Accountia Journal
(Accounting Trusted, Inspiring, Authentic Journal)
Vol.09, No.01, April 2025, pp. 64– 77
ISSN 2620-5335 (Online), ISSN 2622-8270 (Print)
Journal homepage: http://jurnal.umberau.ac.id/index.php/accountia

PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN KEUANGAN

(STUDI KASUS MAHASISWA FEB UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BERAU)

NUR ALISKA ADYA AMIKA
adyaamikanuraliska@gmail.com
ASMAWATI
asmawatiasmar13@gmail.com
SURTI MILARISA
milarisa78@gmail.com

ABSTRAK

Di era revolusi *industri* dan *society* 5.0, kemampuan mengelola keuangan menjadi keterampilan penting yang dipengaruhi oleh literasi keuangan. Namun, tingkat literasi keuangan di Indonesia, termasuk di Kabupaten Berau, masih tergolong rendah sehingga berdampak pada mahasiswa yang kerap menghadapi kesulitan dalam mengatur keuangan pribadi dan terpengaruh perilaku konsumtif, terutama akibat media sosial. Kondisi ini terlihat dari data Universitas Muhammadiyah Berau yang menunjukkan sebagian mahasiswa mengalami keterlambatan pembayaran uang kuliah karena pengeluaran tidak terarah. Tujuan penelitian ini adalah (1). Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan secara parsial terhadap pengambilan keputusan keuangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Berau. (2). Untuk mengetahui pengaruh media sosial secara parsial terhadap pengambilan keputusan keuangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Berau. (3). Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan dan media sosial secara simultan terhadap pengambilan keputusan keuangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Berau. Metode penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode pengumpulan data yang dilakukan secara langsung kepada objek penelitian. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner fisik dan digital kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Berau yang menjadi responden, serta wawancara singkat untuk melengkapi data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan dan media sosial, baik secara parsial maupun simultan, berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan keuangan mahasiswa, dengan kontribusi pengaruh sebesar 41,9%.

Accountia Journal
(Accounting Trusted, Inspiring, Authentic Journal)
Vol.09, No.01, April 2025, pp. 64– 77
ISSN 2620-5335 (Online), ISSN 2622-8270 (Print)
Journal homepage: ***http://jurnal.umberau.ac.id/index.php/accountia***

Kata Kunci: Pengambilan Keputusan Keuangan;Literasi Keuangan; Media Sosial

ABSTRACT

In the era of the industrial revolution and society 5.0, the ability to manage finances is an important skill influenced by financial literacy. However, the level of financial literacy in Indonesia, including in Berau Regency, is still relatively low, which impacts students who often face difficulties in managing personal finances and influences consumptive behavior, especially due to social media. This condition is evident from data from the University of Muhammadiyah Berau which shows that some students experience delays in paying tuition fees due to undirected spending. The objectives of this study are (1). To determine the partial effect of financial literacy on financial decision-making of students at the Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Berau. (2). To determine the partial effect of social media on financial decision-making of students at the Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Berau. (3). To determine the simultaneous effect of financial literacy and social media on financial decision-making of students at the Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Berau. This research method is a quantitative research with data collection methods carried out directly to the research objects. Data collection was carried out through distributing physical and digital questionnaires to students at the Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Berau who became respondents, as well as short interviews to complete the data. The results of the study show that financial literacy and social media, both partially and simultaneously, have a positive and significant influence on students' financial decision-making, with a contribution of 41.9%.

Keywords: Financial Decision Making; Financial Literacy; Social Media

LATAR BELAKANG

Di era revolusi industri 4.0 dan society 5.0, kemampuan mengelola keuangan menjadi keterampilan penting untuk menghindari masalah finansial yang dapat menghambat kesejahteraan. Literasi keuangan berperan sebagai dasar utama dalam pengambilan keputusan keuangan yang bijak, mencakup perencanaan, pengeluaran, dan kebiasaan menabung. Menurut OJK (2017), literasi keuangan adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang memengaruhi perilaku dalam mengelola keuangan untuk mencapai kesejahteraan. Namun, tingkat literasi keuangan di Indonesia masih tergolong rendah, meskipun telah mengalami peningkatan dari 49,68% pada 2022 menjadi 65,43% pada 2023.

Kondisi ini juga terjadi di Kalimantan Timur, termasuk Kabupaten Berau, yang memiliki tingkat literasi keuangan hanya 57,14% (OJK, 2022). Rendahnya literasi

Accountia Journal
(Accounting Trusted, Inspiring, Authentic Journal)
Vol.09, No.01, April 2025, pp. 64– 77
ISSN 2620-5335 (Online), ISSN 2622-8270 (Print)
Journal homepage: http://jurnal.umberau.ac.id/index.php/accountia

keuangan pada mahasiswa di wilayah ini disebabkan minimnya edukasi *personal finance* di perguruan tinggi. Mahasiswa sering menghadapi kesulitan dalam mengatur keuangan karena perilaku konsumtif, kurangnya pemahaman pengelolaan uang, dan pengaruh lingkungan. Tanpa literasi keuangan yang memadai, mereka mudah tergoda pada tawaran atau tren finansial yang tidak sehat.

Media sosial menjadi salah satu faktor eksternal yang memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Paparan konten promosi, tren belanja, dan iklan di platform seperti TikTok, Instagram, dan YouTube dapat mendorong pembelian impulsif. Fenomena ini sering membuat mahasiswa sulit membedakan kebutuhan dan keinginan, sehingga pengeluaran lebih banyak diarahkan ke hal-hal konsumtif. Padahal, pengambilan keputusan keuangan mencakup kegiatan penting seperti menabung, membayar kuliah, investasi, dan perencanaan keuangan jangka panjang.

Fakta di Universitas Muhammadiyah Berau menunjukkan sekitar 25,38% mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis mengalami keterlambatan pembayaran kuliah. Hal ini mencerminkan adanya tantangan dalam pengelolaan keuangan pribadi, meskipun sebagian mahasiswa memiliki sumber pendapatan dari beasiswa, wirausaha, atau pekerjaan paruh waktu. Penelitian terdahulu (Prasetiyo, Barry, & Hadikusuma, 2020) membuktikan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap pengambilan keputusan keuangan, meski masih dipengaruhi faktor lain.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dan media sosial terhadap pengambilan keputusan keuangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Berau. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih dalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi pengelolaan keuangan mahasiswa, serta menjadi dasar bagi universitas dalam merancang program edukasi literasi keuangan yang efektif agar mahasiswa dapat mengelola keuangan secara bijak.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka ada tiga permasalahan yaitu,

1. Apakah literasi keuangan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan keuangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Berau?
2. Apakah media sosial secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan keuangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Berau?
3. Apakah literasi keuangan dan media sosial secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan keuangan mahasiswa

Accountia Journal
(Accounting Trusted, Inspiring, Authentic Journal)
Vol.09, No.01, April 2025, pp. 64– 77
ISSN 2620-5335 (Online), ISSN 2622-8270 (Print)
Journal homepage: http://jurnal.umberau.ac.id/index.php/accountia

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Berau?

KAJIAN PUSTAKA

Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan adalah salah satu bidang ilmu pengetahuan yang penting, dengan mempelajari ilmu manajemen keuangan, seseorang akan mempunyai kesempatan yang lebih luas dalam pekerjaan dan perkembangan karirnya. Beberapa peneliti menyatakan bahwa manajemen keuangan atau yang sering disebut pembelanjaan yang diartikan sebagai aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan usaha-usaha mendapatkan dana perusahaan dengan biaya yang murah serta usaha untuk menggunakan dan mengalokasikan dana tersebut secara efisien (Sutrisno, 2017:3).

Beberapa ahli lainnya menambahkan bahwa manajemen keuangan adalah aktivitas yang berkaitan erat dengan pengelolaan keuangan perusahaan, termasuk lembaga yang berhubungan erat dengan sumber pendanaan dan investasi keuangan perusahaan, serta instrumen keuangan (Kasmir, 2021:7). Pendapat lain dikemukakan oleh Syamsuddin (2016:3), bahwa manajemen keuangan merupakan penerapan prinsip-prinsip ekonomi dalam mengelola keputusan-keputusan yang menyangkut masalah finansial perusahaan.

Dengan demikian, manajemen keuangan adalah ilmu dan seni keuangan perusahaan, yang menerapkan prinsip-prinsip ekonomi yang berkaitan dengan bagaimana mencari, mengelola dan mengalokasikan dana perusahaan dengan baik sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan serta untuk memperoleh laba.

Pengambilan Keputusan Keuangan

Pengambilan keputusan keuangan (*Financial Decision Making*) merupakan proses mengevaluasi berbagai alternatif yang bertujuan untuk memecahkan masalah atau potensi masalah yang dihadapi baik secara pribadi maupun kelompok. Pengambilan keputusan keuangan adalah suatu proses perencanaan, analisis dan pengendalian kegiatan keuangan (Gitman, 2015). Indikator pengambilan keputusan euangan menurut Gitman (2015) ada 3 yakni perencanaan keuangan, penganalisaan keuangan, dan pengendalian keuangan. Faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan keuangan adalah literasi keuangan, *Financial self efficacy*, dan kualitas pembelajaran (Hasyim et al. 2024).

Literasi Keuangan

Literasi keuangan adalah suatu konsep pengetahuan tentang produk serta konsep keuangan dengan bantuan informasi atau masukan, merupakan sebuah kemampuan untuk mengidentifikasi dan memahami risiko keuangan supaya bisa membuat dan mengambil keputusan tentang keuangan dengan tepat (Wicaksono, 2015).

Accountia Journal
(Accounting Trusted, Inspiring, Authentic Journal)
Vol.09, No.01, April 2025, pp. 64– 77
ISSN 2620-5335 (Online), ISSN 2622-8270 (Print)
Journal homepage: http://jurnal.umberau.ac.id/index.php/accountia

Otoritas Jasa Keuangan (2024) mendefinisikan literasi keuangan sebagai pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan, yang memengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengeloaan keuangan untuk mencapai kesejahteraan keuangan masyarakat. Sedangkan menurut Kristanto dan Gusaptono (2021:14), literasi keuangan adalah kepemilikan seperangkat keterampilan dan pengetahuan yang memungkinkan seseorang untuk membuat keputusan yang tepat dan efektif dengan semua sumber daya keuangan mereka.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Yanti (2019), literasi keuangan dibagi dalam 4 indikator, yaitu *general knowledge*, *savings and borrowing*, *insurance*, *investments.* Faktor-faktor yang mempengaruhi literasi keuangan menurut OJK dibagi menjadi yakni jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan tingkat pendapatan.

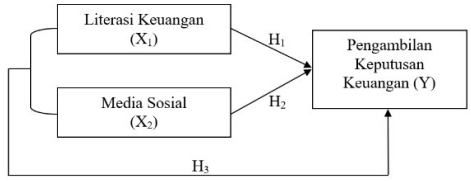
Media Sosial

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) media sosial terdiri dari dua kata, yaitu media dan sosial. Media merupakan alat, sarana komunikasi, perantara atau penghubung. Sosial adalah hal-hal yang berkenaan dengan masyarakat atau sifat-sifat kemasyarakatan yang memperhatikan kepentingan umum. Artinya media sosial dapat disimpulkan sarana komunikasi yang memungkinkan pengguna dapat membuat dan berbagi informasi.

Media sosial merupakan kumpulan perangkat lunak yang sangatlah memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain (Ardila, 2017).

Media sosial memiliki 7 karakteristik khusus yaitu jaringan, informasi, arsip, interkasi, simulasi sosial, konten oleh pengguna, dan penyebaraan (Nasrullah, 2015). Sedangkan indikator media soial terdiri dari perhatian, penghayatan, durasi, dan frekuensi (Sari, 2021).

KERANGKA PIKIR



Gambar 1. Kerangka Pikir Penelitian
Sumber: Berdasarkan Kajian Pustaka dan Kajian Empiris

HIPOTESIS

Hipotesis yang dirumuskan berdasarkan rumusan masalah yaitu :

1. Diduga literasi keuangan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan keuangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Berau.
2. Diduga media sosial secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan keuangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan

Accountia Journal
(Accounting Trusted, Inspiring, Authentic Journal)
Vol.09, No.01, April 2025, pp. 64– 77
ISSN 2620-5335 (Online), ISSN 2622-8270 (Print)
Journal homepage: http://jurnal.umberau.ac.id/index.php/accountia

Bisnis Universitas Muhammadiyah Berau.

HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS PEMBAHASAN

Gambaran mengenai hasil jawaban responden pada kuesioner yang merupakan indikator pengukuran masing-masing variabel dalam penelitian ini disajikan pada tabel-tabel berikut:

Tabel 1. Hasil Jawaban Tentang Pengambilan Keputusan Keuangan

No	Pernyataan	Hasil Jawaban					Jml
		STS	TS	RG	S	SS	
1	Pernyataan 1	0	0	2	69	41	112
2	Pernyataan 2	0	0	4	67	41	112
3	Pernyataan 3	0	0	2	74	36	112
4	Pernyataan 4	0	0	6	73	33	112
5	Pernyataan 5	0	0	8	63	41	112
6	Pernyataan 6	0	0	7	71	34	112
Jumlah		**0**	**0**	**29**	**417**	**226**	**672**
Persentase (%)		**0**	**0**	**4,32**	**62,05**	**33,63**	**100**

Berdasarkan tabel diatas, pernyataan variabel pengambilan keputusan keuangan terdiri atas 6 pernyataan. Jumlah jawaban terbanyak adalah "Setuju" dengan jumlah 417 jawaban (62,05%). Selain itu jawaban "Sangat Setuju" sebanyak 226 jawaban (33,63%), dan jawaban "Ragu-ragu" sebanyak 29 jawaban (4,32%). Tidak ada jawaban "Tidak Setuju" dan "Sangat Tidak Setuju" atas variabel pengambilan keputusan keuangan.

Tabel 2. Hasil Jawaban Tentang Literasi Keuangan

No	Pernyataan	Hasil Jawaban					Jml
		STS	TS	RG	S	SS	
1	Pernyataan 1	0	0	8	70	34	112
2	Pernyataan 2	0	0	9	71	32	112
3	Pernyataan 3	0	0	16	59	37	112
4	Pernyataan 4	0	0	5	49	58	112
5	Pernyataan 5	0	0	11	50	51	112
6	Pernyataan 6	0	0	17	57	38	112
7	Pernyataan 7	0	0	6	70	36	112
8	Pernyataan 8	0	0	12	62	38	112
Jumlah		**0**	**0**	**84**	**488**	**324**	**896**
Persentase (%)		**0**	**0**	**9,38**	**54,46**	**36,16**	**100**

Pernyataan-pernyataan yang mengukur variabel literasi keuangan terdiri dari 8 pernyataan. Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa jumlah jawaban terbanyak adalah "Setuju" dengan jumlah 488 jawaban (54,46%). Selain itu jawaban "Sangat Setuju" sebanyak 324 jawaban (36,16%), jawaban "Ragu-ragu" sebanyak 84 jawaban (9,38%). Tidak ada jawaban "Tidak Setuju" dan "Sangat Tidak Setuju" atas pernyataan tentang variabel literasi keuangan yang diberikan responden.

Tabel 3. Hasil Jawaban Tentang Variabel Media Sosial

No	Pernyataan	Hasil Jawaban					Jml
		STS	TS	RG	S	SS	
1	Pernyataan 1	0	0	12	64	36	112
2	Pernyataan 2	0	1	20	55	36	112
3	Pernyataan 3	0	1	9	59	43	112
4	Pernyataan 4	0	0	9	58	45	112
5	Pernyataan 5	0	1	12	50	49	112
6	Pernyataan 6	0	1	27	56	28	112
7	Pernyataan 7	0	0	21	50	41	112
8	Pernyataan 8	0	1	14	55	42	112
9	Pernyataan 9	0	1	13	50	48	112
Jumlah		**0**	**6**	**137**	**497**	**368**	**1008**
Persentase (%)		**0**	**0,6**	**13,59**	**49,31**	**36,51**	**100**

Variabel media sosial diukur melalui 9 pernyataan seperti pada tabel di atas. Jumlah jawaban terbanyak adalah "Setuju" dengan jumlah 497 jawaban (49,31%). Selain itu jawaban "Sangat Setuju" sebanyak 368 jawaban (36,51%), jawaban "Ragu-ragu" sebanyak 137 jawaban (13,59%) dan jawaban "Tidak Setuju" sebanyak 6 jawaban (0,60%). Tidak ada jawaban "Sangat Tidak Setuju" atas pernyataan tentang variabel media sosial yang diberikan responden.

Accountia Journal
(Accounting Trusted, Inspiring, Authentic Journal)
Vol.09, No.01, April 2025, pp. 64– 77
ISSN 2620-5335 (Online), ISSN 2622-8270 (Print)
Journal homepage: http://jurnal.umberau.ac.id/index.php/accountia

ANALISIS

Uji Statistik Deskriptif

Statistik Deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk memberikan deskripsi atas variable-variabel penelitian, baik variable independent maupun variable dependen.

Gambar 2. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

		LITERASI KEUANGAN	MEDIA SOSIAL	PENGAMBILAN KEPUTUSAN KEUANGAN	Valid N (listwise)
N	Statistic	112	112	112	112
Range	Statistic	14.00	21.00	9.00	
Minimum	Statistic	26.00	24.00	20.00	
Maximum	Statistic	40.00	45.00	29.00	
Sum	Statistic	3824.00	4251.00	2885.00	
Mean	Statistic	34.1429	37.9554	25.7589	
	Std. Error	.27784	.41205	.18652	
Std. Deviation	Statistic	2.94042	4.36073	1.97391	
Variance	Statistic	8.646	19.016	3.896	
Skewness	Statistic	-.515	-.751	-.552	
	Std. Error	.228	.228	.228	
Kurtosis	Statistic	-.225	.574	-.138	
	Std. Error	.453	.453	.453	

Berdasarkan gambar diatas, hasil analisis deskriptif dari 112 responden diperoleh nilai rata-rata (*mean*) literasi keuangan sebesar 34,14 dengan standar deviasi 2,94, media sosial sebesar 37,96 dengan standar deviasi 4,36, serta pengambilan keputusan keuangan sebesar 25,76 dengan standar deviasi 1,97. Nilai skewness yang mendekati nol menunjukkan distribusi data relatif simetris, sedangkan nilai kurtosis yang berada di sekitar nol mengindikasikan bahwa data berdistribusi mendekati normal.

Uji Validitas

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Pengambilan Keputusan Keuangan

Item Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Y1	0,615	0,186	Valid
Y2	0,587	0,186	Valid
Y3	0,568	0,186	Valid
Y4	0,629	0,186	Valid
Y5	0,636	0,186	Valid
Y6	0,602	0,186	Valid

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Literasi Keuangan

Item Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
X1.1	0,491	0,186	Valid
X1.2	0,577	0,186	Valid
X1.3	0,590	0,186	Valid
X1.4	0,631	0,186	Valid
X1.5	0,632	0,186	Valid
X1.6	0,682	0,186	Valid
X1.7	0,608	0,186	Valid
X1.8	0,566	0,186	Valid

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Variabel Media Sosial

Item Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
X2.1	0,682	0,186	Valid
X2.2	0,729	0,186	Valid
X2.3	0,647	0,186	Valid
X2.4	0,593	0,186	Valid
X2.5	0,700	0,186	Valid
X2.6	0,740	0,186	Valid
X2.7	0,751	0,186	Valid
X2.8	0,735	0,186	Valid
X2.9	0,760	0,186	Valid

Berdasarkan 3 tabel diatas, seluruh item pernyataan pada variabel pengambilan keputusan keuangan, literasi keuangan, dan media sosial menghasilkan nilai *pearson correlation* > 0,186 (r hitung > r tabel), sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap item pernyataan yang mengukur 3 variabel

Accountia Journal
(Accounting Trusted, Inspiring, Authentic Journal)
Vol.09, No.01, April 2025, pp. 64– 77
ISSN 2620-5335 (Online), ISSN 2622-8270 (Print)
Journal homepage: http://jurnal.umberau.ac.id/index.php/accountia

tersebut dapat dinyatakan memenuhi unsur validitas.

dapat dinyatakan bahwa variabel pengambilan kputusan keuangan, literasi keuangan, dan media sosial dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pengambilan Keputusan Keuangan

Item Pernyataan	*Cronbach's Alpha if Item Deleted*	*Cronbach's Alpha*	Keterangan
Y1	0,605	0,656	Reliabel
Y2	0,623		Reliabel
Y3	0,623		Reliabel
Y4	0,603		Reliabel
Y5	0,609		Reliabel
Y6	0,619		Reliabel

Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas Literasi Keuangan

Item Pernyataan	*Cronbach's Alpha if Item Deleted*	*Cronbach's Alpha*	Keterangan
X1.1	0,736	0,743	Reliabel
X1.2	0,719		Reliabel
X1.3	0,722		Reliabel
X1.4	0,707		Reliabel
X1.5	0,710		Reliabel
X1.6	0,698		Reliabel
X1.7	0,712		Reliabel
X1.8	0,725		Reliabel

Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Media Sosial

Item Pernyataan	*Cronbach's Alpha if Item Deleted*	*Cronbach's Alpha*	Keterangan
X2.1	0,862	0,874	Reliabel
X2.2	0,858		Reliabel
X2.3	0,866		Reliabel
X2.4	0,870		Reliabel
X2.5	0,861		Reliabel
X2.6	0,857		Reliabel
X2.7	0,856		Reliabel
X2.8	0,857		Reliabel
X2.9	0,854		Reliabel

Berdasarkan 3 tabel diatas, seluruh variabel yakni variabel pengambilan keputusan keuangan, literasi keuangan, dan media sosial menghasilkan nilai > 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dinyatakan memenuhi syarat reliabilitas.

Uji Normalitas

Gambar 3. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		112
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.49077747
Most Extreme Differences	Absolute	.056
	Positive	.051
	Negative	-.056
Test Statistic		.056
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasaran gambar diatas, nilai Asymp. Sig (2-tailed) berdasarkan tabel di atas diketahui sebesar 0,200 > 0,05 maka Ho diterima, yang berarti populasi data berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics Tolerance	Collinearity Statistics VIF
1	(Constant)	10.279	1.738		5.916	.000		
	LITERASI KEUANGAN	.287	.056	.427	5.160	.000	.764	1.309
	MEDIA SOSIAL	.150	.037	.331	4.002	.000	.764	1.309

a. Dependent Variable: PENGAMBILAN KEPUTUSAN KEUANGAN

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai Tolerance untuk variabel literasi keuangan dan media sosial > 0,1. Demikian pula dengan nilai VIF untuk variabel literasi keuangan dan media sosial < 10. Dengan demikian sesuai dengan kriteria pengujian, maka

Accountia Journal
(Accounting Trusted, Inspiring, Authentic Journal)
Vol.09, No.01, April 2025, pp. 64– 77
ISSN 2620-5335 (Online), ISSN 2622-8270 (Print)
Journal homepage: http://jurnal.umberau.ac.id/index.php/accountia

disimpulkan tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Gambar 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3.005	.976		3.080	.003
	LITERASI KEUANGAN	-.044	.031	-.151	-1.398	.165
	MEDIA SOSIAL	-.008	.021	-.040	-.372	.711

a. Dependent Variable: ABS_RES

Uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji Glejser pada tabel di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel literasi keuangan dan media sosial > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

Regresi Linear Berganda

Gambar 6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	10.279	1.738		5.916	.000
	LITERASI KEUANGAN	.287	.056	.427	5.160	.000
	MEDIA SOSIAL	.150	.037	.331	4.002	.000

a. Dependent Variable: PENGAMBILAN KEPUTUSAN KEUANGAN

Analisis regresi linier berganda pada tabel di atas dapat dibuat persamaan regresi liniernya, sebagai berikut:

Y = 10,279 + 0,287X1 + 0,150X2 + e

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Gambar 7. Hasil Uji koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.655[a]	.430	.419	1.50439

a. Predictors: (Constant), MEDIA SOSIAL, LITERASI KEUANGAN

b. Dependent Variable: PENGAMBILAN KEPUTUSAN KEUANGAN

Nilai koefisien determinasi dengan program SPSS seperti pada tabel di atas, menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0,419 atau 41,9%. Hal ini menggambarkan bahwa variabel literasi keuangan dan media sosial hanya mampu menerangkan variabel kinerja pengambilan keputusan keuangan sebesar 41,9%. Sedangkan sisanya sebesar 58,1% diterangkan oleh variabel-variabel lainnya yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Uji Statistik F

Gambar 8. Hasil Uji Statistik F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	185.803	2	92.901	41.049	.000[b]
	Residual	246.688	109	2.263		
	Total	432.491	111			

a. Dependent Variable: PENGAMBILAN KEPUTUSAN KEUANGAN

b. Predictors: (Constant), MEDIA SOSIAL, LITERASI KEUANGAN

Dari gambar diatas juga dapat diketahui bahwa nilai signifikan yang dihasilkan adalah kurang dari 0,000 yang artinya lebih kecil dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa variabel literasi keuangan dan media sosial secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel pengambilan keputusan keuangan.

Uji Statistik t

Gambar 9. Hasil Uji Statistik t

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	10.279	1.738		5.916	.000
	LITERASI KEUANGAN	.287	.056	.427	5.160	.000
	MEDIA SOSIAL	.150	.037	.331	4.002	.000

a. Dependent Variable: PENGAMBILAN KEPUTUSAN KEUANGAN

Uji t atau uji parsial dilakukan dengan membandingkan antara nilai t

Accountia Journal
(Accounting Trusted, Inspiring, Authentic Journal)
Vol.09, No.01, April 2025, pp. 64– 77
ISSN 2620-5335 (Online), ISSN 2622-8270 (Print)
Journal homepage: http://jurnal.umberau.ac.id/index.php/accountia

hitung dengan nilai t tabel. Nilai t hitung adalah nilai hasil output SPSS dan nilai t-tabel ditentukan berdasarkan α = 0,05/2 dengan df = n - k - 1 = 112 - 2 -1 = 109, maka diperoleh nilai t tabel = 1,982. Berdasarkan gambar di atas, maka dapat diketahui bahwa:

1. Nilai t hitung variabel literasi keuangan adalah 5,160 dan nilai t tabel = 1,982, maka t hitung > t tabel atau 5,160 > 1,982 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Sehingga Ho ditolak dan menerima Ha, yang berarti variabel literasi keuangan secara individual atau parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel pengambilan keputusan keuangan.
2. Nilai t hitung variabel media sosial adalah 4,002 dan nilai t tabel = 1,982, maka t hitung > t tabel atau 4,002 > 1,982 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Sehingga Ho ditolak dan menerima Ha, yang berarti variabel media sosial secara individual atau parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel pengambilan keputusan keuangan.

PEMBAHASAN

Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Pengambilan Keputusan Keuangan

Hasil persamaan regresi linier berganda menunjukkan bahwa variable literasi keuangan mempunyai pengaruh yang positif atau searah terhadap variable pengambilan keputusan keuangan, dengan koefisien sebesar 0,287. Apabila nilai variable literasi keuangan meningkat sebesar satu satuan, maka akan berpengaruh pada kenaikan variabel pengambilan keputusan keuangan sebesar 0,287 satuan.

Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan memberikan pengaruh signifikan secara parsial terhadap pengambilan keputusan keuangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Berau, maka dapat disimpulkan bahwa menerima hipotesis H1. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung lebih besar dibandingkan nilai t tabel (5,160 > 1,982) dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Kondisi tersebut menggambarkan bahwa literasi keuangan yang dimiliki oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Berau berperan penting dalam membantu mereka membuat keputusan keuangan yang lebih tepat dan bijak. Mahasiswa yang memiliki tingkat literasi keuangan yang baik cenderung lebih mampu memahami dan mengevaluasi informasi keuangan, sehingga mereka dapat merencanakan, mengelola, dan mengalokasikan keuangannya dengan lebih efektif.

Hasil ini sesuai dengan penelitian telah dilakukan, diantaranya oleh Prasetiyo, Barry, dan Hadikusuma (2020), Handina (2024), Kurniawan, Nurwati, dan Sarlawa (2020), dan Solikhatun dan Ridlwan (2022) yang menyimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap

Accountia Journal
(Accounting Trusted, Inspiring, Authentic Journal)
Vol.09, No.01, April 2025, pp. 64– 77
ISSN 2620-5335 (Online), ISSN 2622-8270 (Print)
Journal homepage: http://jurnal.umberau.ac.id/index.php/accountia

pengambilan keputusan keuangan. Sebagai pelengkap data kuantitatif, penulis juga melakukan wawancara singkat dengan beberapa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Berau untuk menggali lebih dalam pengaruh literasi keuangan dan media sosial terhadap pengambilan keputusan keuangan. Seperti jawaban wawancara yang disampaikan oleh Alan mahasiswa manajemen pemasaran semester 8 sebagai berikut:

> *"...Penting banget sih, soalnya aku harus bisa atur penghasilan dari kerjaan sambil tetap nyiapin biaya kuliah dan kebutuhan sehari hari. Kalau nggak ngerti dasar-dasar keuangan kayak budgeting atau nabung, bisa-bisa uang cepet habis dan bingung sendiri."*

Data yang didapatkan Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat dinyatakan bahwa literasi keuangan sangat membantu mahasiswa untuk mengatur keuangannya.

Pengaruh Media Sosial Terhadap Pengambilan Keputusan Keuangan

Variabel media sosial mempunyai pengaruh positif atau searah terhadap variable pengambilan keputusan keuangan, dengan koefisien sebesar 0,150. Maka jika terdapat kenaikan variabel media sosial sebesar satu satuan akan mempengaruhi kenaikan variabel pengambilan keputusan keuangan sebesar 0,150 satuan.

Hasil uji t diketahui bahwa media sosial berpengaruh signifikan secara parsial terhadap pengambilan keputusan keuangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Berau, maka dapat disimpulkan bahwa menerima hipotesis H2. Hal tersebut dibuktikan berdasarkan nilai t hitung yang lebih besar dibandingkan nilai t tabel (4,002 > 1,982) dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Keadaan tersebut menggambarkan bahwa media sosial berperan sebagai salah satu sumber informasi keuangan yang turut memengaruhi cara mahasiswa dalam mengambil keputusan keuangan. Melalui berbagai platform media sosial seperti Instagram, TikTok, YouTube, maupun Twitter, mahasiswa dapat mengakses konten-konten edukatif, pengalaman pribadi, serta rekomendasi terkait pengelolaan keuangan, investasi, dan perencanaan keuangan pribadi. Namun, di sisi lain, media sosial juga menjadi sarana bagi berbagai bentuk iklan dan gaya hidup konsumtif yang dapat memengaruhi pengambilan keputusan keuangan mahasiswa, seperti dorongan untuk membeli barang-barang yang sedang tren, mengikuti gaya hidup selebritas atau influencer, serta berpartisipasi dalam konsumsi yang tidak selalu sesuai dengan kondisi finansial mereka.

Signifikansi pengaruh media sosial ini sesuai dengan hasil penelitian Alissia (2022), dan penelitian Wulandari, Muftiyanto, dan Suyatno (2024) yang memberikan kesimpulan bahwa media sosial berpengaruh

Accountia Journal
(Accounting Trusted, Inspiring, Authentic Journal)
Vol.09, No.01, April 2025, pp. 64– 77
ISSN 2620-5335 (Online), ISSN 2622-8270 (Print)
Journal homepage: http://jurnal.umberau.ac.id/index.php/accountia

terhadap pengambilan keputusan keuangan. Namun hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Wardani, Primastiwi, dan Helisastri (2021) yang membuktikan bahwa media sosial tidak memiliki pengaruh terhadap pengambilan keputusan keuangan. Sama halnya dengan yang disampaikan oleh Lia selaku mahasiswa manajemen keuangan semester 8 berikut:

"...Sering banget. Kadang liat influencer atau temen-temen pamer barang baru, jadi pengen ikut beli. Tapi sekarang udah mulai bisa filter, soalnya aku sadar nggak semua yang mereka posting itu sesuai sama kebutuhan aku".

Media sosial berperan sebagai sarana informasi yang dinamis dan mudah diakses oleh mahasiswa, sehingga memungkinkan mereka memperoleh wawasan keuangan secara cepat dan praktis sesuai dengan kebutuhan mereka. Informasi yang diperoleh dari media sosial dapat membentuk pemahaman dan pola pikir mahasiswa dalam mengelola keuangan pribadi, terutama apabila konten yang dikonsumsi bersifat edukatif dan berasal dari sumber yang kredibel. Dengan demikian, media sosial tidak hanya menjadi media hiburan, tetapi juga dapat berfungsi sebagai alat pembelajaran informal yang efektif dalam meningkatkan kesadaran serta keterampilan mahasiswa dalam pengambilan keputusan keuangan.

Pengaruh Literasi Keuangan dan Media Sosial Terhadap Pengambilan Keputusan Keuangan

Hasil uji F yang menganalisis signifikansi pengaruh semua variabel bebas (literasi keuangan dan media sosial) terhadap variabel terikat (pengambilan keputusan keuangan) menunjukkan nilai F hitung lebih besar dari F tabel (41,049 > 3,08) dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Maka dapat disimpulkan untuk menerima hipotesis H3 yang menyatakan bahwa literasi keuangan dan media sosial berpengaruh signifikan secara simultan terhadap terhadap pengambilan keputusan keuangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Berau.

Pengaruh signifikan yang diberikan literasi keuangan dan media sosial terhadap pengambilan keputusan keuangan dari nilai koefisien determinasi (R2) yang diperoleh sebesar 0,419 atau 41,9%. Sehingga dapat diindikasikan bahwa literasi keuangan dan media sosial mampu memberikan kontribusi pengaruh sebesar 41,9% terhadap pengambilan keputusan keuangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Berau. Sementara itu, masih terdapat sebesar 58,1% sisanya yang merupakan akumulasi dari variabel-variabel lain yang mempengaruhi pengambilan keputusan keuangan, namun tidak termasuk dalam variabel yang diteliti dalam penelitian ini. Variabel-variabel tersebut menurut asumsi peneliti dapat

Accountia Journal
(Accounting Trusted, Inspiring, Authentic Journal)
Vol.09, No.01, April 2025, pp. 64– 77
ISSN 2620-5335 (Online), ISSN 2622-8270 (Print)
Journal homepage: http://jurnal.umberau.ac.id/index.php/accountia

mencakup faktor-faktor seperti pengaruh keluarga, lingkungan sosial, pengalaman pribadi, gaya hidup, faktor ekonomi, maupun kepribadian individu.

Hal ini menunjukkan bahwa meskipun literasi keuangan dan media sosial memiliki pengaruh yang signifikan, namun masih terdapat ruang yang luas bagi faktor eksternal lainnya dalam membentuk pola pengambilan keputusan keuangan mahasiswa. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memasukkan variabel-variabel tambahan tersebut guna memperoleh hasil yang lebih komprehensif.

Adapun Hasil wawancara oleh Rifki mahasiswa manajemen keuangan semester 8 sebagai berikut.

"...Kalau aku pribadi, awalnya media sosial sih. Tapi setelah belajar literasi keuangan, jadi lebih bijak dalam ngambil keputusan. Sekarang aku lebih banyak mikir dulu, nggak langsung tergiur sama yang ada di media sosial."

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa pemahaman literasi keuangan memiliki peran penting dalam membantu individu mengambil keputusan keuangan yang lebih bijak.

KESIMPULAN

1. Literasi keuangan memberikan pengaruh signifikan secara parsial terhadap terhadap pengambilan keputusan keuangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Berau. Hal ini dibuktikan berdasarkan hasil uji t, dimana nilai t hitung literasi keuangan lebih besar dibandingkan nilai t tabel (5,160 > 1,982) dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05.
2. Media Sosial memberikan pengaruh signifikan secara parsial terhadap terhadap pengambilan keputusan keuangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Berau. Hal ini dibuktikan berdasarkan hasil uji t, dimana nilai t hitung media sosial lebih besar dibandingkan nilai t tabel (4,002 > 1,982) dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05.
3. Literasi keuangan dan media sosial memberikan pengaruh signifikan secara simultan terhadap pengambilan keputusan keuangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Berau. Hal ini dibuktikan berdasarkan uji F dimana nilai F hitung lebih besar dibandingkan dengan nilai F tabel (41,049 > 3,08) dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05.

DAFTAR PUSTAKA

Ardila, Ridha. 2017. *Pengaruh Online Shop Pada Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fisip Usu.* 7: 23–30.

Gitman, Lawrence J. 2015. *Principles Of Managerial Finance*.

Gusaptono, Heru Kristanto dan Henry. 2021. *Pengenalan Literasi*

Accountia Journal
(Accounting Trusted, Inspiring, Authentic Journal)
Vol.09, No.01, April 2025, pp. 64– 77
ISSN 2620-5335 (Online), ISSN 2622-8270 (Print)
Journal homepage: http://jurnal.umberau.ac.id/index.php/accountia

Keuangan Untuk Mengembangkan Umkm. 1st Ed. Yogyakarta: Lppm Upn Veteran Yogyakarta.

Hasyim, Pratama Vingky Dwi, Mentari Rezeki, Ramadhani Tasya, and Amelia Natali. *2024. "Hubungan Antara Literasi Keuangan Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Lembaga Keuangan." 1(2): 572–82.*

Kasmir. 2021. *Analisis Laporan Keuangan*. Revisi. Depok: Rajawali Pers.

Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial Perspektif Komunikasi ,Budaya, Dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Otoritas Jasa Keuangan. 2017. *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (Revisit 2017). Otoritas Jasa Keuangan*: 1–99.

Otoritas Jasa Keuangan. 2022. *Hasil Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan Tahun 2022*.

Otoritas Jasa Keuangan , Badan Pusat Statistik. 2024. *Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan Tahun 2024*.

Prasetiyo Dwi, Gilang, Husnil Barry, dan Riza Hadikusuma. 2020. *Pengaruh Financial Literacy Terhadap Pengambilan Keputusan Keuangan Hahasiswa Di Politeknik Negeri Jakarta. Prosiding Semnastera (Seminar Nasional Teknologi Dan Riset Terapan)*: 233–40.

Sari, Fitri Mustika. 2021. *Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau.* Universitas Islam Riau. Skripsi.

Sutrisno. 2017. *Manajemen Keuangan : Teori Konsep Dan Aplikasi*. Revisi. Yogyakarta: Ekononisia.

Syamsuddin, Lukman. 2016. *Manajemen Keuangan Perusahaan : Konsep Aplikasi Dalam : Perencanaan, Pengawasan, Dan Pengambilan Keputusan*. Baru. Jakarta: Rajawali Pers.

Wicaksono, Edrea Divarda. 2015. *Pengaruh Financial Literacy Terhadap Perilaku Pembayaran Kartu Kredit Pada Karyawan Di Surabaya*. *Finesta* 3(1): 85–90.

Yanti, Wira Iko Putri. 2019. *Pengaruh Inklusi Keuangan Dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Umkm Di Kecamatan Moyo Utara. Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 2(1). Doi:10.37673/Jmb.V2i1.305.