

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Mahasiswa ialah perorangan yang sedang belajar di perguruan tinggi. Berdasarkan Papalia & Martorell (2020) umur dewasa muda diantara umur 20 sampai dengan 40 tahun. Pada umumnya mahasiswa memasuki umur dewasa muda saat berumur diantara 18 sampai 25 tahun. Mahasiswa pada rentang umur ini bertanggungjawab atas pertumbuhannya, termasuk menjaga kehidupan pengelolaan keuangan ketika sudah dewasa. Landasan untuk menyelesaikan tugas-tugas perkembangan orang dewasa ialah tanggungjawab dewasa muda. Berdasarkan (Doriza et al., 2022) perilaku keuangan dan karakter psikologi yang tercipta saat umur dewasa muda bisa punya implikasi general untuk mengatur waktu yang akan datang.

Tabel 1.1 Daftar Perguruan Tinggi Negeri dan Swasta Terbaik di Bandung Raya

No.	Perguruan Tinggi	Daerah
1.	Institut Teknologi Bandung	Kota Bandung dan Kab. Sumedang
2.	Universitas Padjajaran	Kota Bandung dan Kab. Bandung
3.	Universitas Pendidikan Indonesia	Kota Bandung
4.	Universitas Telkom	Kabupaten Bandung
5.	Universitas Islam Bandung	Kota Bandung
6.	UIN Sunan Gunung Djati	Kota Bandung
7.	Universitas Parahyangan	Kota Bandung
8.	Universitas Kristen Maranatha	Kota Bandung
9.	Universitas Islam Nusantara	Kota Bandung

Sumber: EduRank, 2023

Berdasarkan data yang didapatkan oleh EduRank ada 100 perguruan tinggi terbaik di Indonesia di lihat dari hasil ujian, keunggulan non-ilmiah, serta dampak lulusan (EduRank, 2019). Tercatat terdapat 9 kampus terbaik di daerah Kota/Kabupaten Bandung baik perguruan tinggi negeri dan swasta. Beberapa perguruan tinggi tersebut terletak di daerah Bandung Raya, yakni Kota Cimahi, Kab. Bandung, Kota Bandung, Kab. Bandung Barat, serta Kab. Sumadeng. Dari daftar

perguruan tinggi negeri dan swasta yang tercatat pada EduRank tahun 2023, Universitas Telkom ialah universitas terbaik di daerah Bandung Raya pada nomor urutan keempat. Berikut jumlah mahasiswa di tiap fakultas yang ada di Universitas Telkom.

Tabel 1.2 Jumlah Mahasiswa Universitas Telkom Tahun 2023

No.	Fakultas	Jumlah Mahasiswa
1.	Fakultas Teknik Elektro	5.105
2.	Fakultas Rekayasa Industri	4.010
3.	Fakultas Informatika	5.108
4.	Fakultas Ekonomi dan Bisnis	4.171
5.	Fakultas Komunikasi dan Bisnis	4.924
6.	Fakultas Industri Kreatif	4.237
7.	Fakultas Ilmu Terapan	3.105
Jumlah		30.660

Sumber: Data di olah penulis

Selain itu juga situs resmi EduRank mencantumkan Universitas Telkom di peringkat 3 dari 25 perguruan tinggi di Bandung. Universitas Telkom ialah perguruan tinggi swasta di Kabupaten Bandung. Didirikan tanggal 14 Agustus 2013 yang merupakan hasil peleburan perguruan tinggi Telkom, ialah Institut Teknologi Telkom, Institut Manajemen Telkom, Politeknik Telkom, serta STISI Telkom. Universitas Telkom punya 7 Fakultas dan 50 Program Studi. Data statistik Universitas Telkom memperlihatkan bahwasanya di tahun 2023 ada 7600 lulusan. Serta memiliki alumni sebanyak 71.218 orang, tercatat saat ini Universitas Telkom juga punya total mahasiswa sejumlah 30.660 dikutip dari Universitas Telkom ac.id (diakses pada 13 November 2023).

1.2 Latar Belakang Penelitian

Menurut Wardani & Anggadita (2021) di dunia sekarang ini keinginan individu khususnya untuk membeli produk atau jasa nampaknya tidak berhubungan dengan kebutuhan sebenarnya. Membeli secara tidak perlu untuk mendapat kesenangan padahal kesenangan yang didapatkan itu semu. Perilaku ini tidak lagi mencerminkan upaya individu di dalam mempergunakan uang. Namun hal tersebut

dipergunakan sebagai cara untuk mendapat pengakuan dengan cara yang tidak pantas dan seringkali dilaksanakan begitu saja tanpa mempedulikan keadaan sebenarnya. Dengan demikian, hal tersebut bisa meningkatkan kebutuhan individu, mentalitas konsumeris, serta jalan raya hidup, serta membuat individu tidak menyadari bahwasanya mereka sudah mempergunakan uang tanpa memprosesnya (Rizkiawati & Asandimitra, 2018).

Perilaku konsumtif bisa dikaitkan dengan siapa saja, termasuk remaja. Berlandaskan data BPS, jumlah pemuda Kota Bandung pada kelompok umur 15 - 24 tahun pada tahun 2020 berjumlah 465.342 orang. Selain itu juga, menurut Wardani & Anggadita (2021) perilaku konsumtif bisa terjadi diantara umur 13-21 tahun yang merupakan fase kemajuan dan mencari jati diri. Secara kemandirian, sebagian besar generasi muda tidak berdaya menghadapi pengaruh luar (Wardani & Anggadita., 2021). Mereka juga mudah terpengaruh oleh gaya hidup orang-orang di sekitar mereka. Selanjutnya, mereka melaksanakan pembelian impulsif yang disebabkan oleh gaya hidup pembeli (Purnomo & Riani, 2018).

Gaya hidup yang diterapkan kepada mahasiswa ini merupakan hal yang sulit dihindari (Angelista et al., 2024). Terkadang, ketidaksesuaian gaya hidup akan menyebabkan seseorang untuk mengambil tindakan yang salah (Safura, 2020). Hal tersebut akan berdampak pada perilaku konsumtif dalam pengelolaan keuangan. Biasanya mahasiswa melakukan pembelian secara impulsif melalui online maupun offline. Hal tersebut dapat dilihat melalui survei penggunaan kredit pada milenial dan generasi Z.

Penggunaan Kredit Pada Milenial dan Generasi Z

	TOTAL	Generasi Y/Milenial	Generasi Z
<i>Jumlah Responden</i>	997	653	205
Fashion & aksesoris (baju, celana, sepatu, dll)	48.5%	46.4%	61.0%
Pulsa	45.5%	42.6%	56.6%
Gadget	44.8%	49.0%	24.4%
Elektronik rumah tangga	40.6%	44.0%	22.0%
Makanan	27.1%	27.7%	23.9%
Lainnya	9.0%	9.6%	4.9%

Gambar 1.1 Survei Penggunaan Kredit Pada Milenial dan Generasi Z

Sumber: Katadata, 2024

Pada Gambar 1.1 memperlihatkan sebanyak 61,0% generasi Z ataupun remaja mempergunakan kredit untuk membeli produk yakni fashion dan aksesoris, kemudian generasi milenial sebanyak 49,0% mempergunakan kredit untuk membeli produk berupa gadget (Katadata, 2024). Perihal tersebut ditunjukkan lewat penyebaran survei yang bertujuan untuk mengetahui informasi mengenai kondisi keuangan generasi Z dan generasi milenial. Dengan kata lain perilaku keuangan memengaruhi pengaturan dan pengambilan keputusan keuangan terbaik yang tercermin di dalam perilaku dan mentalitas serta pengelolaan keuangan. Berdasarkan Besri (2018) mengemukakan bahwasanya *financial attitude* berdampak signifikan atas *financial management behavior*.

Tabel 1.3 10 Wilayah Konsumen Terbesar di Indonesia

No.	Nama Data	Nilai/Rp Triliun
1.	Jakarta Timur	439,85
2.	Jakarta Selatan	437,88
3.	Jakarta Barat	415,15
4.	Surabaya	348,85
5.	Jakarta Utara	332,19
6.	Kota Bandung	175,95
7.	Jakarta Pusat	169,78
8.	Kab. Bogor	162,61
9.	Kab. Bekasi	133,87
10.	Kab. Sidoarjo	119,63

Sumber: Databoks, 2022

Berdasarkan Tabel 1.3 dari kesepuluh kota dan kabupaten tingkatan konsumtif warga Kota Bandung ada pada urutan keenam pada tahun 2022. Kurangnya literasi keuangan disebut-sebut sebagai aspek pendorong perilaku konsumtif konsumen (Tenriawaru et al., 2018). Dikutip melalui website OJK yang dimaksud dengan literasi keuangan ialah wawasan, keahlian, serta kepercayaan yang memengaruhi tingkah laku di dalam mengambil putusan serta pengelolaan keuangan (Konsumen, 2024).

Dikutip dari Redaksi (2022) Provinsi Jawa Barat ialah provinsi yang memiliki tingkatan inklusi finansial paling tinggi di Indonesia yakni 88,48% merujuk ke hasil

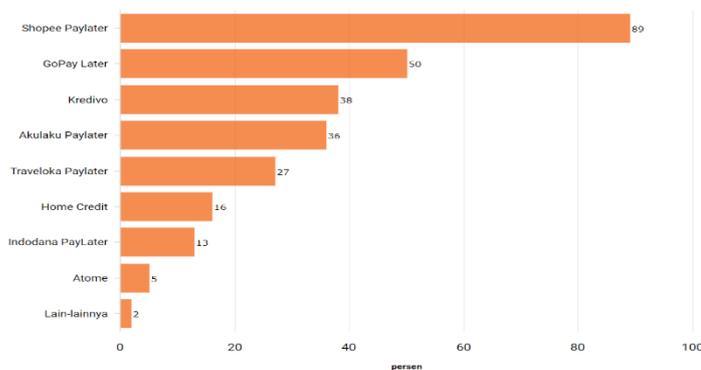
SNLIK Indonesia 2019. Indeks pengetahuan finansial di Jawa Barat tergolong rendah yakni 37,43%. Berlandaskan penelitian terdahulu berdasarkan Rosa & Listiadi (2020) *financial literacy* berdampak pada manajemen keuangan pribadi mahasiswa. Sama halnya dengan Baptista & Dewi (2021) namun terdapat perbedaan pada penelitian Julita et al., (2023) bahwasanya literasi keuangan tidak memiliki dampak.

Akibat melekatnya perilaku konsumtif, maka setiap individu harus pintar dalam mengelola keuangannya dengan mempergunakan manajemen pengelola keuangan dengan tujuan agar terjadi keselarasan diantara upah dan penggunaan (Rizkiawati & Asandimitra, 2018). Ada beberapa aspek yang memengaruhi mentalitas konsumtif di tiap individu. Menurut Setiadi (2019) aspek-aspek yang bisa memengaruhi sikap konsumtif ialah: 1) Variabel kebudayaan bisa memengaruhi cara bersikap konsumtif, baik itu budaya, subkultur, serta kelas sosial tertentu, 2) Variabel sosial bisa memengaruhi cara bersikap konsumtif, khususnya referensi pertemuan, keluarga, pekerjaan, serta status, 3) Variabel individu bisa memengaruhi perilaku pembeli khususnya umur, fase siklus kerja, situasi keuangan, cara hidup, karakter, serta kepercayaan diri, serta 4) Variabel psikologi bisa memengaruhi perilaku pembeli untuk menjadi inspirasi dan kebijaksanaan spesifik.

Beberapa ahli dan intelektual sudah mengemukakan pentingnya pengetahuan finansial termasuk (Ismanto et al., 2019) yang memahami bahwasanya pengetahuan finansial merujuk ke kapasitas mentalitas individu dan aktivitas keuangan yang bisa mengoptimalkan kesejahteraan finansial. Berdasarkan Belayeth et al., (2019) stabilitas keuangan di pengaruhi keandalan pendidikan keuangan dan literasi keuangan. Dikutip melalui website Media Keuangan (2024) Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Indonesia mengumumkan bahwasanya tingkatan pengetahuan finansial generasi Z yakni 44,04% di bawah 3,94% dibanding generasi milenial. Sehingga dapat dikatakan tingkat literasi generasi milenial dan generasi Z tergolong di dalam tingkatan literasi keuangan rendah. Rendahnya tingkatan literasi keuangan memperlihatkan bahwasanya generasi milenial dan generasi Z masih punya tingkatan pemahaman yang rendah terhadap tabungan, pinjaman, asuransi, serta investasi.

Menurut Widowati (2019) Indonesia menjadi negara dengan perkembangan bisnis online paling cepat di dunia. Dikutip dari Kominfo.go.id (diakses pada 13 November 2023) kapabilitas industri bisnis *online* di Indonesia tidak bisa dianggap remeh. Dari penelusuran Ernst and Youthful terlihat bahwasanya di Indonesia nilai bisnis masih tumbuh yakni 40%. Di Indonesia sekitar 93,4 juta orang mempergunakan web dan 71 juta orang mempergunakan telepon seluler. Perkembangan e-commerce ini juga didukung dengan ada perkembangan pembayaran secara *online* contohnya yakni dengan ada fitur Paylater. Berikut ialah 8 layanan Paylater yang paling populer di Indoneisa.

8 Layanan Paylater Paling Populer Di Indonesia



Gambar 1.2 8 Layanan Paylater Paling Populer Di Indonesia

Sumber: Databoks, 2023

Berdasarkan Gambar 1.2 diketahui bahwasanya pengguna Shopee Paylater memiliki *brand awareness* tertinggi yakni 89%. Sistem Paylater pada umumnya punya kemiripan dengan sistem kredit di perbankan. Meskipun demikian, bantuan yang diberi Paylater ialah fitur cicilan yang disebarluaskan sesudah pembelian ataupun dengan sebutan “*Buy Now Pay Later*” (Saragih & Lestari, 2022). Sistem cicilan Paylater bisa dibayar secara bertahap di dalam jangka waktu tertentu tanpa mempergunakan kartu kredit bertujuan untuk memudahkan nasabah di dalam memenuhi kebutuhan seumur hidupnya. Saat ini Paylater menjadi produk fintech paling populer kedua di Indonesia dengan persentase 72,5%.

Namun, Paylater juga membawa dampak buruk di kalangan remaja, ketika umur 17 ataupun 18 tahun sudah punya Paylater, biasanya remaja belum punya pemasukan sendiri tetapi sudah punya kebutuhan. Perihal tersebut berdampak pada

kapabilitas untuk membayar utang di Paylater. Menurut Saragih & Lestari (2022) remaja lebih cenderung membeli barang-barang yang tidak memenuhi kebutuhannya seiring dengan meningkatnya kebutuhan yang tinggi, sehingga membuat mereka lebih cenderung mempergunakan Paylater dilain hari.

Menurut Saragih & Lestari (2022) fintech juga bisa didefinisikan sebagai perpaduan diantara administrasi keuangan dan pembangunan yang mengubah rencana permainan dari biasa menjadi jelas. Bila pada awalnya pertukaran harus dilaksanakan secara tatap muka dan mempergunakan uang tunai, saat ini pertukaran bisa dilaksanakan dari jarak jauh dan bisa dilaksanakan di dalam hitungan menit ataupun detik. Dikutip melalui website OJK ada beberapa manfaat dengan hadirnya fintech, kegunaanya yakni fintech bisa mengembangkan hal baru pada sektor *start up* teknologi. Perihal tersebut bisa memperluas lapangan kerja serta mengoptimalkan tumbuhnya perekonomian.

Selanjutnya Otoritas Jasa Keuangan mengemukakan bahwasanya generasi Z dan milenial memiliki utang yang lebih daripada generasi lainnya. Menurut statistik kepemilikan rekening serta kuantitas *outstanding* pinjaman di *fintech* P2P *lending* (OJK, 2024). Nasabah umur 19-34 tahun mendominasi 62% rekening fintech pendanaan bersama. Begitu juga 60% pinjaman dari fintech pendanaan bersama di salurkan ke nasabah golongan umur tersebut, berarti penggunaannya didominasi generasi Z dan milenial.

Tabel 1.4 Total Outstanding Pinjaman Nasabah Umur 19-34 Tahun

BULAN	TOTAL OUTSTANDING PINJAMAN PERSEORANGAN	
	Jumlah Rekening Penerima Pinjaman Aktif (entitas)	Outstanding Pinjaman (miliar Rp)
Januari 2022	9.610.757	16.667,07
Februari 2022	8.343.685	18.769,73
Maret 2022	8.613.327	20.249,60
April 2022	9.001.697	21.194,98
Mei 2022	10.476.886	22.156,33
Juni 2022	8.668.914	17.339,47
Juli 2022	10.662.665	24.350,12
Agustus 2022	11.148.872	25.050,63
September 2022	11.467.601	25.981,01
Oktober 2022	12.035.647	26.218,49
November 2022	14.706.249	26.705,67
Desember 2022	12.406.899	27.164,90

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan, 2024

Berdasarkan Tabel 1.4 maka setiap individu perlu mengetahui bagaimana cara memprioritaskan tabungan dari pada mengkonsumsi ataupun membeli sesuatu yang tidak dibutuhkan (Kadoya & Khan, 2020). Individu tidak bisa menabung uang seiring berjalannya waktu bila mereka tidak punya sikap finansial yang positif (Khalisharani et al., 2022). Berlandaskan penelitian terdahulu berdasarkan Pusparani & Krisnawati (2019) *financial attitude* berdampak pada *financial behavior*. Pendapat yang sama di ungkapkan Budiono (2020) individu yang punya perilaku keuangan ideal serta bertanggungjawab bercenderung punya kapabilitas pengelolaan keuangan ideal.

Berdasarkan survei Hani (2024) didapatkan bahwasanya penetrasi internet di Indonesia memiliki persentase sebesar 79,5% dari total 278,69 juta jiwa warga Indonesia. Penetrasi penggunaan internet di Indonesia ini 34,4% dari generasi Z. Generasi Z mempergunakan ineternet sebagai alat transaksi contohnya berbelanja berbagai macam produk berupa fashion, makanan, ataupun yang lain. Perihal tersebut mengakibatkan dampak positif dan negatif. Dampak positifnya, adanya pergerakan menjadi pesat sebab dunia digital meniadakan batasan yang timbul ketika transaksi secara fisik. Sementara dampak negatifnya ialah generasi Z memiliki perilaku konsumtif akibat tidak adanya pengendalian diri (*locus of control*). Berdasarkan pengamat digital *lifestyle* Ben Soebiakto, risiko menjadi lebih konsumtif di sebabkan oleh berbagai macam aspek, contohnya dampak *peer pressure* dari komunitas ataupun lingkungan, teman, serta hal lain. Berdasarkan penelitian Zahra et al., (2023) diketahui bahwa salah satu perilaku konsumtif yaitu terdapat pada pengaruh penggunaan QRIS pada mahasiswa Universitas Telkom. Hal tersebut dapat dilihat pada indikator *social influence* yang menyebabkan terjadinya perilaku konsumtif pada mahasiswa Universitas Telkom. Mereka direkomendasikan oleh teman dan juga mengetaui penggunaan QRIS melalui media iklan yang mempromosikan manfaat menggunakan *digital payment* tersebut.

Pengendalian diri merupakan kapabilitas individu untuk peka di dalam membaca situasi diri dan lingkungannya (Udayanthi et al., 2018). Kepercayaan individu bahwasanya mereka bisa mengontrol dan mengendalikan hidup mereka sendiri dikenal sebagai *locus of control* internal. Berdasarkan Arifin et al. (2019)

apabila individu bisa bertanggungjawab atas tindakan keuangan mereka sendiri, *locus of control* internal di tingkatan yang tinggi. Sementara berdasarkan Pradiningtyas & Lukiasuti (2019) *locus of control* eksternal ialah ide bahwasanya seluruh perihal di dalam hidup individu dikontrol oleh aspek luar, contohnya keberuntungan dan peluang. Individu dengan *locus of control* eksternal kerap kali tidak memikirkan di dalam jangka panjang (Hidayah & Bowo, 2018). Kemampuan diri dapat diungkapkan melalui berbagai elemen perilaku individu, seperti seberapa baik individu dapat bertahan dalam menghadapi kesulitan, stress, atau tekanan negatif dan apakah mereka memiliki kemampuan yang baik untuk menyerap guncangan faktor eksternal atau internal (Kusairi et al., 2019). Dengan kata lain, hal tersebut bergantung bagaimana cara berpikir individu yang memiliki sikap optimis atau pesimis menuju masa depan dan berpikir dengan cara yang meningkatkan atau melemahkan diri sendiri.

Berdasarkan penelitian terdahulu Budiono (2020) sebab individu dengan disiplin diri internal serta eksternal yang kuat mempunyai kondisi finansial ideal ialah dampak dari *locus of control*. Sama halnya dengan penelitian yang dengan Baptista & Dewi (2021) *locus of control* tidak ada dampak signifikan atas *financial management behavior*. Berdasarkan gambaran umum objek dan latar belakang penelitian yang sudah di jelaskan di atas, diketahui bahwasanya aspek-aspek yang beragam diteliti dan dianggap penting di dalam *financial management behavior* yakni, *financial attitude*, *financial literacy*, dan *locus of control*. Oleh sebab itu penulis tertarik melaksanakan penelitian lebih lanjut mengenai apakah *financial attitude*, *financial literacy*, dan *locus of control* memiliki pengaruh terhadap *financial management behavior*. Berlandaskan uraian di atas yakni ada perbedaan hasil dari penelitian yang lalu serta untuk menguatkan teori serta hasil riset yang lalu, peneliti ingin mendalami variabel-variabel tersebut. Sehingga peneliti memutuskan melaksanakan studi berjudul **“Pengaruh Financial Attitude, Financial Literacy, dan Locus of Control terhadap Financial Management Behavior”**

1.3 Perumusan Masalah

Tingginya perilaku konsumen di Kota Bandung menjadi gambaran bagaimana seseorang individu dalam menggunakan uang sehari-hari. Perilaku konsumtif yang terjadi kepada mahasiswa Universitas Telkom karena tidak adanya pengendalian diri sebagai dasar pengelola keuangan. Serta, penggunaan *paylater/kredit* juga menjadi penyebab tingginya utang pada generasi Z dan generasi milenial yang termasuk kedalam kategori dewasa muda menjadikan generasi tersebut dengan tingkat utang tertinggi dibandingkan generasi lainnya. Oleh karena itu, penelitian ini akan mengkaji pengaruh *financial attitude*, *financial literacy*, dan *locus of control* terhadap *financial management behavior* pada mahasiswa Universitas Telkom yang termasuk kedalam kategori usia dewasa muda. Berdasarkan rumusan masalah, berikut merupakan pertanyaan dari penelitian ini:

1. Apakah *financial attitude* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *financial management behavior* pada mahasiswa Universitas Telkom?
2. Apakah *financial literacy* memiliki pengaruh signifikan terhadap *financial management behavior* pada mahasiswa Universitas Telkom?
3. Apakah *locus of control* memiliki pengaruh signifikan terhadap *financial management behavior* pada mahasiswa Universitas Telkom?
4. Apakah *financial attitude*, *financial literacy*, dan *locus of control* secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap *financial management behavior* pada mahasiswa Universitas Telkom?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian berikut ini diturunkan dari rumusan masalah yang sudah dijelaskan yang lalu:

1. Untuk mengetahui apakah *financial attitude* memiliki pengaruh signifikan terhadap *financial management behavior* pada mahasiswa Universitas Telkom.
2. Untuk mengetahui apakah *financial literacy* memiliki pengaruh signifikan terhadap *financial management behavior* pada mahasiswa Universitas Telkom.
3. Untuk mengetahui apakah *locus of control* memiliki pengaruh signifikan terhadap *financial management behavior* pada mahasiswa Universitas Telkom.

4. Untuk mengetahui apakah *financial attitude*, *financial literacy*, dan *locus of control* secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap *financial management behavior* pada mahasiswa Universitas Telkom.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasilnya di harapkan bisa memberi manfaat yang bisa di lihat dari dua aspek, yakni:

1.5.1 Aspek Teoritis

Studi ini di harapkan bisa memberi informasi yakni analisis mengenai pengaruh *financial attitude*, *financial literacy*, dan *locus of control* terhadap *financial management behavior* di perguruan tinggi Universitas Telkom, serta menjadi referensi bagi peneliti lain dengan topik relevan.

1.5.2 Aspek Praktis

1. Untuk Mahasiswa

Studi ini di harapkan bisa membantu seluruh mahasiswa Universitas Telkom di dalam mengoptimalkan pengetahuan serta pengelolaan keuangan ideal dan benar, dengan mempelajari variabel-variabel *financial attitude*, *financial literacy*, dan *locus of control*, sehingga menciptakan kontrol sikap finansial ideal. Serta, menurunkan sikap konsumtif di kalangan generasi Z dan milenial.

2. Untuk Perusahaan E-commerce

Studi ini di harapkan bisa membantu perusahaan-perusahaan E-commerce di Indonesia di dalam membuat kebijakan-kebijakan penggunaan layanan Paylater ideal dan benar. Serta, menurunkan penyalahgunaan fitur Paylater yang disebabkan oleh perilaku konsumtif generasi Z dan milenial.

3. Untuk Otoritas Jasa Keuangan (OJK)

Studi ini bertujuan untuk membantu OJK di dalam mengoptimalkan tingkatan literasi keuangan seluruh mahasiswa Universitas Telkom. Di harapkan OJK bisa mengadakan penyuluhan mengenai pemahaman literasi keuangan yang benar, sebab manajemen keuangan dan literasi keuangan ialah konsep yang berkaitan erat. Dengan ada literasi keuangan, di harapkan

mahasiswa Universitas Telkom bisa mengerti diantara perbedaan dari kebutuhan dan keinginan, serta bijak di dalam mengelola keuangan.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Studi ini di bagi dalam 5 bagian yang saling berhubungan sehingga bisa diambil kesimpulan akhir mengenai permasalahan yang sedang diselesaikan. Secara umum perencanaan metodologis untuk penelitian dipecah menjadi

BAB I: PENDAHULUAN

Berisi pemaparan untuk para peneliti, contohnya penggambaran general objek penelitian, latar belakang masalah, perumusan permasalahan, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, serta sistematika penulisan tugas akhir.

BAB II: TINJAUAN PUSTIDAKA

Mengkaji hipotesis serta hasil penelitian terdahulu yang bisa diterapkan untuk menyelediki dan bisa dipergunakan sebagai repercentase di dalam memahami dan menangani permasalahan yang dimaksud.

BAB III: METODE PENELITIAN

Mencakup metode serta teknik mendeskripsikan serta mengolah data yang membantu menyelesaikan ataupun memahami masalah penelitian.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisi pembahasan hasil analisa yang didapat data yang dipergunakan di dalam studi. Hasil penelitian selanjutnya dijelaskan sesuai dengan metode penelitian.

BAB V: KESIMPULAN

Berisi keputusan terkait penelitian yang diarahkan beserta ide-ide yang terkait studi ini sehingga bisa berguna untuk studi selanjutnya.