

# PERAN AGEN SOSIALISASI FINANSIAL, PENGALAMAN FINANSIAL DAN PERILAKU TERHADAP UANG DALAM MEMBENTUK LITERASI FINANSIAL PADA MAHASISWA

Bethari Berlianti Kesumaning Putri & Djuminah

Universitas Sebelas Maret Surakarta

[berlianti.bethari@gmail.com](mailto:berlianti.bethari@gmail.com)

**Abstrak: Peran Agen Sosialisasi Finansial, Pengalaman Finansial dan Perilaku terhadap Uang dalam Membentuk Literasi Finansial pada Mahasiswa.** Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat pengaruh agen sosialisasi finansial, pengalaman finansial, dan perilaku finansial terhadap literasi finansial mahasiswa. Agen sosialisasi finansial meliputi keluarga, rekan, pendidikan, dan media. Media informasi dijabarkan lebih lanjut dalam tiga kategori yaitu: (1) koran, majalah, buku, (2) televisi dan radio, (3) internet, web, media sosial. Kemudian untuk menilai hubungan pengalaman finansial pada literasi finansial antara lain: kepemilikan akun rekening bank, kondisi uang saku dalam memenuhi kebutuhan, sumber uang saku, waktu penerimaan uang saku, dan kebebasan mengelola uang saku. Sedangkan untuk menilai perilaku terhadap uang, penelitian ini mengadaptasi metode Tang's Money Ethic Scale (1992) yang dibagi dalam 5 kategori: (a) Kekuatan dan Kebebasan, (b) Hal Baik, (c) Penghindaran, (d) Hadiah atas Usaha, (e) Pencapaian, (f) Keburukan. Studi kasus penelitian pada mahasiswa aktif S1 semester genap tahun akademik 2015/2016 Universitas Sebelas Maret (UNS). Pengambilan sampel menggunakan teknik insidental sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan asalkan cocok sebagai sumber data dan memenuhi kriteria. Kriteria responden penelitian ini antara lain: (1) Mahasiswa S1, (2) Aktif perkuliahan, (3) Mengenyam pendidikan di UNS, (4) Berusia 17-25 tahun. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa agen sosialisasi finansial berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap literasi finansial mahasiswa, pengalaman finansial berpengaruh secara lemah dan positif pada literasi finansial mahasiswa, namun perilaku terhadap uang tidak berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap literasi finansial mahasiswa.

**Kata kunci:** literasi finansial, agen sosialisasi finansial, pengalaman finansial, perilaku terhadap uang.

**Abstract: The Role of Financial Socialization Agents, Financial Experiences and Money Attitudes to Form Financial Literacy of College Students.** *The purpose of this study is determining the effect of financial socialization agent, financial experience, and money attitude towards financial literacy of college students. Financial socialization agents includes family, peers, education, and media. Media itself is elaborated in three categories: (1) newspaper, magazine, book, (2) television, radio, (3) internet, web, social media. For assessing relationship of financial experience in financial literacy, this study needs to*

*learn about: bank account ownership, allowance condition, allowance sources, allowance reception period, and freedom to manage allowance. Meanwhile, to assess money attitude, this study adapts from the method of Tang's Money Ethic Scale (1992), which are divided into five categories: (a) Power/Freedom, (b) Good, (c) Avoidance, (d) Reward of Efforts, (e) Achievement, (f) Evil. The respondent of this study are active under graduate students of Universitas Sebelas Maret (UNS) in second semester 2015/2016. The sampling method is incidental sampling technique, that is based on coincidental as long as it meets the criteria. The respondent criteria of this study includes: (1) under graduate, (2) active in courses, (3) education at UNS, (4) 17-25 years old. Results of this study show that financial socialization agent significantly and positively affect financial literacy of college students, financial experience weakly and positively affect financial literacy of college students, but money attitude do not significantly and positively affect financial literacy.*

**Keywords:** *financial literacy, financial socialization agent, financial experience, money attitude.*

## **PENDAHULUAN**

Seiring berjalannya waktu, literasi finansial adalah sesuatu kebutuhan yang penting, tidak hanya bagi perusahaan, investor, dan praktisi keuangan, namun juga penting bagi masyarakat umum. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh USAID (2013), didapatkan hasil bahwa literasi finansial di Indonesia berdasarkan pendidikan, pemasukan, dan jenis kelamin, untuk pengetahuan dasar cukup bervariasi, namun untuk untuk pengetahuan *advanced* adalah sangat rendah. Secara umum, semakin tinggi pendidikan dan pemasukan, maka semakin tinggi literasi finansialnya.

Literasi finansial secara umum didefinisikan sebagai kemampuan seseorang untuk memahami, menganalisis, mengelola, dan mengkomunikasikan perihal keuangan personal (Vitt et al., 2000). Menurut S. H. Sohn et al. (2012), literasi finansial secara khusus didefinisikan sebagai pengetahuan dan kemampuan yang penting untuk mengatasi tantangan dan keputusan finansial dalam kehidupan sehari-hari. Dengan memiliki literasi finansial, masyarakat akan mampu menghadapi situasi dan transaksi finansial yang terjadi dalam kehidupan mereka. Seluruh masyarakat dalam status sosial, pendidikan, dan ekonomi, dari level terendah hingga tertinggi, tentu menggunakan uang. Jumlah dan cara penggunaan uang setiap orang pasti berbeda. Namun adanya sebuah kesamaan, yaitu setiap orang perlu pengelolaan uang. Kegiatan mengelola keuangan untuk pemenuhan kebutuhan konsumsi sehari-hari hingga proses persiapan jangka panjang dalam bentuk tabungan, tentu memerlukan literasi finansial. Literasi finansial akan membantu kita dalam banyak hal, seperti menyeimbangkan arus keuangan rumah tangga, serta merencanakan pembangunan rumah, pendidikan anak, dan jaminan hari tua (Agarwalla et al., 2015).

Pengetahuan keuangan yang rendah akan mengakibatkan kegagalan dalam pembuatan rencana keuangan dan kesulitan dalam mencapai kesejahteraan hari tua (Byrne et al, 2007).

Bagi sebagian besar orang, masa kuliah adalah saat pertama dalam mengelola keuangan secara mandiri tanpa pengawasan penuh orang tua (Sabri et.al., 2010). Masa kuliah merupakan waktu bagi para mahasiswa untuk belajar finansial secara mandiri dan bertanggung jawab atas keputusan yang mereka ambil. Menurut Nababan (2012), masa kuliah merupakan peralihan dari masa ketergantungan finansial (*financial dependence*) menuju masa kemandirian finansial (*financial independence*). Dengan peralihan dari masa ketergantungan finansial menuju kemandirian finansial, tentu mahasiswa akan menemui permasalahan ekonomi yang semakin kompleks. Masalah-masalah ekonomi yang dihadapi oleh para mahasiswa antara lain, keterlambatan kiriman uang saku, pengeluaran tak terduga, pengaruh gaya hidup dalam lingkaran pertemanan, pola konsumsi yang berlebihan, dan lain sebagainya.

Mahasiswa sering memulai masa kuliah mereka dengan atau tanpa mengerti dan tanggung jawab terhadap keuangan pribadi mereka (Cunningham 2000; Nellie Mae 2002). Chen dan Volpe (1998) menjelaskan bahwa mahasiswa yang memiliki pengetahuan yang rendah akan membuat keputusan keuangan yang salah. Tanpa adanya pengetahuan finansial yang cukup dan pengelolaan finansial yang baik, mahasiswa dapat kehabisan uang saku sebelum waktu pengiriman berikutnya. Menurut Widayati (2012), pembelajaran di perguruan tinggi sangat berperan penting dalam proses pembentukan literasi finansial mahasiswa. Dengan pengetahuan finansial yang cukup, mahasiswa dapat membuat perencanaan finansial dengan lebih baik, guna mempersiapkan kemandirian finansial, serta membantu dalam mencapai kesuksesan dan kemakmuran di masa yang akan datang.

Sosialisasi finansial adalah sebuah proses yang didapatkan dari lingkungan, yaitu berupa kemampuan, pengetahuan, dan perilaku yang penting untuk memaksimalkan peran konsumen dalam pasar finansial (Ward, 1974). Sosialisasi merupakan proses sosial pada konsumen dengan berbagai karakteristik yang dibawa oleh sumber spesifik, biasanya disebut dengan agen sosialisasi (Churchill dan Moschis, 1979). Banyak penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa keluarga, rekan, pendidikan, dan media adalah agen signifikan dalam sosialisasi konsumen, yang mana masing-masing agen bekerja dengan cara berbeda-beda dalam lingkaran kehidupan (S. H. Sohn et al., 2012).

Johnson dan Sherraden (2007) menyatakan bahwa konsep pengalaman finansial adalah sebuah konsep alternatif untuk literasi finansial. Menurut mereka, masyarakat tidak hanya perlu untuk mengembangkan pengetahuan dan kemampuan finansial, tetapi juga perlu untuk meningkatkan kemampuan akses mereka

pada kebijakan, instrumen, dan servis finansial. Pada penelitian tersebut, pengalaman finansial diasumsikan berasal dari pengalaman masyarakat dalam menghadapi kebijakan, instrumen, dan servis finansial. Pendidikan finansial akan lebih efektif, jika dapat menggabungkan pengetahuan kognitif dengan pengalaman finansial, misalnya memiliki akun bank. Seseorang yang secara aktif berpartisipasi dalam manajemen simpanan, akun bank, dan produk finansial lainnya pada usia muda, dapat menjamin kehidupan mereka pada hari tua (Kotlikoff dan Bernheim, 2001).

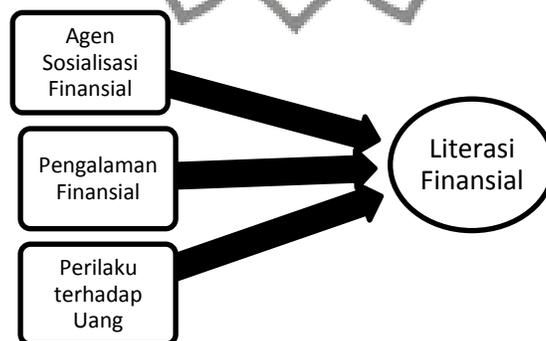
Uang adalah sebuah isu penting di masyarakat, tidak hanya sebagai komoditas utilitarian, tetapi juga sebagai representasi emosional atas simbol keberhargaan sesuatu (Engelberg dan Sjoberg, 2006; Mitchell dan Mickel, 1999). Uang telah menjadi motivator yang kuat dalam kehidupan, sama kuatnya dengan faktor yang mempengaruhi kepuasan pekerjaan dan tingkat stres seseorang (Tang dan Gilbert, 1995). Dalam sebuah penelitian perilaku pembelian remaja, Roberts dan Jones (2001) menunjukkan bahwa perilaku terhadap uang, utamanya pada barang prestisius, dapat mengarahkan pada pembelian kompulsif. Pembelian kompulsif merupakan proses pengulangan yang sering berlebihan dalam berbelanja yang dikarenakan rasa ketagihan, tertekan atau rasa bosan (Solomon, 2002).

## METODE

### DESAIN PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, yaitu penelitian yang berdasarkan pada filsafat positifisme yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengumpulan sampel umumnya secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2008). Sedangkan metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survey dimana pengumpulan data primer yang diperoleh secara langsung dari sumber asli melalui kuesioner. Kerangka model penelitian dapat dilihat dalam gambar 1.

Gambar 1. Kerangka Pemikiran



Sumber: S. H. Sohn et al., 2012

Kerangka pemikiran tersebut menjelaskan pengaruh agen sosialisasi finansial, pengalaman finansial, dan perilaku terhadap uang terhadap literasi finansial. Signifikansi dari agen sosialisasi finansial dalam membentuk pengetahuan finansial pada remaja adalah penting (S. H. Sohn et al., 2012). Menurut Kotlikoff dan Bernheim (2001), seseorang yang secara aktif berpartisipasi dalam manajemen simpanan, akun bank, dan produk finansial lainnya pada usia muda, dapat menjamin kehidupan mereka pada hari tua. Kim (2003) menemukan bahwa perilaku terhadap uang dapat secara signifikan mempengaruhi pada pola penggunaan uang pada para mahasiswa di Korea. Dari penjelasan mengenai peran agen sosialisasi finansial, pengalaman finansial, dan perilaku terhadap uang pada pembentukan literasi finansial, maka didapatkan hipotesis sebagai berikut:

**H1: Ada pengaruh agen sosialisasi finansial pada literasi finansial mahasiswa.**

**H2: Ada pengaruh pengalaman finansial pada literasi finansial mahasiswa.**

**H3: Ada pengaruh perilaku terhadap uang pada literasi finansial mahasiswa.**

#### POPULASI, SAMPEL, DAN PENGUMPULAN DATA

Tabel 1. Ukuran Sampel Cohen, Manion, dan Morrison, 2007.

| Population | Confidence level 90 per cent |            |            | Confidence level 95 per cent |            |            | Confidence level 99 per cent |            |            |
|------------|------------------------------|------------|------------|------------------------------|------------|------------|------------------------------|------------|------------|
|            | Confidence                   | Confidence | Confidence | Confidence                   | Confidence | Confidence | Confidence                   | Confidence | Confidence |
| 30         | 27                           | 28         | 29         | 28                           | 29         | 29         | 29                           | 29         | 30         |
| 50         | 42                           | 45         | 47         | 44                           | 46         | 48         | 46                           | 48         | 49         |
| 75         | 59                           | 64         | 68         | 63                           | 67         | 70         | 67                           | 70         | 72         |
| 100        | 73                           | 81         | 88         | 79                           | 86         | 91         | 87                           | 91         | 95         |
| 120        | 83                           | 94         | 104        | 91                           | 100        | 108        | 102                          | 108        | 113        |
| 150        | 97                           | 111        | 125        | 108                          | 120        | 132        | 122                          | 131        | 139        |
| 200        | 115                          | 136        | 158        | 132                          | 150        | 168        | 154                          | 168        | 180        |
| 250        | 130                          | 157        | 188        | 151                          | 176        | 203        | 182                          | 201        | 220        |
| 300        | 143                          | 176        | 215        | 168                          | 200        | 234        | 207                          | 233        | 258        |
| 350        | 153                          | 192        | 239        | 183                          | 221        | 264        | 229                          | 262        | 294        |
| 400        | 162                          | 206        | 262        | 196                          | 240        | 291        | 250                          | 289        | 329        |
| 450        | 170                          | 219        | 282        | 207                          | 257        | 317        | 268                          | 314        | 362        |
| 500        | 176                          | 230        | 301        | 217                          | 273        | 340        | 285                          | 337        | 393        |
| 600        | 187                          | 249        | 335        | 234                          | 300        | 384        | 315                          | 380        | 453        |
| 650        | 192                          | 257        | 350        | 241                          | 312        | 404        | 328                          | 400        | 481        |
| 700        | 196                          | 265        | 364        | 248                          | 323        | 423        | 341                          | 418        | 507        |
| 800        | 203                          | 278        | 389        | 260                          | 343        | 457        | 363                          | 452        | 558        |
| 900        | 209                          | 289        | 411        | 269                          | 360        | 468        | 382                          | 482        | 605        |
| 1,000      | 214                          | 298        | 431        | 278                          | 375        | 516        | 399                          | 509        | 648        |
| 1,100      | 218                          | 307        | 448        | 285                          | 388        | 542        | 414                          | 534        | 689        |
| 1,200      | 222                          | 314        | 464        | 291                          | 400        | 565        | 427                          | 556        | 727        |
| 1,300      | 225                          | 321        | 478        | 297                          | 411        | 586        | 439                          | 577        | 762        |
| 1,400      | 228                          | 326        | 491        | 301                          | 420        | 606        | 450                          | 596        | 796        |
| 1,500      | 230                          | 331        | 503        | 306                          | 429        | 624        | 460                          | 613        | 827        |
| 2,000      | 240                          | 351        | 549        | 322                          | 462        | 696        | 498                          | 683        | 959        |
| 2,500      | 246                          | 364        | 581        | 333                          | 484        | 749        | 524                          | 733        | 1,061      |
| 5,000      | 258                          | 392        | 657        | 357                          | 536        | 879        | 586                          | 859        | 1,347      |
| 7,500      | 263                          | 403        | 687        | 365                          | 556        | 934        | 610                          | 911        | 1,480      |
| 10,000     | 265                          | 408        | 703        | 370                          | 566        | 964        | 622                          | 939        | 1,556      |
| 20,000     | 269                          | 417        | 729        | 377                          | 583        | 1,013      | 642                          | 986        | 1,688      |
| 30,000     | 270                          | 419        | 738        | 379                          | 588        | 1,030      | 649                          | 1,002      | 1,737      |
| 40,000     | 270                          | 421        | 742        | 381                          | 591        | 1,039      | 653                          | 1,011      | 1,762      |
| 50,000     | 271                          | 422        | 745        | 381                          | 593        | 1,045      | 655                          | 1,016      | 1,778      |
| 100,000    | 272                          | 424        | 751        | 383                          | 597        | 1,056      | 659                          | 1,026      | 1,810      |
| 150,000    | 272                          | 424        | 752        | 383                          | 598        | 1,060      | 661                          | 1,030      | 1,821      |
| 200,000    | 272                          | 424        | 753        | 383                          | 598        | 1,061      | 661                          | 1,031      | 1,826      |
| 250,000    | 272                          | 425        | 754        | 384                          | 599        | 1,063      | 662                          | 1,033      | 1,830      |
| 500,000    | 272                          | 425        | 755        | 384                          | 600        | 1,065      | 663                          | 1,035      | 1,837      |
| 1,000,000  | 272                          | 425        | 756        | 384                          | 600        | 1,066      | 663                          | 1,036      | 1,840      |

Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa aktif S1 semester genap tahun akademik 2015/2016 Universitas Sebelas Maret Surakarta, yang mana masuk dalam kategori remaja sebagai generasi muda. Berdasarkan web resmi Sistem Informasi Universitas Sebelas Maret, jumlah mahasiswa aktif S1 semester

genap tahun akademik 2015/2016 Universitas Sebelas Maret berjumlah 23.582 mahasiswa. Kemudian target ukuran sampel berjumlah 270 responden. Jumlah tersebut didapatkan dari tabel Cohen, Manion & Morrison (2007) pada tabel 1, dengan menggunakan *confidence level* 90% dan *confidence interval* 5%. Populasi dalam penelitian berjumlah 23.582, sehingga dari tersebut didapatkan jumlah sampel antara 269 sampai 270, dimana berada di antara jumlah populasi 20.000 dan 30.000. Oleh karena itu penulis memilih menggunakan jumlah sampel minimal yaitu 270.

Sampling pada penelitian ini menggunakan teknik insidental sampling, dimana teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan. Kebetulan di sini adalah siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, asalkan orang tersebut cocok sebagai sumber data berdasarkan kriteria (Sugiyono, 2006). Ada pun kriteria responden dalam penelitian ini antara lain (1) Mahasiswa S1, (2) Aktif menjalani perkuliahan, (3) Mengenyam pendidikan di Universitas Sebelas Maret Surakarta, (4) Berusia 17-25 tahun. Penelitian ini menggunakan batas usia 17-25 tahun karena *range* usia tersebut merupakan range usia yang normal di Indonesia untuk mengenyam pendidikan S1. Menurut Winkel (1997), masa mahasiswa meliputi rentang umur dari 17/19 tahun sampai 24/25 tahun.

Jenis data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya (Sugiyono, 2006). Dalam penelitian ini data primer didapat dari sumber pertama, yaitu para mahasiswa aktif S1 semester genap tahun akademik 2015/2016 Universitas Sebelas Maret Surakarta. Teknik pengumpulan data primer tersebut pada penelitian ini yaitu menggunakan media kuesioner.

#### LITERASI FINANSIAL

Literasi finansial dalam penelitian ini dihitung dengan cara membagi kuesioner kepada responden. Kuesioner literasi finansial terdiri dari 30 soal pilihan ganda yang dikembangkan dari penelitian Lewis Mandell (2008) dimana item pertanyaannya dibagi dalam empat kategori: (a) Pemahaman Pendapatan, (b) Pemahaman Manajemen Uang, (c) Pemahaman Simpanan dan Investasi, (d) Pemahaman Pengeluaran dan Hutang. Total nilai dari jawaban yang benar akan dijumlahkan, dan kemudian akan dikonversikan dengan skala 100%. Semakin tinggi nilai presentase menunjukkan semakin tinggi literasi finansial. Untuk item pertanyaan dapat dilihat pada halaman lampiran.

#### AGEN SOSIALISASI FINANSIAL

Agen sosialisasi finansial dalam penelitian ini dihitung dengan cara pengembangan dari penelitian S. H. Sohn et al. (2012), yaitu responden penelitian ini diminta untuk memilih apa atau siapa sumber paling

berpengaruh bagi mereka dalam informasi finansial. Pilihannya meliputi keluarga, rekan, pendidikan, dan media. Selain itu responden juga akan ditanya tentang media informasi apa yang paling membantu dalam mendapatkan informasi finansial, antara lain (1) koran, majalah, dan buku, (2) televisi dan radio, (3) internet, web, dan media sosial. Kemudian responden juga akan ditanya mengenai bagaimana peran orang tua mereka dalam memberi informasi finansial. Jawaban dari pertanyaan tersebut antara lain adalah orang tua akan memberi informasi finansial jika di tanya, tanpa ditanya, atau sama sekali tidak memberi informasi finansial.

#### PENGALAMAN FINANSIAL

Mengukur hubungan pengalaman finansial pada literasi finansial pada penelitian ini diwakili dengan cara menghitung, apakah responden memiliki akun bank atau tidak. Nilai variabel untuk mengukur pengalaman finansial tersebut didikotomikan menjadi dua, yaitu nilai 1 untuk responden yang memiliki akun bank, dan nilai 0 untuk responden yang tidak memiliki akun bank. Selain itu responden diminta untuk memilih bagaimana kondisi uang saku dalam memenuhi kebutuhan. Pilihannya meliputi berlebihan, cukup, dan kurang.

Selanjutnya perlu diketahui lebih lanjut mengenai sumber uang saku tersebut, waktu penerimaan uang saku tersebut, dan kebebasan responden untuk mengelola uang sakunya. Responden diminta untuk memilih sumber uang saku mereka di antara orang tua, keluarga selain orang tua, beasiswa, maupun gaji sendiri. Sedangkan dalam waktu penerimaan uang saku terdapat tiga pilihan, yaitu harian, mingguan, dan bulanan. Kemudian dalam kebebasan responden untuk mengelola uang saku dibagi dalam tiga pilihan, antara lain, seluruh keuangan, sebagian keuangan, maupun tidak sama sekali.

#### PERILAKU TERHADAP UANG

Dalam meneliti perilaku terhadap uang, penelitian ini menggunakan metode versi Tang's Money Ethic Scale (1992). Money Ethic Scale memiliki 30 item pertanyaan, yang dibagi dalam enam faktor umum dalam tiga komponen, yaitu: (a) Komponen Afektif (Baik dan Buruk); (b) Komponen Kognitif (Pencapaian, Rasa Hormat, dan Kekuatan atau Kebebasan), dan (c) Komponen Perilaku (Budget). 28 item pertanyaan tersebut menggunakan skala tipe Likert 5 poin, dari skala 1 (Sangat Tidak Setuju) sampai skala 5 (Sangat Setuju). Untuk menguji skala tersebut pada responden Indonesia, item pertanyaannya didasarkan pada prinsip faktor analisis. Dengan menggunakan kriteria eigen values greater than one rule dan Varimax rotation, maka beradaptasi dari penelitian S. H. Sohn et al. (2012), ke-enam faktor dalam penelitian ini antara lain: (a) Kekuatan dan Kebebasan, (b) Hal Baik, (c) Penghindaran, .4 Hadiah atas Usaha, (e) Pencapaian, dan (f) Keburukan.

## KARAKTERISTIK UMUM

Karakteristik umum dari responden yang diuji dalam penelitian ini di antaranya, usia, jenis kelamin, fakultas, tingkat kuliah, dan pendidikan terakhir ayah. Usia responden dibatasi hanya dalam rentang usia 17 – 25 tahun. Di luar rentang usia itu akan dikeluarkan dari data penelitian. Nilai untuk jenis kelamin dan pendidikan ayah didikotomikan menjadi dua. Responden laki-laki bernilai 1, dan responden perempuan bernilai 0. Sedangkan untuk ayah responden yang memiliki latar pendidikan S1 atau lebih tinggi bernilai 1, sedangkan dibawah S1 bernilai 0.

Kemudian untuk pertanyaan mengenai fakultas pendidikan sarjananya, responden bisa memilih berdasarkan fakultas yang terdapat di Universitas Sebelas Maret, antara lain, FIB (Fakultas Ilmu Budaya), FSRD (Fakultas Seni Rupa dan Desain), FISIP (Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik), FH (Fakultas Hukum), FEB (Fakultas Ekonomi dan Bisnis), FK (Fakultas Kedokteran), FP (Fakultas Pertanian), FT (Fakultas Teknik), FKIP (Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan), dan FMIPA (Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam). Selanjutnya responden diminta untuk memilih tingkat perkuliahannya yang ia tempuh saat penelitian berlangsung, dengan pilihan yaitu, tahun pertama, tahun kedua, tahun ketiga, dan tahun keempat atau lebih.

## METODE ANALISIS

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda. Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara serentak. Koefisien ini menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara variabel independen (X) secara serentak terhadap variabel dependen (Y).

Analisis koefisien determinasi dalam regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui presentase sumbangan pengaruh variabel independen (X) secara serentak terhadap variabel dependen (Y). Koefisien ini menunjukkan seberapa besar presentase variasi variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi variabel dependen.  $R^2$  sama dengan 0, maka tidak ada sedikitpun presentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen, atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel dependen. Sebaliknya  $R^2$  sama dengan 1, maka presentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen adalah sempurna, atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model menjelaskan 100% variasi variabel dependen.

Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t) digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi masing-masing variabel independen (X) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Dasar pengambilan keputusan untuk Uji t (parsial) dalam analisis regresi berdasarkan nilai signifikansi hasil output SPSS yaitu jika nilai Sig. < 0,05 maka variabel bebas (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y), sedangkan jika nilai Sig. > 0,05 maka variabel bebas (X) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y).

Uji Koefisien Regresi Simultan (Uji F) digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y). Atau untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen atau tidak. Signifikan berarti hubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi (dapat digeneralisasikan). Dasar pengambilan keputusan untuk Uji F (Simultan) dalam analisis regresi berdasarkan nilai signifikansi hasil output SPSS yaitu, jika nilai Sig. < 0,05 maka variabel bebas (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y), sedangkan jika nilai Sig. > 0,05 maka variabel bebas (X) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Koefisien determinasi digunakan untuk menguji goodness-fit dari model regresi. Berdasarkan tabel 2, besarnya nilai R<sup>2</sup> sebesar 0,048 yang berarti variabilitas variabel dependen yang dijelaskan oleh variabilitas variabel independen sebesar 48%. Jadi model kurang baik. Sedangkan sisanya 52% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam model regresi.

Tabel 2. Uji Koefisien Determinasi

| Model | R     | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1     | 0,219 | 0,048    | 0,038             | 15,99082                   | 2,004         |

Berdasarkan tabel 3, nilai Sig Lag\_Agen yang merupakan agen sosialisasi finansial adalah 0,001, nilai Sig Lag\_Pengalaman yang merupakan pengalaman finansial adalah 0,101, dan nilai Sig Lag\_Perilaku yang merupakan perilaku terhadap uang adalah 0,453. Dari sini dapat disimpulkan bahwa nilai Lag\_FinLit dipengaruhi oleh Lag\_Agen dengan persamaan matematis sebagai berikut:

$$Lag\_FinLit = 17,077 + 1,849 Lag\_Agen + 1,426 Lag\_Pengalaman - 0,066 Lag\_Perilaku.$$

Jumlah konstanta adalah 17,077 menyatakan bahwa jika variabel independen dianggap konstan, maka literasi finansial mahasiswa sebesar 17,077. Koefisien regresi Lag\_Agen sebesar 1,849 menyatakan bahwa setiap kenaikan nilai agen sosialisasi finansial 1% akan meningkatkan nilai literasi finansial

mahasiswa 1,849%. Koefisien regresi Lag\_Pengalaman sebesar 1,426 menyatakan bahwa setiap kenaikan nilai pengalaman finansial 1% akan meningkatkan nilai literasi finansial mahasiswa 1,426%. Koefisien regresi Lag\_Perilaku sebesar -0,066 menyatakan bahwa setiap kenaikan nilai perilaku terhadap uang 1% akan menurunkan nilai literasi finansial mahasiswa 0,066%.

Pada ketiga variabel tersebut yang signifikan pada 0,05 hanya Lag\_Agen, sedangkan pada Lag\_Pengalaman berpengaruh lemah, dan Lag\_Perilaku tidak signifikan. Maka, Ho1 dan Ho2 ditolak sedangkan Ho3 diterima. Oleh karena itu hasil uji parsial adalah ada pengaruh signifikan dan positif agen sosialisasi finansial pada literasi finansial mahasiswa, ada pengaruh lemah dan positif pengalaman finansial pada literasi finansial mahasiswa, namun tidak ada pengaruh signifikan dan positif perilaku terhadap uang pada literasi finansial mahasiswa.

Tabel 3. Uji Parsial

|                | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig.  | Collinearity Statistics |       |
|----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|-------|-------------------------|-------|
|                | B                           | Std. Error | Beta                      |        |       | Tolerance               | VIF   |
| (Constant)     | 17,077                      | 10,938     |                           | 1,561  | 0,120 |                         |       |
| Lag_Agen       | 1,849                       | 0,563      | 0,187                     | 3,284  | 0,001 | 0,995                   | 1,005 |
| Lag_Pengalaman | 1,426                       | 0,866      | 0,095                     | 1,647  | 0,101 | 0,976                   | 1,025 |
| Lag_Perilaku   | -0,066                      | 0,088      | -0,043                    | -0,751 | 0,453 | 0,971                   | 1,030 |

Uji pengaruh simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen. Uji ini dapat dilihat pada tabel ANOVA pada tabel 4, nilai Sig adalah 0,002 kurang dari 0,05, sehingga Ho ditolak. Maka hasil uji ini adalah ada pengaruh antara agen sosialisasi finansial, pengalaman finansial, dan perilaku terhadap uang pada literasi finansial mahasiswa secara simultan.

Tabel 4. Uji Pengaruh Simultan

| Model |            | Sum of Squares | Df  | Mean Square | F     | Sig.              |
|-------|------------|----------------|-----|-------------|-------|-------------------|
| 1     | Regression | 3811.625       | 3   | 1270.542    | 4.969 | .002 <sup>a</sup> |
|       | Residual   | 75689.060      | 296 | 255.706     |       |                   |
|       | Total      | 79500.685      | 299 |             |       |                   |

#### AGEN SOSIALISASI FINANSIAL

Uji hipotesis dalam hubungan antara agen sosialisasi finansial dan literasi finansial, dengan menggunakan bantuan program SPSS 16, diperoleh hasil bahwa agen sosialisasi finansial memberi pengaruh signifikan dan positif pada literasi finansial mahasiswa. Hasil tersebut mendukung hasil penelitian S. H. Sohn et al. (2012) bahwa agen sosialisasi finansial memberi pengaruh signifikan pada literasi finansial.

Pada penelitian, diketahui bahwa media informasi adalah agen sosialisasi yang paling banyak menjadi rujukan mahasiswa dalam menambah literasi finansial, yaitu berjumlah 120 atau 39,9%. Jika kita melihat lebih dalam, mahasiswa cenderung lebih suka menggunakan media informasi berupa internet, web, dan media sosial dalam mengakses informasi seputar finansial. Hal tersebut ditunjukkan dengan jumlah mahasiswa yang menggunakan media informasi internet, web, dan media sosial berjumlah 238 atau 79,1%.

Di era yang serba IT seperti saat ini, semua informasi termasuk informasi finansial akan sangat mudah diakses oleh siapapun, terutama oleh para mahasiswa yang merupakan pengguna terbanyak internet, web, dan media sosial. Oleh karenanya media informasi berupa internet, web, dan media sosial merupakan pilihan agen sosialisasi paling efektif bagi mahasiswa, yang mana merupakan kalangan muda yang sangat dekat dengan perkembangan IT. Media informasi dapat memberi dampak langsung pada literasi finansial mahasiswa.

Di samping itu, keluarga menempati peringkat kedua pada agen sosialisasi finansial yang paling banyak mempengaruhi responden dalam menambah literasi finansial, dengan jumlah 90 responden atau 29,9%. Pada penelitian, diketahui bahwa sebagian besar orang tua akan memberi tahu seputar finansial hanya jika ditanya, yaitu dengan jumlah responden yang mendukung sejumlah 159 responden atau 52,8%. Hal tersebut menunjukkan bahwa orang tua kurang berperan aktif dalam mengajarkan anak-anaknya dalam finansial. Sehingga anak akan cenderung mencari jawaban atas keingintahuannya pada finansial melalui media informasi berupa internet, web, dan media sosial.

#### PENGALAMAN FINANSIAL

Uji hipotesis dalam hubungan antara pengalaman finansial dan literasi finansial, dengan menggunakan bantuan program SPSS 16, diperoleh hasil bahwa pengalaman finansial memberi pengaruh signifikan lemah dan positif pada literasi finansial mahasiswa. Hasil tersebut kurang mendukung hasil penelitian S. H. Sohn et al. (2012) bahwa pengalaman finansial memberi pengaruh signifikan pada literasi finansial.

Sebesar 84,1% responden merasa uang saku yang dimilikinya adalah cukup. Mahasiswa yang memiliki uang saku yang cukup memiliki kecenderungan tidak memiliki literasi finansial yang baik, karena tidak adanya keterpaksaan untuk berpikir keras bagaimana cara mengatur keuangan. Pada penelitian, diketahui bahwa sebagian besar sumber pemasukan terbesar responden adalah orang tua dan pemberian uang saku tersebut dalam periode bulanan. Mahasiswa yang mana belum memperoleh penghasilan sendiri maupun

beasiswa akan cenderung kurang mandiri secara finansial, sehingga mereka akan merasa tidak perlu untuk mengetahui secara mendalam tentang finansial.

Di samping itu, sebagian besar mahasiswa sudah tidak asing dengan produk finansial dikarenakan sejumlah 95,3% responden penelitian ini mengaku memiliki rekening simpanan bank, dan 82,4% mengaku memiliki hak untuk mengelola seluruh uang sakunya. Ketika mahasiswa memiliki rekening simpanan dan kesempatan untuk mengelola seluruh uang saku sepenuhnya, seharusnya dia tahu tentang pengetahuan finansial yang cukup sehingga uang saku yang diberikan akan mencukupi kebutuhan sehari-hari mereka, namun hasil uji hipotesis mengatakan sebaliknya. Pengalaman finansial tidak cukup mempengaruhi mahasiswa dalam meningkatkan literasi finansial. Mahasiswa cenderung mengetahui pengetahuan finansial yang sangat dasar dan berhubungan langsung dengan kehidupannya, seperti bagaimana cara melakukan jual beli, cara mengambil uang melalui rekening simpanannya, dan berbagai pengetahuan finansial dasar lainnya. Sedangkan jika mahasiswa diberikan pertanyaan seputar pendapatan, pemahaman manajemen uang, pemahaman simpanan dan investasi, dan pemahaman pengeluaran dan hutang, mereka cenderung kurang menguasai.

#### PERILAKU TERHADAP UANG

Uji hipotesis dalam hubungan antara pengalaman finansial dan literasi finansial, dengan menggunakan bantuan program SPSS 16, diperoleh hasil bahwa tidak ada pengaruh signifikan dan positif antara perilaku terhadap uang terhadap literasi finansial. Hasil tersebut tidak mendukung hasil penelitian S. H. Sohn et al. (2012) bahwa perilaku terhadap uang memberi pengaruh signifikan pada literasi finansial.

Pada faktor kekuatan dan kebebasan, sebagian besar responden setuju bahwa uang akan memberi kesempatan untuk menjadi apa yang dia mau, uang memiliki kekuatan, uang membantu dalam pengekspresian diri, dan uang dapat membeli kekayaan, sedangkan sebagian besar responden tidak setuju bahwa uang dapat memberi kebebasan dan membawa banyak teman bagi mereka. Hal tersebut menggambarkan bahwa sebagian besar responden menganggap uang memang bisa memberi kekuatan dan kekayaan, namun hal tersebut tidaklah mutlak, karena uang tidak dapat memberi kebebasan. Uang masih terbatas dengan banyak hal bagi mereka, seperti normal sosial dan agama yang sangat kental di Indonesia. Ditambah lagi sebagian besar dari mereka tidak percaya uang akan membawa banyak teman, padahal di negara Indonesia yang masih menjunjung tinggi hubungan kekerabatan dengan sekitar, tentu akan mengurangi motivasi mahasiswa dalam meningkatkan literasi finansial.

Di samping itu pada faktor pencapaian, sebagian besar responden setuju bahwa uang adalah pencapaian dan simbol kekuasaan, namun mereka tidak setuju jika dikatakan uang dapat membeli segalanya. Ketika mahasiswa sudah berpikir bahwa uang itu bukanlah segalanya, mereka akan cenderung tidak begitu termotivasi untuk mengetahui literasi finansial dengan lebih mendalam.

## **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dari rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa agen sosialisasi finansial berpengaruh secara signifikan dan positif pada literasi finansial mahasiswa, maka hipotesis pertama dalam penelitian ini yang menyatakan ada pengaruh agen sosialisasi finansial pada literasi finansial mahasiswa diterima. Pengalaman finansial berpengaruh secara lemah dan positif pada literasi finansial mahasiswa, maka hipotesis kedua dalam penelitian ini yang menyatakan ada pengaruh pengalaman finansial pada literasi finansial mahasiswa ditolak. Perilaku terhadap uang tidak berpengaruh secara signifikan dan positif pada literasi finansial mahasiswa, maka hipotesis ketiga dalam penelitian ini yang menyatakan ada pengaruh perilaku terhadap uang pada literasi finansial mahasiswa ditolak.

Beberapa keterbatasan yang dapat ditarik dari penelitian ini antara lain, teknik sampling pada penelitian ini tidak acak, namun merupakan teknik insidental sampling, yang mana sampel tersebut didapatkan berdasarkan kebetulan dari populasi yang merupakan mahasiswa Universitas Sebelas Maret, asalkan cocok sebagai berdasarkan kriteria. Selain itu, responden hanya terbatas pada mahasiswa Universitas Sebelas Maret yang mana hasilnya mungkin akan berbeda jika diaplikasikan pada kota-kota lain di Indonesia maupun di luar negeri. Penelitian ini juga hanya dapat menilai masing-masing variabel secara umum, tidak melakukan penilaian hubungan variabel dengan lebih mendalam pada masing-masing indikator variabel.

Mengacu pada hasil penelitian di atas, maka saran yang dapat diberikan dari penelitian ini di antaranya, pemerintah dan para lembaga keuangan diharap bisa menggunakan agen sosialisasi finansial berupa media informasi yaitu internet, web, dan media sosial untuk melakukan sosialisasi finansial pada seluruh mahasiswa Indonesia. Agen sosialisasi finansial tersebut sering diakses oleh para mahasiswa, dan apabila metode sosialisasi yang dilakukan tepat, dapat membantu meningkatkan literasi finansial mahasiswa. Orang tua juga diharap lebih berperan aktif dalam melakukan menambah pengetahuan finansial anak-anaknya. Orang tua sebaiknya membiasakan pendidikan finansial sejak dini, dan menyampaikan seluruh pengetahuan finansial baik ditanya maupun tidak ditanya, karena orang tua adalah tempat pertama bagi para mahasiswa belajar tentang berbagai hal, baru setelah itu pendidikan dan lingkungan pertemanan.

Untuk penelitian ke depan disarankan agar memperluas objek penelitian sehingga penelitian ini dapat digeneralisasikan, serta memperdalam penilaian hubungan antar variabelnya untuk setiap indikator. Selain itu, disarankan juga agar mengembangkan model penelitian yang lebih baik lagi, misalnya dengan menjamah variabel yang mempengaruhi literasi finansial mahasiswa lebih dalam.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agarwalla, S. K., et al. 2015. Financial Literacy among Working Young in Urban India. *World Development*, 67: 101–109.
- Bernheim, B. D., Garrett, D. M., & Maki, D. M. 2001. Education and saving: the long-term effects of high school financial curriculum mandates. *Journal of Public Economics*, 80: 435–465.
- Churchill, G. A., & Moschis, G. P. 1979. Television and interpersonal influences on adolescent consumer learning. *Journal of Consumer Research*, 6: 23–35.
- Engelberg, E., & Sjoberg, L. 2006. Money attitudes and emotional intelligence. *Journal of Applied Social Psychology*, 36(8): 2027–2047.
- Johnson, E., & Sherraden, M. S. 2007. From financial literacy to financial capability among youth. *Journal of Sociology and Social Welfare*, 34(3): 119–146.
- Kim, K. 2003. Money attitudes and personal finance of college students. *Journal of Consumption Culture*, 6(3): 33–50.
- Kotlikoff, L. J., & Bernheim, B. D. 2001. Household financial planning and financial literacy. In J. Laurence, & Kotlikoff. (Eds.), *Essays on saving, bequests, altruism, and life-cycle planning* (pp. 427–478). Cambridge, MA: MIT Press.
- Mandell, Lewis. 2008. *The Financial Literacy of Young American Adults: Results of the 2008 National Jumpstart Coalition Survey of High School Seniors and College Students*. Washington, D.C.: Jumpstart Coalition.
- Mitchell, T. R., & Mickel, A. E. 1999. The meaning of money: an individual difference perspective. *Academy of Management Review*, 24(3): 568–578.
- Roberts, J., & Jones, E. 2001. Money attitudes, credit card use, and compulsive buying among American college students. *Journal of Consumer Affairs*, 35: 213–240.
- Sohn, S. H., et al. 2012. Adolescents' financial literacy: The role of financial socialization agents, financial experiences, and money attitudes in shaping financial literacy among South Korean youth. *Journal of Adolescence*, 35: 969–980.
- Solomon, M. R. 2002. *Consumer Behavior*. Prentice Hall, Engelwood Cliffs, N.J.
- Sugiyono, 2006, *Teknik Penelitian*, Yogyakarta: Pines.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Tang, T. L. P. 1992. The meaning of money revisited. *Journal of Organizational Behavior*, 13: 197-202.
- Tang, T. L., & Gilbert, P. R. 1995. Attitudes toward money as related to intrinsic and extrinsic job satisfaction, stress and work-related attitudes. *Personality and Individual Differences*, 19: 327–332.
- United States Agency for International Development (USAID). 2013. Support for Economic Analysis Development in Indonesia project: Developing an Indonesian Financial Literacy Index. Jakarta: DAI/Nathan Group.
- Vitt, L. A., Anderson, C., Kent, J., Lyter, D. M., Siegenthaler, J. K., & Ward, J. 2000. Personal finance and the rush to competence: Financial literacy education in the U. S. Washington, DC: Fannie Mae Foundation.
- Ward, S. 1974. Consumer socialization. *Journal of Consumer Research*, 1: 1–16.

