

Pengaruh Literasi Keuangan, Efek Teman Sebaya, dan Sumber Informasi terhadap Perilaku Siswa dalam Penggunaan Aplikasi *Fintech*

Alamsjah^{1*}, Zalkha Soraya², Siti Aisyah³, Friska Dwiyantri⁴, Annisa Sultan⁵

^{1*,2,3,4,5}Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas

Muhammadiyah alamsjah@unismuh.ac.id*

Diajukan : 17 September 2024

Disetujui : 13 Oktober 2024

Dipublikasi : 18 Oktober 2024

ABSTRACT

This study aims to determine whether financial literacy, peer effects, and sources of information influence the behavior of students at Muhammadiyah 7 Makassar High School in using fintech. The research employs a quantitative approach to examine specific populations or samples with the goal of testing established hypotheses. The findings reveal that financial literacy does not have a significant impact on fintech usage behavior. Conversely, peer effects and sources of information have a significant impact on fintech usage behavior. The urgency of this research lies in the importance of understanding the factors that influence the adoption of financial technology among students, who are the future generation and potential users of fintech. By identifying key factors that affect their behavior, schools and policymakers can design more effective educational programs and interventions to enhance understanding and responsible use of fintech. Overall, financial literacy, peer effects, and sources of information collectively account for 71.9% of the influence on fintech usage behavior, while the remaining 29.1% is affected by other variables not discussed in this study.

Keywords: Financial Literacy, Peer Effects, Sources of Information, Fintech Usage Behavior

PENDAHULUAN

Menurut survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pada tahun 2024, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 221.563.479 orang dari total populasi 278.696.200 jiwa pada tahun 2023. Ini berarti sekitar 79,5% penduduk Indonesia sudah terhubung ke internet, meningkat 1,4% dari tahun sebelumnya yang sebesar 78,19%.

Penggunaan internet di Indonesia terus meningkat sejak 2018. Pada tahun tersebut, 64,8% penduduk sudah online, dan angka ini meningkat menjadi 73,7% pada 2020, 77,01% pada 2022, serta 78,19% pada 2023.

Generasi Z (kelahiran 1997-2012) merupakan kelompok terbesar pengguna internet, menyumbang 34,4% dari total pengguna. Diikuti oleh Milenial (kelahiran 1981-1996) yang berkontribusi 30,62%. Gen X (kelahiran 1965-1980) menyumbang 18,98%, sementara Post Gen Z (kelahiran mulai 2013) mencapai 9,17%. Baby Boomers (kelahiran 1946-1964) menyumbang 6,58%, dan generasi Pre-Boomer (kelahiran sebelum 1945) hanya 0,24%.

Dengan tingginya penggunaan internet, tantangan muncul untuk memanfaatkan teknologi secara maksimal guna mencapai kesejahteraan, terutama dengan menghubungkan teknologi dan inovasi di bidang ekonomi. Salah satu topik hangat saat ini adalah fintech (financial technology), yang telah melahirkan berbagai startup baru seperti OVO, LinkAja, Dana, dan GoPay, yang menawarkan layanan transaksi keuangan.

STUDI LITERATUR

Literasi Keuangan



Literasi keuangan merujuk pada pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap serta perilaku seseorang dalam mengelola keuangan. Secara umum, literasi keuangan dapat diartikan sebagai kemampuan individu untuk mengelola keuangan mereka dengan bijaksana, termasuk penggunaan uang secara efektif, pengelolaan keuangan pribadi dan bisnis, serta pengambilan keputusan keuangan yang tepat (Otoritas Jasa Keuangan, 2016). Komponen utama dari literasi keuangan meliputi pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan. Pengetahuan mencakup pemahaman tentang konsep-konsep keuangan seperti perhitungan matematis, tingkat suku bunga, inflasi, dan nilai waktu uang. Keterampilan berkaitan dengan kemampuan menggunakan pengetahuan tersebut untuk mengelola sumber daya keuangan secara efektif, sedangkan keyakinan melibatkan pemahaman tentang lembaga jasa keuangan formal, manfaat dan risiko, serta hak dan kewajiban terkait (Lusardi & Mitchell, 2014). Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengklasifikasikan tingkat literasi keuangan dalam empat kategori: *Well Literate*, *Sufficient Literate*, *Less Literate*, dan *Not Literate*. Individu yang tergolong dalam kategori *Well Literate* memiliki pengetahuan dan keyakinan yang kuat tentang lembaga jasa keuangan formal dan dapat menggunakan produk serta jasa keuangan dengan efektif (Otoritas Jasa Keuangan, 2016). Pentingnya literasi keuangan tidak dapat diabaikan. Dengan literasi keuangan yang baik, individu dapat menghindari masalah keuangan, meningkatkan kemampuan untuk menabung dan berinvestasi, serta memilih produk investasi yang sesuai. Hal ini pada gilirannya dapat meningkatkan kesejahteraan material dan memberikan manfaat jangka panjang. Secara keseluruhan, literasi keuangan merupakan aspek krusial dalam pengelolaan keuangan yang efektif dan bijaksana, serta berkontribusi pada kesejahteraan individu dan masyarakat (OECD, 2021).

Indikator literasi keuangan dapat dilihat dari beberapa aspek penting yang dijelaskan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan berbagai penelitian. Pertama, pengetahuan dasar tentang pengelolaan keuangan meliputi pemahaman konsep matematika yang relevan, seperti bunga, inflasi, dan nilai waktu uang. Selain itu, penting untuk mengenal lembaga keuangan formal seperti bank, asuransi, dan perusahaan investasi, serta memahami fitur, manfaat, risiko, hak, dan kewajiban yang terkait dengan produk dan layanan keuangan. Aspek kedua dari literasi keuangan adalah perilaku keuangan, yang mencakup kebiasaan menabung dan berinvestasi untuk mencapai tujuan finansial, serta kemampuan untuk mengelola kredit dengan bijak, termasuk penggunaan pinjaman dan kredit yang tepat. Selanjutnya, sikap keuangan meliputi perencanaan jangka pendek dan jangka panjang, yang penting untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan membangun kekayaan di masa depan. Sikap ini juga berkaitan dengan cara kita menggunakan uang dalam kehidupan sehari-hari, yang berpengaruh pada kesejahteraan. Terakhir, kemampuan manajemen keuangan meliputi pengelolaan keuangan pribadi dan bisnis secara efektif demi mencapai kesejahteraan. Dengan demikian, indikator literasi keuangan terdiri dari pengetahuan dasar, perilaku yang baik, sikap yang bijak, dan kemampuan manajemen keuangan yang efektif, (Tirto, 2024).

Teman Sebaya

Pengaruh teman sebaya dalam penggunaan fintech dapat dilihat dari berbagai aspek, termasuk perilaku konsumtif dan pengelolaan keuangan. Beberapa teori dan hasil penelitian memberikan pemahaman mendalam mengenai hal ini. Pertama, **Teori Perilaku Terencana (Theory of Planned Behavior - TPB)** (Ajzen, 2011) menjelaskan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh tiga komponen utama, yakni intensi, keterampilan, dan keterlibatan. Dalam konteks fintech, teman sebaya dapat memengaruhi niat dan keterlibatan seseorang melalui interaksi dan berbagi informasi tentang produk keuangan digital. Selain itu, penelitian menunjukkan bahwa pengaruh teman sebaya terhadap perilaku konsumtif sangat signifikan. Teman sebaya yang mendorong penggunaan fintech

cenderung meningkatkan perilaku konsumtif individu. Dengan kata lain, semakin besar pengaruh teman sebaya, semakin tinggi kecenderungan seseorang untuk berperilaku konsumtif dalam menggunakan fintech. Meskipun literasi keuangan juga berperan penting dalam perilaku keuangan, penelitian menunjukkan bahwa pengaruhnya terhadap perilaku konsumtif tidak sekuat pengaruh teman sebaya.

Sementara literasi keuangan cenderung memiliki pengaruh negatif yang tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif, teman sebaya justru memberikan dampak positif yang signifikan dalam mendorong penggunaan *fintech*. Selanjutnya, konsep *Locus of Control*, yang mengacu pada sejauh mana seseorang merasa mampu mengendalikan uang dan keuangan pribadinya, juga dipengaruhi oleh teman sebaya. *Locus of Control* internal yang kuat memungkinkan individu untuk lebih baik dalam mengelola keuangan. Namun, teman sebaya dapat memengaruhi aspek ini, baik secara positif maupun negatif, yang pada akhirnya berdampak pada perilaku keuangan mereka dalam menggunakan fintech.

Secara keseluruhan, pengaruh teman sebaya dalam penggunaan fintech dapat dijelaskan melalui beberapa teori: (1) Teori Perilaku Terencana, yang menggambarkan bagaimana teman sebaya memengaruhi niat dan keterlibatan seseorang dalam penggunaan fintech; (2) Pengaruh Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif, yang menunjukkan bahwa teman sebaya memiliki dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan perilaku konsumtif dalam menggunakan fintech; (3) Literasi Keuangan dan Teman Sebaya, yang menjelaskan bahwa meskipun literasi keuangan itu penting, pengaruh teman sebaya lebih dominan; dan (4) *Locus of Control*, yang menunjukkan bagaimana teman sebaya memengaruhi kemampuan individu dalam mengendalikan keuangan pribadinya menurut (Cahyani & Rochmawati, 2021).

Sumber Informasi

Sumber informasi memainkan peran penting dalam mendorong penggunaan *fintech* dari berbagai aspek seperti literasi keuangan, kepuasan pelanggan, perilaku konsumtif, dan aksesibilitas layanan keuangan. Informasi yang akurat dan relevan secara langsung meningkatkan literasi keuangan individu, yang pada gilirannya meningkatkan minat masyarakat terhadap penggunaan *fintech*. Selain itu, informasi yang jelas terkait keamanan dan kenyamanan dalam proses pembayaran meningkatkan kepuasan pelanggan dan memotivasi mereka untuk terus memanfaatkan layanan *fintech*. Teman sebaya atau komunitas online juga dapat memengaruhi perilaku konsumtif pengguna *fintech*. Pengaruh sosial yang kuat, jika didukung dengan informasi yang tepat, dapat meningkatkan niat individu untuk menggunakan *fintech*. Lebih jauh lagi, *fintech* mempermudah akses ke layanan keuangan, dan sumber informasi yang memberikan penjelasan komprehensif mengenai berbagai produk keuangan berperan dalam membantu masyarakat memahami serta menggunakan layanan ini dengan lebih efektif. Dengan demikian, sumber informasi secara aktif berkontribusi terhadap peningkatan penggunaan fintech melalui peningkatan literasi keuangan, kepuasan pelanggan, pengaruh sosial, dan kemudahan akses layanan keuangan, berdasarkan (Harrison & Arifin, 2024).

Aplikasi Fintech

Aplikasi *fintech* adalah perangkat lunak atau platform teknologi yang dirancang untuk meningkatkan, menyederhanakan, dan mendigitalkan layanan keuangan tradisional. *Fintech* mencakup berbagai layanan keuangan digital, seperti pembayaran, investasi, asuransi digital, dan pengumpulan dana melalui teknologi seperti *crowdfunding*. Beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur penggunaan aplikasi *fintech* termasuk frekuensi penggunaan layanan pembayaran digital, kemudahan transaksi, penggunaan platform investasi seperti Bareksa.com, dan platform *crowdfunding* seperti KitaBisa.com. Penggunaan layanan *fintech* juga dapat dilihat dari aspek aksesibilitas dan keamanan yang

diberikan oleh aplikasi tersebut. Kemudahan akses melalui *smartphone* atau laptop serta keamanan transaksi, seperti perlindungan data dan proses pembayaran yang aman, menjadi faktor penting. Selain itu, literasi keuangan pengguna juga mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Pengguna yang memiliki literasi keuangan yang baik cenderung merasa lebih puas dengan layanan *fintech*, terutama dalam hal pembayaran dan pendanaan. Perilaku konsumtif pengguna juga dapat meningkat setelah menggunakan aplikasi *fintech*, yang tercermin dalam meningkatnya jumlah transaksi dan niat untuk terus menggunakan layanan tersebut. Pengguna sering kali tertarik untuk kembali menggunakan aplikasi *fintech* karena manfaat ekonomi dan kemudahan yang ditawarkan, (Irfan et al., 2023).

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, yang berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan teknik pengambilan sampel yang umumnya dilakukan secara acak (random). Pengumpulan data dilakukan menggunakan instrumen penelitian, dan analisis data bersifat kuantitatif (statistik) dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Arifin et al., 2022). Menurut (Sugiyono, 2017), populasi merujuk pada wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah siswa di salah satu sekolah menengah atas di Kota Makassar sebanyak 107 orang. Sugiyono (2017) juga menyatakan bahwa sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Penelitian ini melibatkan seluruh populasi tersebut, yaitu 107 siswa. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Teknik ini mengandalkan penilaian peneliti dalam memilih anggota populasi yang berpartisipasi dalam penelitian, berdasarkan kriteria yang ditentukan. Penelitian ini juga menggunakan model regresi linear berganda, karena bertujuan untuk mengetahui hubungan antara beberapa variabel bebas (predictor) dengan satu variabel tak bebas (response). Pengolahan data dilakukan menggunakan program SPSS versi 25.

HASIL

Analisis Deskripsi Variable Penelitian

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menentukan apakah sebuah kuesioner sah atau valid. Suatu kuesioner dianggap valid jika pernyataan yang terdapat di dalamnya dapat mengungkapkan aspek yang hendak diukur. Kuesioner penelitian dinyatakan valid jika nilai signifikansi kurang dari 0,05. Kriteria pengujian menyatakan bahwa jika nilai Pearson correlation lebih besar dari r_{table} , maka item pernyataan dianggap valid; sebaliknya, jika nilai Pearson correlation kurang dari r_{table} , maka item tersebut dinyatakan tidak valid. Dalam penelitian ini, variabel independen terdiri dari Literasi Keuangan (X1), Teman Sebaya (X2), dan Sumber Informasi (X3), sedangkan variabel dependen adalah Perilaku Pengguna Fintech (Y). Variabel-variabel tersebut dinyatakan valid jika memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{table} . Untuk menentukan r_{table} , digunakan rumus $(\alpha, n-2)$, sehingga r_{table} pada level signifikansi 5% dengan $n=107$ adalah 0,190. Dengan demikian, hasil uji validitas dapat disimpulkan sebagai berikut :

Table 1 Hasil Uji Validitas Variabel Literasi Keuangan

Pernyataan	r_{hitung}	r_{table}	Keterangan
X1.1	0,299	0,190	VALID
X1.2	0,386	0,190	VALID
X1.3	0,331	0,190	VALID

X1.4	0,621	0,190	VALID
X1.5	0,328	0,190	VALID
X1.6	0,240	0,190	VALID
X1.7	0,339	0,190	VALID
X1.8	0,303	0,190	VALID
X1.9	0,413	0,190	VALID
X1.10	0,311	0,190	VALID
X1.11	0,359	0,190	VALID
X1.12	0,289	0,190	VALID
X1.13	0,362	0,190	VALID

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dinyatakan valid. Seluruh item pernyataan dari variabel literasi keuangan (X1) menunjukkan bahwa $r_{hitung} > r_{table}$, sehingga instrumen keseluruhan indikator pernyataan dinyatakan valid.

Table 2 Tabel Hasil Uji Validitas Veriabel Teman Sebaya

Pernyataan	r_{hitung}	r_{table}	Keterangan
X2.1	0,788	0,190	VALID
X2.2	0,796	0,190	VALID
X2.3	0,667	0,190	VALID
X2.4	0,737	0,190	VALID
X2.5	0,808	0,190	VALID
X2.6	0,648	0,190	VALID
X2.7	0,701	0,190	VALID

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dinyatakan valid. Seluruh item pernyataan dari variabel *peer effects* (X2) menunjukkan bahwa $r_{hitung} > r_{table}$, sehingga instrumen keseluruhan indikator pernyataan dinyatakan valid.

Table 3 Hasil Uji Validitas Veriabel Sumber Informasi

Pernyataan	r_{hitung}	r_{table}	Keterangan
X3.1	0,759	0,190	VALID
X3.2	0,605	0,190	VALID
X3.3	0,690	0,190	VALID
X3.4	0,796	0,190	VALID
X3.5	0,668	0,190	VALID
X3.6	0,825	0,190	VALID
X3.7	0,811	0,190	VALID

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dinyatakan valid. Seluruh item pernyataan dari variabel sumber informasi (X3) menunjukkan bahwa $r_{hitung} > r_{table}$, sehingga instrumen keseluruhan indikator pernyataan dinyatakan valid.

Table 4 Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Pengguna Fintech

Pernyataan	r_{hitung}	r_{table}	Keterangan
Y.1	0,247	0,190	VALID
Y.2	0,710	0,190	VALID
Y.3	0,523	0,190	VALID

Y.4	0,626	0,190	VALID
Y.5	0,728	0,190	VALID
Y.6	0,749	0,190	VALID
Y.7	0,640	0,190	VALID
Y.8	0,779	0,190	VALID
Y.9	0,758	0,190	VALID
Y.10	0,686	0,190	VALID

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dinyatakan valid. Seluruh item pernyataan dari variabel perilaku pengguna *fintech* (Y) menunjukkan bahwa $r_{hitung} > r_{table}$, sehingga instrumen keseluruhan indikator pernyataan dinyatakan valid.

Uji Reabilitas

Dalam sebuah penelitian, dilakukan pengujian untuk melihat sejauh mana suatu instrumen dapat menghasilkan data yang konsisten ketika digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama. Istilah "reliabel" berarti dapat dipercaya. Pengukuran ini dilakukan dengan melihat nilai Cronbach's Alpha untuk masing-masing instrumen variabel, yaitu literasi keuangan, teman sebaya, sumber informasi, dan perilaku pengguna *fintech*. Suatu variabel dianggap reliabel jika menunjukkan nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0,60. Semakin tinggi koefisien Cronbach's Alpha, semakin baik kualitas instrumen pengukuran tersebut. Nilai yang mendekati 1 menunjukkan keandalan instrumen yang semakin baik.

Table 5 Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Batas Reliabilitas	Jumlah Item	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	0,617	0,60	13	Reliabel
Teman Sebaya (X2)	0,781	0,60	7	Reliabel
Sumber Informasi (X3)	0,779	0,60	7	Reliabel
Perilaku Pengguna <i>Fintech</i> (Y)	0,766	0,60	10	Reliabel

Berdasarkan table di atas, dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* seluruh variabel yang sudah di ujikan memiliki nilai di atas 0,60 artinya dapat dinyatakan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini bersifat reliabel. Nilai *Cronbach's Alpha* berkisar 0,617 - 0,766.

Hasil Uji Hipotesis

Uji statistik t adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Dengan tingkat signifikansi 0,05, kriteria pengujian adalah sebagai berikut: jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 (koefisien regresi signifikan), maka variabel independen tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen secara parsial. Sebaliknya, jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 (koefisien regresi tidak signifikan), maka variabel independen tersebut tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen secara parsial.

Table 6 Tabel Hasil Uji Signifikan Variabel (t)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	4,763	4,134		1,152	0,25
	Literasi Keuangan (X1)	0,151	0,335	0,031	0,449	0,65
	Teman Sebaya (X2)	0,255	0,113	0,216	2,268	0,02
	Sumber Informasi (X3)	0,734	0,130	0,544	5,659	0,00

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2024

Sebelum melakukan pengujian hipotesis penelitian terlebih dahulu dilakukan analisis regresi berganda. Berdasarkan hasil analisis diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 4,736 + 0.151X_1 + 0,255X_2 + 0,734X_3 + e$$

Dari persamaan regresi yang diperoleh, dapat diinterpretasi sebagai berikut:

Nilai konstan sebesar 4,736 bernilai positif yang artinya jika semua variabel bebas bernilai 0 maka nilai variabel terikat sebesar 4,736. Hasil uji t (parsial) menunjukkan beberapa temuan penting. Pertama, hipotesis terkait literasi keuangan (X1) menghasilkan nilai thitung sebesar 0,449 yang lebih besar dari ttabel sebesar 0,190, dengan nilai signifikan sebesar 0,65 yang lebih besar dari 0,05. Ini menunjukkan bahwa literasi keuangan (X1) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku pengguna fintech (Y). Kedua, untuk hipotesis teman sebaya (X2), nilai thitung sebesar 2,268 lebih besar dari ttabel sebesar 0,190, dan nilai signifikan sebesar 0,02 yang lebih kecil dari 0,05. Hasil ini mengindikasikan bahwa teman sebaya (X2) memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku pengguna fintech (Y). Terakhir, untuk hipotesis terkait sumber informasi (X3), nilai thitung mencapai 5,659 yang lebih besar dari ttabel sebesar 0,190, dengan nilai signifikan sebesar 0,00 yang lebih kecil dari 0,05. Ini menunjukkan bahwa sumber informasi (X3) memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku pengguna *fintech* (Y).

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji koefisien determinasi merupakan besaran yang menunjukkan proporsi variasi variabel independen yang mampu menjelaskan variasi variabel dependen. Pengujian koefisien berguna untuk melihat seberapa layaknya penelitian yang dilakukan dengan melihat variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada tabel berikut.

Table 7 Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,719 ^a	0,517	0,503	4,593

a. Predictors: (Constant) Literasi Keuangan (X1), Teman Sebaya (X2), Sumber Informasi (X3).

Berdasarkan tabel di atas, diketahui nilai R sebesar 0,719 artinya bahwa literasi keuangan, peer effects, dan sumber informasi secara bersama-sama memiliki pengaruh sebesar 71,9% terhadap perilaku pengguna *fintech* sedangkan 29,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian.

PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, peer effects, dan sumber informasi terhadap perilaku siswa dalam penggunaan fintech. Untuk mencapai tujuan ini, penelitian dilakukan terhadap 107 responden yang dijadikan sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap perilaku siswa dalam menggunakan fintech. Sebaliknya, peer effects

dan sumber informasi menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku siswa dalam penggunaan *fintech*.

Hasil dari uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa Literasi Keuangan (X1) memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap penggunaan *fintech* di kalangan siswa di salah satu sekolah di Kota Makassar. Hal ini terlihat dari nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05. Salah satu alasan teoritis yang mungkin menjelaskan hasil ini adalah bahwa pengetahuan literasi keuangan saja tidak cukup untuk memotivasi penggunaan *fintech*. Menurut teori perilaku terencana, niat individu untuk bertindak dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti norma subjektif dan kontrol perilaku. Meskipun siswa memiliki pengetahuan tentang keuangan, mereka mungkin terpengaruh oleh faktor sosial, seperti pengaruh teman sebaya dan akses terhadap informasi yang lebih relevan. Penelitian oleh (Putri & Listiana, 2022) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *fintech payment* (paylater) di Shopee. Ini menunjukkan bahwa konteks dan penerapan literasi keuangan sangat memengaruhi hasilnya. Di sisi lain, penelitian oleh (Saleh, 2020). dari Universitas Muslim Indonesia menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan *fintech*, dengan nilai signifikansi 0,030 dan kontribusi 29,1% dari variabel independen terhadap variabel dependen. Temuan ini menunjukkan bahwa literasi keuangan dapat berperan penting, meskipun kontribusinya tidak dominan. Dalam kasus siswa di Makassar, kemungkinan terdapat kekurangan dalam penerapan literasi keuangan yang praktis dan relevan, sehingga pengetahuan yang mereka miliki tidak berujung pada peningkatan penggunaan *fintech*. Ketidapahaman mengenai aplikasi praktis dari pengetahuan yang dimiliki juga dapat menghambat motivasi mereka untuk menggunakan layanan *fintech*. Hal ini menunjukkan perlunya pendekatan yang lebih holistik dalam pendidikan literasi keuangan, yang tidak hanya memberikan pengetahuan, tetapi juga mengaitkannya dengan praktik nyata dan konteks sosial siswa.

Sementara itu, Hasil analisis untuk variabel Teman Sebaya (X2) menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar 0,255, yang berarti bahwa setiap peningkatan satu unit dalam pengaruh teman sebaya akan berhubungan dengan peningkatan 0,255 unit dalam penggunaan *fintech*. Nilai signifikansi sebesar 0,02 menunjukkan bahwa pengaruh teman sebaya terhadap penggunaan *fintech* adalah signifikan pada tingkat alpha 0,05. Ini menunjukkan bahwa faktor sosial, khususnya pengaruh teman sebaya, memiliki dampak yang penting dalam keputusan siswa untuk menggunakan layanan *fintech*.

Penelitian oleh (Rustam, 2022) juga menemukan bahwa peer effect berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pengguna *fintech* di Kota Palopo, mendukung temuan ini. Selain itu, penelitian oleh (Tajuddin et al., 2023) menunjukkan bahwa pengaruh sosial (Social Influence) juga memiliki dampak positif terhadap adopsi teknologi informasi dan komunikasi (ICT) dalam usaha mikro dan kecil di Kota Makassar, termasuk penggunaan *fintech*.

Studi ini menekankan bahwa interaksi sosial dan norma yang berkembang di antara individu, baik di kalangan siswa (Syahnur & Bahari, 2023) maupun pelaku usaha, dapat secara signifikan mempengaruhi keputusan untuk mengadopsi teknologi, termasuk *fintech*. Dengan demikian, penyedia layanan *fintech* dan pemangku kepentingan lainnya sebaiknya mempertimbangkan strategi yang melibatkan pengaruh sosial untuk mendorong adopsi yang lebih luas di kalangan remaja dan pelaku usaha kecil.

Hasil analisis untuk variabel Sumber Informasi (X3) menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar 0,734, yang berarti bahwa setiap peningkatan satu unit dalam sumber informasi akan berhubungan dengan peningkatan 0,734 unit dalam penggunaan *fintech*. Nilai signifikansi sebesar 0,00 menunjukkan bahwa pengaruh sumber informasi terhadap penggunaan *fintech* sangat signifikan, menandakan bahwa akses terhadap informasi yang akurat dan relevan sangat penting dalam memengaruhi keputusan siswa untuk menggunakan layanan *fintech*.

Penelitian oleh (Akbar & Hidayat, 2022) menyatakan bahwa efisiensi berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi fintech, dan penelitian tersebut menyatakan bahwa efisiensi informasi berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi *fintech*. Temuan ini menunjukkan bahwa rasa aman terhadap data yang diberikan oleh pengguna akan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap aplikasi *fintech*. Semakin tinggi kepercayaan konsumen, semakin besar minat mereka untuk menggunakan aplikasi tersebut.

Kaitan antara kedua hasil ini menunjukkan bahwa sumber informasi yang tepat dan terpercaya dapat berkontribusi pada rasa aman dan efisiensi dalam penggunaan aplikasi fintech. Informasi yang jelas tentang keamanan dan efisiensi layanan fintech dapat membangun kepercayaan, yang pada gilirannya mendorong minat siswa untuk menggunakan aplikasi fintech. Oleh karena itu, penting bagi penyedia *fintech* untuk fokus pada peningkatan kualitas informasi yang diberikan kepada pengguna untuk menciptakan rasa percaya dan meningkatkan adopsi layanan mereka.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan, pengaruh teman sebaya, dan sumber informasi memiliki dampak yang berbeda terhadap perilaku siswa di salah satu sekolah menengah akhir di Makassar dalam menggunakan fintech. Hasilnya menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak memberikan pengaruh signifikan, mengindikasikan bahwa pengetahuan tentang keuangan belum sepenuhnya memotivasi siswa untuk memanfaatkan fintech. Sebaliknya, pengaruh teman sebaya dan sumber informasi terbukti memiliki dampak signifikan, menandakan bahwa faktor sosial dan informasi yang diterima sangat penting dalam keputusan siswa untuk menggunakan layanan fintech. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa pengaruh sosial dan informasi memainkan peran krusial dalam memengaruhi perilaku konsumsi layanan keuangan. Berdasarkan hasil tersebut, beberapa saran dapat diajukan. Pertama, perlu diadakan program literasi keuangan yang lebih efektif di sekolah, agar siswa dapat memahami pentingnya pengelolaan keuangan dan cara memanfaatkan fintech dengan bijak. Kedua, mengingat pengaruh teman sebaya yang signifikan, pihak fintech sebaiknya meluncurkan kampanye berbasis komunitas untuk mendorong adopsi *fintech* di kalangan remaja. Selain itu, penting bagi platform *fintech* untuk menyediakan informasi yang akurat, mudah diakses, dan jelas mengenai layanan mereka, sehingga dapat membangun kepercayaan dan mendorong penggunaan yang lebih luas. Terakhir, sekolah dapat menjalin kerja sama dengan penyedia fintech untuk mengadakan pelatihan dan edukasi tentang penggunaan fintech, yang tidak hanya menekankan manfaat, tetapi juga risiko yang perlu diperhatikan saat menggunakan teknologi keuangan.

REFERENSI

- Ajzen, I. (2011). The theory of planned behaviour: Reactions and reflections. In *Psychology & health* (Vol. 26, Issue 9, pp. 1113–1127). Taylor & Francis.
- Akbar, F., & Hidayat, S. (2022). Pengaruh Efisiensi, Kemudahan, Dan Keamanan Informasi Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Fintech. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 7(02), 196–204.
- Arifin, Nasir, M., Murfat, M. Z., & Syahnur, M. H. (2022). *Statistik* (M. N. Hamzah (ed.)). Eureka Media Aksara.
- Cahyani, P., & Rochmawati, R. (2021). Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Teman Sebaya, dan Parental Income terhadap Perilaku Keuangan dengan Self-Control sebagai Moderasi. *Jurnal Ecogen*, 4(2), 224–239.
- Harrison, D., & Arifin, A. Z. (2024). Faktor-faktor yang memengaruhi niat penggunaan fintech pada Generasi Y dan Z di Jabodetabek. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan*

- Kewirausahaan*, 8(4), 842–852.
- Irfan, M., Suryanto, S., & Dzulfikar, I. (2023). Pengaruh financial technology (fintech) adoption dan kepuasan pelanggan terhadap niat menggunakan kembali layanan e-commerce aplikasi shopee. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(11).
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *American Economic Journal: Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44.
- OECD. (2021). *OECD/INFE Toolkit for Measuring Financial Literacy and Financial Inclusion*.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2016). *Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Tahun 2016 tentang Peningkatan Literasi dan Inklusi Keuangan di Sektor Jasa Keuangan Bagi Konsumen dan/atau Masyarakat*. Kementerian Hukum dan HAM Republik Indonesia.
- Putri, S. D., & Listiana, S. M. (2022). Pengaruh literasi keuangan terhadap minat menggunakan fintech payment (PayLater) pada Shopee. *Abstract of Undergraduate Research, Faculty of Economics, Bung Hatta University*, 21(2), 1–2.
- Rustam, S. (2022). *PENGARUH LITERASI KEUANGAN, PEER EFFECTS, DAN SUMBER INFORMASI TERHADAP PERILAKU PENGGUNA FINTECH DI KOTA PALOPO*. UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALOPO.
- Saleh, M. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan dan Kualitas Pembelajaran Keuangan Terhadap Penggunaan Fintech Mahasiswa Manajemen Dan Akuntansi Universitas Fajar. *Manor: Jurnal Manajemen Dan Organisasi Review*, 2(2), 94–105.
- Sugiyono, P. D. (2017). Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Dan R&D.
- Syahnur, M. H., & Bahari, A. F. (2023). Determinants of Neighborhood References, and Environmental Stimuli on Purchasing Decisions for Halal Products for Consumers. *Golden Ratio of Marketing and Applied Psychology of Business*, 3(1), 20–33.
- Tajuddin, I., Mahmud, A., & Syahnur, M. H. (2023). Determinants of Strategic Factors for Digital Transformation in Micro and Small Enterprises in Makassar City. *Signifikan: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 12(1), 131–144.
- Tirto. (2024). *4 Tingkat Literasi Keuangan Menurut OJK dan Indikatornya*.