

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kemajuan *economic growth* suatu negara, yang dikaji melalui data-datanya, lazim dijadikan indikator utama dalam menilai kondisi perekonomian nasional. Oleh karena itu, manajemen keuangan masyarakat turut berperan penting sebagai salah satu cerminan kualitas ekonomi, karena perilaku pengelolaan keuangan individu secara keseluruhan dapat memengaruhi stabilitas dan kemajuan ekonomi secara makro.

Badan Pusat Statistik (BPS) menyampaikan bahwa *progress* perekonomian pada tahun 2024 mencapai angka 5,03 persen, yang mengalami perlambatan dibandingkan dengan capaian tahun 2023 yang sebesar 5,05 persen (Badan Pusat Statistik, 2025). Meskipun demikian, menurut proyeksi dari World Bank (2024), pertumbuhan ekonomi Indonesia diperkirakan akan kembali mengalami percepatan pada tahun 2025, dengan estimasi mencapai 5,1 persen pada kuartal pertama.

Tingkat pertumbuhan ekonomi sangat dipengaruhi oleh peran manajemen keuangan masyarakat, yang berkaitan erat dengan cara individu merespons informasi dan mengambil keputusan keuangan. Hal ini tercermin melalui indikator seperti anggaran, tabungan, tujuan keuangan, pembayaran tepat waktu, pertimbangan alternatif, dan investasi di pasar keuangan, yang

keseluruhannya mencerminkan perilaku keuangan (Chavali et al., 2021). Maka dari itu, mempelajari perilaku keuangan penting dilakukan tidak hanya untuk meningkatkan manajemen keuangan, tetapi hal ini juga berkontribusi pada pertumbuhan perekonomian negara serta pencapaian *Sustainable Development Goals*.

Salah satu bentuk perilaku keuangan yang berkontribusi terhadap perekonomian adalah kebiasaan menabung. Kegiatan ini tidak hanya meningkatkan tabungan nasional, tetapi juga mendorong investasi, menjaga stabilitas ekonomi, mendukung konsumsi berkelanjutan, serta memperkuat pembiayaan pembangunan. Terdapat urgensi pemahaman terkait *behavior* dari masyarakat oleh institusi dan pemerintah agar dapat merancang edukasi dan program yang mendukung kebiasaan menabung secara berkelanjutan.

Tabungan adalah satu dari banyak hal perwujudan dari manajemen keuangan seseorang yang dilakukan dengan menyisihkan pendapatan dan disimpan sebagai cadangan dana. Hal ini merupakan salah satu wujud kesadaran seseorang dalam mempersiapkan masa yang akan datang. Tujuan tabungan sangat bervariasi dan cenderung disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing, seperti, tabungan dana darurat, dana pendidikan, dana pensiun, dan lain-lain. Pola perilaku menabung yang teratur tidak hanya menguntungkan bagi individu tetapi juga bagi negara. Sebab, manajemen keuangan yang menguntungkan individu dapat mendukung pertumbuhan ekonomi.

*Saving behavior* tentunya tidak terlepas dari faktor-faktor yang dapat memengaruhinya, seperti *financial literacy*, *lifestyle*, dan *peers*. Berdasarkan

penelitian oleh Rikayanti & Listiadi (2020), literasi keuangan memiliki peran krusial dalam mengasah *skill* menabung para mahasiswa. Mahasiswa dengan tingkat literasi keuangan tinggi dapat memahami pentingnya pengetahuan finansial dalam mengelola keuangan, mencakup *current basic needs* dan *forecasting needs*. Hal ini membantu individu membuat keputusan bijak dan mencapai kesejahteraan finansial. Kesadaran tersebut pada akhirnya mendorong mahasiswa untuk membangun kebiasaan menabung yang lebih baik.

Gaya hidup juga berperan dalam membentuk pola konsumsi individu. Hal ini tentunya memengaruhi alokasi dana seseorang untuk ditabung dan seberapa besar kegiatan menabung menjadi prioritas bagi individu tersebut. Gaya hidup konsumtif sering kali mendorong seseorang untuk menghabiskan seluruh pendapatannya, sehingga tidak ada dana yang dapat disisihkan dan disimpan untuk tabungan. Penelitian oleh Lestari (2021) menunjukkan bahwa mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi dengan gaya hidup konsumtif yang rendah cenderung memiliki tabungan lebih banyak dibandingkan mereka yang memiliki gaya hidup konsumtif yang tinggi.

Lingkungan turut andil dalam membentuk preferensi menabung seseorang, sehingga pengaruh teman sebaya berperan penting dalam perilaku keuangan individu. Kelompok pertemanan dapat membentuk pola pilihan finansial karena adanya proses bertukar pikiran yang mendorong kesamaan dalam pengambilan keputusan *financial*. Penelitian yang dikaji oleh Putri & Wahjudi (2022) menunjukkan bahwa 35 persen mahasiswa Pendidikan

Akuntansi Universitas Negeri Surabaya memiliki pergaulan kelompok pertemanan yang berkategori sangat baik, di mana mereka aktif berdiskusi mengenai keuangan dan memiliki hubungan yang erat. Sementara itu, 47 persen mahasiswa berada dalam kategori pergaulan yang baik sudah mulai melakukan diskusi tentang keuangan, meskipun belum sedalam kelompok dengan pergaulan sangat baik.

Beberapa penelitian terdahulu yang mengkaji perilaku menabung, cenderung banyak mengambil sampel dari mahasiswa fakultas ekonomi di berbagai universitas, seperti penelitian oleh (Rikayanti & Listiadi, 2020), (Lestari, 2021), (Putri & Wahjudi, 2022), (Nafisah, 2020), serta (Siboro & Rochmawati, 2021). Penelitian-penelitian tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa fakultas ekonomi umumnya memiliki perilaku menabung yang cukup baik, dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti *financial literacy*, *lifestyle*, dan pengaruh dari lingkup pertemanan.

Tidak hanya mahasiswa dengan latar belakang dari *field* ekonomi, perilaku menabung di kalangan Generasi Z secara lebih luas juga telah menjadi fokus penelitian di berbagai kota. Seperti penelitian yang diampu oleh (Aini et al., 2023) di DKI Jakarta, (Hasmaini & Siregar, 2024) di Kota Tanjung Balai, dan (Widuri et al., 2024) di Kota Tasikmalaya. Hasil penelitian-penelitian ini menampakkan bahwa kesadaran menabung di kalangan Generasi Z cukup tinggi, meskipun generasi ini harus menghadapi tantangan dari pola hidup konsumtif yang dapat memengaruhi kebiasaan menabung mereka.

Penelitian terkait perilaku menabung masih terbatas dan belum banyak pembahasan yang variatif konteksnya. Hal ini dikarenakan kesadaran perilaku menabung masih rendah. Menurut survey GoodStats, hanya tiga dari tujuh masyarakat di Indonesia yang memiliki tabungan (Yonatan, 2024). Dapat dilihat pada Gambar 1.1, persentase masyarakat yang tidak menabung lebih tinggi. Alasan utamanya dikarenakan mayoritas lebih memilih untuk langsung membelanjakan uangnya (Yonatan, 2024). Dengan demikian, tantangan masyarakat untuk menabung terletak pada konsumtivisme yang tinggi.



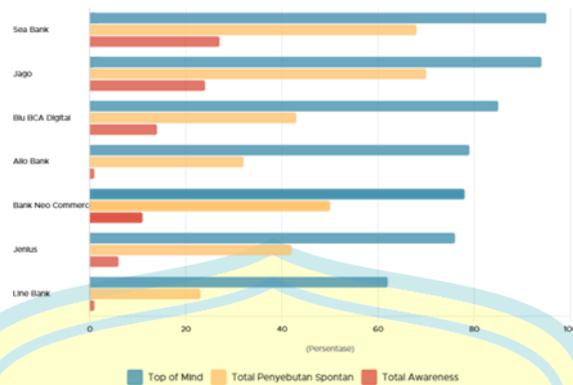
**Gambar 1. 1 Persentase Kebiasaan Menabung di Indonesia**  
Sumber: GoodStats (2024)

Hadirnya konsumtivisme tidak terlepas dari disrupsi teknologi di bidang keuangan. Layanan keuangan digital dan *e-commerce* juga turut berkontribusi pada perubahan perilaku menabung seseorang melalui berbagai media digital yang dapat diakses secara daring (Setiawan et al., 2022). Layanan tersebut termasuk bagian dari *financial technology (fintech)*, yang mencakup perbankan digital, dompet digital, serta platform investasi digital. Masyarakat dari

berbagai kalangan, khususnya anak-anak muda, telah mengadopsi *fintech* secara masif dalam aktivitas keuangan mereka, mulai dari transaksi sehari-hari hingga pengelolaan aset jangka panjang. Hal ini memungkinkan mereka untuk menabung secara digital melalui berbagai instrumen keuangan, seperti Reksadana, pembelian saham dan obligasi, serta aset digital seperti kripto.

Pada tahun 2021, Indonesia berada pada posisi kedua sebagai negara dengan jumlah pengguna bank digital terbanyak setelah negara Brasil, dengan total mencapai 47,7 juta nasabah (Alifah, 2022). Tren ini menunjukkan pertumbuhan yang berkelanjutan, sebagaimana dilaporkan oleh Bank Indonesia (BI), yang mencatat bahwa pada Agustus 2024, volume transaksi uang elektronik mencapai 1,84 miliar transaksi. Selain itu, BI memproyeksikan peningkatan penggunaan bank digital hingga 52,3 persen *year on year* (YoY) pada 2025. Proyeksi ini diperkuat oleh data Januari 2025 yang mencatat pertumbuhan nilai pembayaran digital sebesar 35,3 persen YoY, mencerminkan semakin luasnya adopsi layanan perbankan digital di Indonesia.

Laporan dari Populix (2024) mencatat bahwa terdapat tujuh perbankan digital yang mendominasi pasar di Indonesia, berdasarkan tingkat *awareness* masyarakat terhadap layanan tersebut. Seperti yang ditampilkan pada Gambar 1.2, SeaBank menempati posisi teratas sebagai bank digital yang paling dikenal dan diingat oleh masyarakat.



**Gambar 1.2 Persentase Peminat Bank Digital**

Sumber: GoodStats (2024)

Pertumbuhan bank digital yang cukup masif menunjukkan ada permintaan yang tinggi dari masyarakat itu sendiri. Berdasarkan Gambar 1.3, terlihat bahwa pemanfaatan bank digital paling banyak digunakan untuk transaksi dana dan kegiatan menabung. Dengan demikian, permasalahan masyarakat Indonesia, terkait rendahnya kesadaran untuk menabung, dapat dimaksimalkan melalui kemudahan aksesibilitas dari bank-bank digital.



**Gambar 1.3 Persentase Penggunaan Fitur Paling Banyak di Bank Digital**

Sumber: *Final Report* Studi Independen (SI) GNFI Batch 7 (2024)

Hal ini selaras dengan penelitian oleh Erlangga & Krisnawati (2020), yang memaparkan hasil signifikan mengenai *fintech payment* terhadap *saving*

*behavior* mahasiswa di daerah perkotaan Bandung. Kemudahan akses bank digital memungkinkan individu untuk dapat melakukan transaksi dan berkegiatan menabung kapanpun dan dimanapun. Beberapa keuntungan, seperti otomatisasi, dan insentif *cashback*, juga menjadi daya tarik dan penggerak seseorang untuk beralih ke bank digital. Keunggulan tersebut tidak hanya meningkatkan efisiensi transaksi, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan disiplin dan kesadaran finansial, sehingga membentuk kebiasaan menabung yang lebih terencana dan berkelanjutan.

Agar dapat memaksimalkan fitur tabungan pada bank digital, diperlukan pemahaman individu terkait pengelolaan keuangan dan cara kerja platform digital. Sehubungan dalam konteks tersebut, *digital financial literacy* menjadi aspek krusial, dikarenakan terdapat urgensi pemahaman kompleks yang mendalam mengenai sistem keuangan dan teknologi yang digunakan dalam layanan tersebut (Rahayu, 2022). Berbekal literasi yang memadai, masyarakat dapat memanfaatkan bank digital secara bijak dan menghindari risiko yang mungkin timbul dalam penggunaannya.

Aryan et al. (2024) menerangkan bahwa literasi keuangan digital meliputi pengetahuan, keterampilan, dan pemahaman yang diperlukan dalam menggunakan layanan keuangan berbasis digital. Dengan pemahaman yang lebih baik mengenai layanan tersebut, seseorang cenderung lebih cermat dalam mengelola keuangan, termasuk dalam membangun kebiasaan menabungnya. Semakin tinggi literasi keuangan digital, semakin optimal pula pemanfaatan

fitur keuangan digital sesuai dengan kebutuhan individu, sehingga perilaku menabung menjadi lebih disiplin (Alysa et al., 2023).

Pemahaman seseorang terhadap layanan keuangan tentunya dibentuk oleh lingkungan sekitarnya. Faktor sosio-ekonomi menjadi salah satu faktor penentu baik atau buruknya literasi keuangan seseorang dan berdampak pada keputusan finansial mereka, terutama terhadap perilaku menabung. Rahayu (2022) menjabarkan bahwa pendapatan dan pendidikan berpengaruh dalam menentukan baik atau buruknya literasi keuangan digital seseorang. Tidak hanya itu, pekerjaan seseorang juga turut berpengaruh, terbukti dari penelitian Ansari et al. (2023) mengenai tingkat literasi keuangan para penanam modal di Arab Saudi, yang menunjukkan bahwa orang-orang yang bekerja di sektor privat mempunyai pengetahuan keuangan yang lebih baik.

Riset dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan korelasi positif pada *educational background* seseorang, yang apabila tingkatannya menunjukkan perkembangan progresif, maka tingkat literasi *financial* pun ikut serta naik dan berprogresif. Pada tahun 2023, indeks literasi keuangan menunjukkan bahwa tamatan perguruan tinggi memiliki tingkat literasi tertinggi sebesar 86,19%, diikuti oleh tamatan SMA/Sederajat (75,92%), SMP/Sederajat (65,76%), SD/Sederajat (57,77%), dan Tidak/Belum Pernah Sekolah/Tidak Tamat SD/Sederajat (38,19%).

Tidak hanya tingkatan pendidikannya, bidang studi yang ditekuni seseorang juga berpengaruh terhadap literasi keuangannya. Beberapa riset menunjukkan perbedaan signifikan antara mahasiswa di bidang ekonomi dan

mahasiswa dari fakultas lain dalam hal literasi keuangan. Bomantara et al. (2023) mengungkapkan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Tanjungpura memiliki literasi keuangan lebih baik dibanding mahasiswa non-FEB di universitas yang sama. Pembekalan materi keuangan sejak dini membentuk pemahaman yang lebih baik, sehingga mahasiswa FEB cenderung mengambil keputusan finansial yang lebih rasional dibandingkan mahasiswa non-FEB yang tidak mendapatkan akses pembelajaran keuangan dalam kurikulum akademiknya.

Selain faktor pendidikan, jenis pekerjaan turut berpengaruh terhadap tingkat literasi keuangan. Kelompok pegawai/profesional memiliki indeks literasi tertinggi (83,22%), disusul oleh pengusaha/wiraswasta (78,32%) dan ibu rumah tangga (64,44%). Sementara itu, kelompok dengan indeks literasi keuangan terendah adalah mereka yang belum pernah bekerja atau sedang tidak bekerja (42,18%), pelajar atau mahasiswa (56,42%), dan pensiunan serta purnawirawan (57,55%).

Tidak hanya itu, penelitian oleh Arianti (2020) terkait pengaruh pendapatan terhadap literasi keuangan menunjukkan bahwa terdapat tingkatan pendapatan yang lebih tinggi dari pengusaha UMKM dengan literasi keuangan yang lebih baik. Hal ini dikarenakan semakin banyak pendapatannya, maka diperlukan kemampuan manajemen keuangan yang lebih kompleks, sehingga kenaikan pendapatan mendorong seseorang mempelajari layanan keuangan.

Dengan demikian, pendidikan, pendapatan, dan pekerjaan menjadi salah satu faktor sosio-ekonomi yang krusial terhadap literasi keuangan digital.

Faktor sosio-ekonomi dan pendidikan keuangan berperan penting dalam membentuk literasi keuangan digital seseorang. Tingkat pemahaman ini kemudian memengaruhi cara individu mengelola keuangan mereka, terutama dalam perilaku menabung.

Penelitian oleh Mubarokah et al. (2024) mengindikasikan adanya korelasi berkesinambungan dan positif dari *digital financial literacy* terhadap perilaku *saving* Generasi Z di Indonesia. Individu yang memang telah mendalami *knowledge* secara kompleks dalam literasi keuangan digital cenderung lebih terampil dalam mengatur keuangannya, termasuk mengurangi pengeluaran berlebih dan meningkatkan tabungan mereka (Alysa et al., 2023). Selain itu, pemahaman yang kuat dalam literasi keuangan digital juga mendorong sikap lebih kritis terhadap layanan keuangan, sehingga individu dapat terhindar dari perilaku konsumtif yang tidak terkendali (Umami & Syofyan, 2023).

Dukungan terhadap temuan ini terlihat dalam penelitian (Setiawan et al., 2022) dan (Abdallah et al., 2024), yang memiliki persepsi serupa akan pengaruh *digital financial literacy* terhadap salah satu perwujudan manajemen keuangan, yaitu *saving behavior*. Namun, tidak semua kajian terkait sejalan dengan temuan tersebut. (Febrina & Putri, 2024), (Perangin-angin et al., 2022), dan (Sirait et al., 2024) justru mengungkapkan bahwa tidak ada korelasi yang positif dari literasi keuangan terhadap perilaku menabung. Hal ini menjadi indikasi bahwasanya ada indikasi lain yang mungkin turut memiliki peran dan andil dalam membentuk kebiasaan menabung individu.

Penelitian sebelumnya tidak hanya menunjukkan hasil yang berbeda, tetapi juga masih berfokus pada mahasiswa atau Generasi Z secara umum. Beberapa penelitian juga memberikan saran untuk penelitian kedepannya, seperti mengkaji faktor sosio-ekonomi lain yang memengaruhi literasi keuangan digital (Setiawan et al., 2022), (Alysa et al., 2023), melanjutkan redefinisi *economic literacy* yang mencakup aspek digital (Abdallah et al., 2024), hingga memperluas cakupan penelitian (Rahayu, 2022).

Oleh karena itu, penelitian ini mengambil sampel nasabah SeaBank di DKI Jakarta untuk menganalisis perilaku menabung mereka. PT Bank Seabank Indonesia merupakan bank digital di bawah naungan Sea Limited, induk dari Shopee dan Garena. Per Oktober 2024, SeaBank telah memiliki 15,5 juta nasabah dengan rata-rata tiga juta transaksi harian. Salah satu keunggulan yang ditawarkan adalah fitur tabungan dengan bunga sebesar tiga persen yang cair setiap hari, tanpa saldo minimum, serta dapat ditarik kapan saja. Tidak hanya itu, SeaBank memiliki aset sebesar Rp34,59 triliun per desember 2024, menunjukkan pertumbuhan yang masif, menyentuh angka kenaikan mencapai 22,52 persen jika dibanding dengan tahun sebelumnya (Fajahriza, 2025). Hal ini didorong oleh peningkatan jumlah kredit SeaBank yang menyentuh angka Rp22,4 triliun dan laba bersih yang diraih mencapai Rp378,76 miliar (Fajahriza, 2025).

Dengan jumlah nasabah yang luas dan penawaran fitur tabungan yang kompetitif, SeaBank dinilai sebagai subjek yang relevan untuk mengkaji pengaruh faktor sosio-ekonomi dan pendidikan keuangan terhadap literasi

keuangan digital serta dampaknya terhadap perilaku menabung. Studi oleh Wiyono et al. (2024) juga menerangkan bahwa dengan adanya kemudahan akses dan fitur digital pada SeaBank mampu meningkatkan minat menabung para penggunanya.

SeaBank yang terintegrasi dengan Shopee, mengharuskan nasabahnya untuk memiliki literasi keuangan digital yang cukup memadai untuk dapat memaksimalkan fiturnya, menjadikan alasan yang tepat untuk mengulik lebih lanjut terkait tingkatan literasi keuangan digital nasabahnya, agar penelitian ini dapat menunjukkan secara komprehensif bagaimana pengaruh dari faktor sosio-ekonomi, serta pendidikan keuangannya terhadap literasi keuangan digital seseorang dan memberikan pandangan baru terkait hasilnya pada perilaku menabung mereka.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan *digital financial literacy* terhadap *saving behavior* di kalangan pengguna aktif SeaBank di DKI Jakarta. Penelitian ini juga mempertimbangkan faktor sosio-ekonomi, seperti tingkat pendidikan, pendapatan, dan jenis pekerjaan, serta peran pendidikan keuangan dalam membentuk literasi keuangan digital seseorang. Selama ini, literasi keuangan digital sering dikaitkan dengan tingkat pendidikan formal, namun belum banyak yang meneliti apakah perbedaan bidang studi juga memengaruhi pemahaman seseorang terhadap keuangan digital. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengeksplorasi apakah multikonsep dari *digital financial literacy* lebih

dipengaruhi oleh jenjang pendidikan secara umum atau juga oleh spesifikasi bidang studi, terutama dalam kaitannya dengan pendidikan keuangan.

Berdasarkan aspek-aspek tersebut, penelitian ini akan mengkaji keterkaitan antara literasi keuangan digital, faktor sosio-ekonomi, dan pendidikan keuangan terhadap kebiasaan menabung nasabah SeaBank di DKI Jakarta. Akhir kata, penelitian ini diberi judul "Pengaruh Literasi Keuangan Digital terhadap Perilaku Menabung Nasabah SeaBank di DKI Jakarta."

## 1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan elaborasi dari latar belakang sebelumnya, penelitian ini memiliki beberapa permasalahan yang akan dibahas dan dirumuskan dalam bentuk pertanyaan, yaitu:

1. Apakah faktor sosio-ekonomi berpengaruh terhadap literasi keuangan digital?
2. Apakah pendidikan keuangan berpengaruh terhadap literasi keuangan digital?
3. Apakah literasi keuangan digital berpengaruh terhadap perilaku menabung?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini berfokus untuk mengidentifikasi sejauh mana indikasi atau faktor-faktor sosio-ekonomi dan pendidikan keuangan memengaruhi tingkat *digital financial literacy*, serta bagaimana dampaknya pada perilaku menabung di

kalangan nasabah SeaBank yang berdomisili di DKI Jakarta. Tujuan tersebut disusun berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan sebelumnya.

1. Menguji pengaruh faktor sosio-ekonomi terhadap literasi keuangan digital.
2. Menguji pengaruh pendidikan keuangan terhadap literasi keuangan digital.
3. Menguji pengaruh literasi keuangan digital terhadap perilaku menabung.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Dilansir dari tujuan-tujuan tersebut, harapannya penelitian ini dapat memberikan beberapa *insight*, baik dalam lingkup teoritisnya maupun praktis, dengan penjelasan lebih lanjut:

1. Manfaat Teoritis
  - a. Penelitian ini diarahkan agar dapat memberi wawasan terbaru terkait perilaku menabung pada pengguna bank digital yang masih terbatas pembahasannya di Indonesia.
  - b. Mendukung penambahan *insight* terkait indikasi atau faktor yang memengaruhi *digital financial literacy*, terutama dari faktor sosio-ekonomi seperti, pendidikan, pendapatan, dan pekerjaan serta faktor pendidikan keuangan.
  - c. Menjadi batu acuan untuk referensi dan rujukan pada penelitian-penelitian yang akan datang, terutama dalam mengkaji perilaku

menabung pada nasabah bank digital, serta bagaimana tingkat literasi keuangan digital mereka.

## 2. Manfaat Praktis

- a. Berdampak pada progresif *insight* bagi penyedia layanan keuangan, khususnya bank digital, dalam mengembangkan fitur dan strategi yang mendukung kebiasaan menabung nasabah dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhinya, terutama literasi keuangan digital.
- b. Penambahan sudut pandang dari sisi lain terkait perilaku menabung, sehingga perbankan dan layanan jasa keuangan lainnya dapat memberikan program edukasi kepada masyarakat atau nasabah mengenai kegiatan menabung itu sendiri.
- c. Hasil penelitian juga dapat menjadi referensi dan rujukan untuk membuat kebijakan terkait penggunaan bank digital, sehingga masyarakat memiliki manajemen keuangan yang baik, berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi Indonesia.

*Intelligentia - Dignitas*