebutuhan bukan keinginan sesaat.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Dalam penelitian ini terdapat beberapa pembahasan yaitu lima bab yang akan dibahas secara garis besar yaitu:

a. BAB 1 PENDAHULUAN

Bab pendahuluan membahas terkait penggambaran umum pada objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan dari penelitian dan manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian diakhiri dengan sistematika penulis yang menhelaskan struktur laporan secara keseluruhan

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi landasan teori yaitu, *Financial technology payment*, Inklusi Keuangan, dan *financial behavior* serta adanya pembahasan mengenai Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

c. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif yang akan membahas terkait Jenis Penelitian yang digunakan, Operasional Variabel, Populasi dan Sampel, Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Realibilitas, serta Teknik Analisis Data yang akan digunakan sebagai penyelesaian permasalahan diatas. Metode tersebut akan penulis gunakan untuk mengumpulkan berbagai data yang dijadikan suatu objek penelitian.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini penulis menyajikan hasil penelitian yang telah diperoleh dari analisis data serta pembahasan yang mendalam mengenai temuan tersebut. Penjelasan rinci mengenai hasil analisis dan membahas implikasi dari hasil yang diperoleh terhadap bidang yang diteliti

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab lima penulis menjelaskan kesimpulan temuan utama dari penelitian, disertai dengan saran yang relevan berdasarkan hasil penelitian serta saran untuk pengembangan penelitian di masa mendatang