

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini masyarakat dihadapkan dengan perkembangan teknologi yang dinamis dan cepat. Masyarakat dituntut untuk mampu mengetahui bagaimana mengelola keuangan baik secara digital maupun konvensional, karena banyak penipuan yang terjadi seperti investasi bodong. Di era digital saat ini, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah berbagai aspek kehidupan, termasuk sektor keuangan. Menurut *World Bank* (2023), Indonesia merupakan salah satu negara dengan pertumbuhan pengguna internet yang pesat di Asia Tenggara sehingga mendorong terjadinya transformasi signifikan dalam layanan keuangan digital. Menurut data Bank Indonesia (2023), transaksi keuangan non-tunai melalui aplikasi *mobile banking* dan *E-Wallet* mencapai lebih dari 70% dari total transaksi keuangan nasional, dengan peningkatan pengguna *E-Wallet* sebesar 25% per tahun.

Dalam era digitalisasi, gaya hidup masyarakat mengalami perubahan yang relatif cepat dari waktu ke waktu seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Perubahan tersebut semakin diperkuat oleh penggunaan *smartphone*, media sosial, dan *e-commerce* yang semakin masif, sehingga mendorong masyarakat, khususnya remaja, untuk cenderung bersikap konsumtif dalam memenuhi kebutuhan gaya hidupnya. Hal ini sejalan dengan penelitian Adelia Putri, dkk. (2024) yang menyatakan bahwa perkembangan media sosial dan gaya hidup modern dapat meningkatkan perilaku konsumtif, terutama pada kalangan generasi muda. Dalam penelitian Hariyono (2015) dikatakan bahwa gaya hidup seseorang dapat mempengaruhi keinginan dan kebutuhan perilaku konsumtif seseorang. Fenomena ini tidak hanya memudahkan akses terhadap layanan finansial, tetapi juga membawa implikasi sosial-ekonomi, khususnya bagi generasi muda yang merupakan pengguna utama teknologi tersebut.

Siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), sebagai bagian dari generasi milenial dan Gen Z, semakin sering berinteraksi dengan layanan keuangan digital. Menurut Bank Indonesia (2023), penggunaan transaksi keuangan digital termasuk *E-Wallet* di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan dari tahun ke tahun. *E-Wallet* seperti GoPay, OVO, dan Dana telah menjadi alat pembayaran yang praktis dan banyak digunakan oleh masyarakat, khususnya kalangan muda. Namun, kemudahan tersebut juga berpotensi memicu perilaku konsumtif. Otoritas Jasa Keuangan (2022) menyatakan bahwa tingkat literasi keuangan pada generasi muda masih tergolong rendah, sehingga berpengaruh terhadap kemampuan dalam mengelola keuangan secara bijak. Kondisi ini dapat menyebabkan pengeluaran yang tidak terkontrol, terutama untuk kebutuhan non-esensial.

Perilaku konsumtif pada remaja ditandai dengan kecenderungan melakukan pembelian yang dipengaruhi oleh paparan media sosial, mengikuti tren yang berkembang, serta meningkatnya minat terhadap produk yang dipromosikan melalui TikTok. TikTok tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai media promosi dan transaksi yang dapat mendorong perilaku konsumtif remaja. (Abdurrahman, dkk 2024) dan penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penggunaan media sosial TikTok dapat memengaruhi perilaku konsumtif melalui paparan konten digital dan tren yang berkembang (Yusna, 2024).

Survei dari Otoritas Jasa Keuangan (2022) menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan pada remaja di Indonesia masih tergolong rendah. Kondisi ini berpotensi menyebabkan kurangnya kemampuan dalam mengelola keuangan, yang dapat berdampak pada perilaku konsumtif serta ketidakstabilan finansial di masa depan. Oleh karena itu, literasi keuangan, baik digital maupun konvensional, menjadi hal yang penting dalam membantu individu memahami, menganalisis, dan mengelola produk keuangan secara bijak. Fenomena perilaku konsumtif di Indonesia semakin meningkat seiring dengan perkembangan teknologi digital. Berdasarkan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (2022), tingkat literasi keuangan

masyarakat Indonesia masih tergolong rendah, yaitu sebesar 49,68%. Sedangkan di usia remaja Tingkat literasi keuangan berada di angka 43,28% menurut survey OJK tahun 2022. Hal ini menunjukkan bahwa masih banyak masyarakat yang belum memiliki pemahaman yang baik dalam mengelola keuangan, sehingga berpotensi mendorong perilaku konsumtif. Tingginya aktivitas konsumsi masyarakat juga tercermin dari perkembangan ekonomi digital di Indonesia. Nilai ekonomi digital di Indonesia mencapai USD 77 miliar pada tahun 2022, yang menunjukkan bahwa perkembangan teknologi digital telah memperluas akses Masyarakat dalam melakukan transaksi serta berpotensi mendorong terjadinya perilaku konsumsi yang bersifat spontan dan tidak terencana (Tamasek *et al*, 2023)

Selain itu, penggunaan teknologi keuangan seperti *E-Wallet* juga mengalami peningkatan yang signifikan, khususnya di kalangan generasi muda. Data dari Bank Indonesia menunjukkan bahwa transaksi uang elektronik terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Kemudahan dalam melakukan transaksi ini dapat mendorong individu untuk melakukan pembelian secara lebih cepat tanpa pertimbangan yang matang. Di sisi lain, tingginya penggunaan internet dan media sosial juga turut mempengaruhi perilaku konsumsi masyarakat. Data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2023) menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna internet di Indonesia didominasi oleh remaja. Paparan konten digital, termasuk promosi dan tren di media sosial seperti TikTok.

Siswa jurusan akuntansi di SMK diharapkan memiliki tingkat literasi keuangan yang lebih baik, karena dalam proses pembelajaran mereka telah dibekali dengan pengetahuan dasar mengenai pencatatan, pengelolaan, dan pelaporan keuangan. Namun, dalam praktiknya masih banyak siswa yang belum mampu menerapkan literasi keuangan tersebut secara efektif dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini didukung oleh data Otoritas Jasa Keuangan (2022) yang menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan generasi muda masih rendah. Selain itu, berdasarkan hasil observasi awal peneliti di SMK N 1 Banyumas, diketahui bahwa sebagian transaksi di lingkungan sekolah, seperti di kantin,

telah menggunakan sistem pembayaran digital melalui QRIS. Kondisi ini menunjukkan bahwa siswa telah terbiasa dengan kemudahan transaksi digital yang cepat dan praktis. Kemudahan tersebut, apabila tidak diimbangi dengan literasi keuangan yang baik, berpotensi mendorong siswa untuk melakukan pengeluaran secara berlebihan. Selain itu, kemudahan penggunaan *E-Wallet* yang didukung dengan berbagai promo serta gaya hidup yang cenderung mengikuti tren, ditambah dengan pengaruh media sosial seperti TikTok yang menampilkan konten promosi dan tren konsumsi, dapat mendorong siswa untuk melakukan pembelian secara berlebihan.

Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun memiliki pengetahuan dasar keuangan, siswa tetap berpotensi mengalami perilaku konsumtif. SMK Negeri 1 Banyumas, sebagai salah satu sekolah kejuruan unggulan di wilayah Jawa Tengah, Berdasarkan data LTMPPT, SMK N 1 Banyumas termasuk dalam 3 besar SMK terbaik di Kabupaten Banyumas, yaitu peringkat ke-2 setelah SMKS Telekomunikasi Sandhy Putra Purwokerto. Selain itu, SMK Negeri 1 Banyumas memiliki jurusan akuntansi yang relevan dengan penelitian ini, Sekolah ini telah mengintegrasikan kurikulum berbasis teknologi, termasuk pelajaran tentang komputer akuntansi, dan juga ada mata pelajaran akuntansi keuangan sebagai dasar siswa akuntansi. Berdasarkan observasi banyak siswa yang aktif menggunakan *E-Wallet* untuk transaksi harian salah satunya memenuhi gaya hidup. Hal ini menimbulkan pertanyaan, apakah literasi keuangan digital, penggunaan *E-Wallet*, gaya hidup dan penggunaan media sosial TikTok justru memperburuk perilaku konsumtif di kalangan siswa tersebut? Fenomena ini relevan untuk diteliti karena dapat memberikan wawasan bagi pendidikan keuangan di sekolah vokasi, sekaligus mendukung program literasi nasional OJK untuk mencegah masalah finansial di kalangan pemuda.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukan adanya hubungan antara literasi keuangan, penggunaan *E-Wallet*, gaya hidup, dan penggunaan media sosial TikTok terhadap perilaku konsumtif. Penelitian yang dilakukan oleh Nur Fadilah *et al* (2025) menunjukan bahwa literasi keuangan, gaya hidup dan

penggunaan *E-Wallet* secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Penelitian Aprillia Maharani Yusna (2024) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh media sosial TikTok terhadap perilaku konsumtif. Namun, hasil penelitian lain menunjukkan temuan yang berbeda. Laesy Muqnitha (2025) yang meneliti pada Generasi Z Purwokerto menemukan bahwa literasi keuangan digital dan penggunaan *E-Wallet* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Penelitian Irdhiana Ilma Haq *et al* (2023) menunjukkan bahwa Literasi Keuangan, Teman Sebaya, dan Kontrol Diri tidak berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya inkonsistensi temuan (*research gap*). Perbedaan tersebut dapat disebabkan oleh variasi KE, latar belakang pendidikan, tingkat literasi keuangan, serta intensitas penggunaan teknologi digital dan media sosial sebagaimana dijelaskan dalam penelitian terdahulu. Selain itu, perbedaan konteks lingkungan sosial dan kebiasaan konsumsi responden juga turut memengaruhi hasil penelitian.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini memiliki nilai pembaruan dan merupakan pengembangan dari Nur Fadilah *et al* (2025) yang sebelumnya hanya menguji literasi keuangan, gaya hidup dan penggunaan *E-Wallet* terhadap perilaku konsumtif. Penelitian ini menambahkan variable penggunaan media sosial TikTok yang memiliki peran penting dalam membentuk perilaku konsumsi siswa melalui paparan konten visual, tren, promosi, dan rekomendasi produk yang disajikan secara intensif. Penambahan variabel penggunaan media sosial TikTok diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif siswa, khususnya di era digital, serta memperkaya hasil kajian empiris terkait perilaku konsumtif di kalangan pelajar. Penelitian ini juga menggunakan objek dan konteks yang berbeda, yaitu siswa jurusan akuntansi SMK N 1 Banyumas, pemilihan objek penelitian ini didasarkan pada karakteristik siswa jurusan akuntansi yang telah memperoleh pengetahuan dasar mengenai pengelolaan keuangan melalui pembelajaran di sekolah, sehingga menarik untuk diteliti bagaimana literasi keuangan, penggunaan *E-Wallet*, gaya hidup, dan

penggunaan media sosial TikTok memengaruhi perilaku konsumtif mereka. Selain itu, konteks siswa SMK yang berada pada usia remaja dan termasuk dalam generasi digital menjadikan kelompok ini rentan terhadap pengaruh teknologi keuangan dan media sosial, sehingga diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan temuan empiris yang relevan dan kontekstual. Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan *E-Wallet*, Gaya Hidup dan Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Jurusan Akuntansi SMK N 1 Banyumas”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan permasalahannya sebagai berikut:

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa jurusan akuntansi SMK N 1 Banyumas?
2. Apakah penggunaan *E-Wallet* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa jurusan akuntansi SMK N 1 Banyumas?
3. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa jurusan akuntansi SMK N 1 Banyumas?
4. Apakah penggunaan media sosial TikTok berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa jurusan akuntansi SMK N 1 Banyumas?
5. Apakah literasi keuangan, penggunaan *E-Wallet*, gaya hidup dan penggunaan media sosial TikTok secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa jurusan akuntansi SMK N 1 Banyumas?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap gaya hidup konsumtif siswa jurusan akuntansi SMK N 1 Banyumas.

2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh penggunaan *E-Wallet* terhadap gaya hidup konsumtif siswa jurusan akuntansi SMK N 1 Banyumas.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif siswa jurusan akuntansi SMK N 1 Banyumas.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh penggunaan media sosial TikTok terhadap perilaku konsumtif siswa jurusan akuntansi SMK N 1 Banyumas.
5. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh literasi keuangan, penggunaan *E-Wallet*, gaya hidup dan penggunaan media sosial TikTok secara simultan terhadap perilaku konsumtif siswa jurusan akuntansi SMK N 1 Banyumas.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang akuntansi, khususnya pada kajian perilaku keuangan (*financial behavior*). Penelitian ini juga dapat memperkaya literatur mengenai pengaruh literasi keuangan, penggunaan *E-Wallet*, gaya hidup dan penggunaan media sosial TikTok terhadap perilaku konsumtif di kalangan remaja atau pelajar SMK. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya dalam mengkaji fenomena serupa di era digital.

2. Manfaat Secara Praktis

- a. Untuk siswa

Memberi pemahaman tentang pentingnya literasi keuangan, penggunaan *E-Wallet*, gaya hidup dan penggunaan media sosial TikTok yang baik dengan bijak.

b. Bagi Pihak Sekolah

Menjadi bahan masukan untuk Menyusun program edukasi literasi keuangan, sehingga siswa lebih terarah dalam pengelolaan uang.

c. Bagi Pengembang *E-Wallet*

Memberi gambaran gaya hidup konsumtif siswa sebagai pengguna, sehingga bisa menjadi pertimbangan dalam pembuatan fitur baru.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat menjadi referensi dan bahan perbandingan bagi peneliti lain yang ingin mengkaji topik serupa, baik dengan menambahkan variabel baru, memperluas objek penelitian, maupun menggunakan metode penelitian yang berbeda.