



Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Media Sosial, Gaya Hidup terhadap Perilaku Keuangan (Survei Pada Pelaku UMKM Pedagang di Kelurahan Gemolong, Kecamatan Gemolong, Kabupaten Sragen)

Anggun Fallia Rahma¹, Edi Wibowo²

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Slamet Riyadi, Jl. Sumpah Pemuda No. 18, Kadipiro, Banjarmasin, Kota Surakarta, Jawa Tengah 571368

E-mail: anggunfalliarahma06@gmail.com

Abstract. *Financial behavior is the process of planning and managing financial resources, including decisions about fund use, determining funding sources, and decisions about retirement planning, within an organization or individual. Therefore, financial decisions can optimize well-being, thus minimizing errors in financial decisions. This study aims to analyze the influence of digital financial literacy, social media, and lifestyle on financial behavior (a survey of MSME traders in Gemolong Village, Gemolong District, Sragen Regency). This study uses the Theory of Planned Behavior (TPB). The subjects of this study were MSME traders in Gemolong Village, Gemolong District, Sragen Regency. A sample size of 90 respondents was selected using proportional cluster random sampling. A questionnaire was used as the data collection technique. The analysis techniques used were descriptive analysis, multiple linear regression analysis, t-test, F-test, and coefficient of determination (R²) test. The results of the hypothesis indicate that digital financial literacy, social media, and lifestyle significantly influence financial behavior (Survey of MSME Traders in Gemolong Village, Gemolong District, Sragen Regency)*

Keywords: *Digital Financial Literacy, Social Media, Lifestyle, and Financial Behavior*

Abstrak. Perilaku keuangan adalah proses perencanaan, pengelolaan sumber dana sebagai Keputusan penggunaan dana, penentuan sumber dana serta Keputusan untuk perencanaan pensiun, dalam suatu organisasi ataupun individu. Sehingga Keputusan keuangan dapat mengoptimalkan kesejahteraan sehingga salah satu upaya untuk meminimalisir kesalahan dalam Keputusan keuangan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan digital, media sosial, gaya hidup terhadap perilaku keuangan (survei pada pelaku UMKM Pedagang di Kelurahan Gemolong, Kecamatan Gemolong, Kabupaten Sragen). Penelitian ini menggunakan teori yaitu *Theory of Planned Behaviour* (TPB). Objek dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM Pedagang di Kelurahan Gemolong, Kecamatan Gemolong, Kabupaten Sragen. Jumlah sample dalam penelitian ini sebanyak 90 responden yang dihitung menggunakan *Proportional cluster random sampling*. Teknik pengambilan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner. Teknik analisis pada penelitian ini yaitu analisis deskriptif, uji linear berganda, uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi (R²). Hasil hipotesis menunjukkan literasi keuangan digital, media sosial, gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan (Survei pada Pelaku UMKM Pedagang di Kelurahan Gemolong, Kecamatan Gemolong, Kabupaten Sragen).

Kata kunci: Literasi Keuangan Digital, Media Sosial, Gaya Hidup dan Perilaku Keuangan

LATAR BELAKANG

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia, semakin berkembang dari tahun ketahun sehingga meningkatkan minat masyarakat untuk memulai usaha dan berbagai industry serta perusahaan pun semakin berkembang seiring berjalannya waktu. Umkm di Indonesia sendiri memiliki kontribusi atau peranan cukup besar dalam perluasan dan penyerapan tenaga kerja baru, terbentuknya Produk Domestik Bruto (PDB) dan jaring pengaman usaha bagi Masyarakat berpendapatan rendah dalam menjalankan kegiatan ekonomi produktif.

Digitalisasi tidak hanya mengubah pola konsumsi dan komunikasi, tetapi juga merambah ke sektor keuangan, memunculkan berbagai inovasi seperti pembayaran digital, pinjaman online, dan platform investasi digital. Di ranah kerangka kerja regulasi, terdapat

penekanan yang semakin besar pada penguatan regulasi untuk mempercepat transformasi digital perbankan dan layanan keuangan di era ekonomi digital. Selain itu, tren positif terhadap inklusi keuangan digital, yang didorong oleh platform seperti e-commerce dan dompet elektronik, mencerminkan pergeseran ke arah ekosistem keuangan yang lebih berpusat pada digital (Abubakar dan Handayani, 2022).

Perilaku Keuangan merupakan ilmu yang mempelajari bagaimana manusia mengambil Tindakan pada proses pengambilan Keputusan dalam berpartisipasi sebagai respon dari informasi yang diperolehnya (Wahyuni dan Ramadhan, 2023). Keuangan perilaku cara Dimana individu mengelola sumber dana untuk digunakan sebagai Keputusan penggunaan dana, penentuan sumber dana, serta Keputusan untuk perencanaan pension, dalam proses perencanaan terlebih dahulu sebelum bertindak. Sehingga Keputusan keuangan dapat mengoptimalkan kesejahteraan sehingga salah satu upaya untuk meminimalisir kesalahan dalam Keputusan keuangan.

Literasi keuangan digital adalah mengacu pada kemampuan seseorang untuk memahami konsep keuangan dasar dan menerapkannya dalam aktivitas sehari-hari. Pesatnya perkembangan teknologi individu lebih memiliki akses tanpa batas ke berbagai alat dan sumber daya yang dapat memperluas pemahaman mereka mengenai konsep keuangan, investasi, dan manajemen risiko (Apriliani, 2024).

Media Sosial didefinisikan sebagai fitur berbasis website yang membentuk jaringan dan memungkinkan orang untuk dapat berinteraksi dengan orang lain (Ria, Nurul, dan Teddy, 2022). Platform media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi alat pemasaran, interaksi dengan konsumen, serta media untuk memperluas jaringan bisnis. Akan tetapi di satu sisi lain keterbatasan literasi digital dan dalam mengelola keuangan banyak pedagang belum mampu mencatat arus kas dari aktivitas penjualan online secara baik. Selain itu, tekanan gaya hidup konsumtif dan penggunaan dana yang tidak terencana.

Gaya Hidup Menurut Kotler dan Keller (2016:192) mengemukakan bahwa gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang di eksperikan dalam aktivitas, minat dan opininya. Di Indonesia perubahan gaya hidup Masyarakat semakin nyata seiring dengan meningkatnya modernisasi serta perkembangan teknologi digital. Banyak pelaku UMKM cenderung mengikuti tren konsumsi yang berkembang, serta sebagian besar pedagang masih mencampurkan keuangan pribadi dengan usaha, sehingga laba usaha sering kali digunakan untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga atau pribadi. Akibatnya modal usaha menjadi tidak stabil, pencatatan keuangan tidak konsisten, dan keberlangsungan usaha rentan terganggu.

Beberapa peneliti sebelumnya yang telah mengkaji mengenai factor yang berdampak terhadap perilaku keuangan menghasilkan beberapa hasil penelitian yang berbeda. Menurut (Tito dan Dian 2023) Literasi Keuangan dan Teknologi Keuangan tidak mempunyai pengaruh secara signifikan positif terhadap perilaku keuangan. Dalam penelitian lain yang dilakukan oleh (Ardhia, Burhanuddin, Laila 2023) yang menunjukkan bahwa Literasi Digital dan Literasi keuangan berpengaruh signifikan positif. Menurut (Dewi, Anita dan Rosina, 2022) Media sosial tidak berpengaruh terhadap perilaku pengelolaan keuangan. Dalam penelitian lain yang dilakukan oleh (Maherni dan Ni Kadek Lely, 2022) yang menunjukkan media sosial berpengaruh positif dan signifikan. Menurut (Sada, 2022) menyatakan gaya hidup tidak berpengaruh secara signifikan. Dalam penelitian lain yang dilakukan oleh (Sufyati HS dan Alvi Lestari, 2022) Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan.

Dari uraian latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“PENGARUH LITERASI KEUANGAN DIGITAL, MEDIA SOSIAL, GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KEUANGAN (Survei pada Pelaku UMKM Pedagang di Kelurahan Gemolong, Kecamatan Gemolong, Kabupaten Sragen)”**.

KAJIAN TEORITIS

1. Teori *Planned of Behaviour*

Teori *Of Planned Behavior* (TPB) dikembangkan oleh Ajzen (1991) dan hingga saat ini masih menjadi salah satu teori paling relevan dalam menjelaskan hubungan antara sikap dan perilaku seseorang. Menurut Ajzen (dalam Prasetyo & Wahyuni, 2024), TPB menjelaskan bahwa niat perilaku seseorang (*behavioral intention*) merupakan factor utama yang mempengaruhi apakah suatu Tindakan akan dilakukan. Sebagian besar pedagang masih mencampurkan keuangan pribadi dengan usaha, sehingga laba usaha sering kali digunakan untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga atau pribadi. Akibatnya modal usaha menjadi tidak stabil, pencatatan keuangan tidak konsisten, dan keberlangsungan usaha rentan terganggu.

a. Sikap terhadap perilaku (*Attitude toward the behavior*)

Sikap ini mengacu pada Tingkat penilaian positif atau negative individu terhadap suatu perilaku. Semakin positif penilaian individu terhadap suatu Tindakan (misalnya mengelola keuangan dengan baik), maka semakin besar kemungkinannya ia memiliki niat untuk melakukannya.

b. Norma subjektif (*Subjective norms*)

Norma subjective merupakan persepsi individu terhadap tekanan sosial dari orang-orang terdekat (keluarga, teman, Masyarakat) yang memengaruhi Keputusan untuk melakukan atau tidak melakukan suatu Tindakan.

c. Kontrol perilaku (*Perceived behavior control*)

Keyakinan individu mengenai kemampuannya untuk mengendalikan atau melakukan suatu perilaku.

2. Manajemen Keuangan

Mulyawan (2015) mendefinisikan “manajen keuangan adalah keseluruhan dan aktivitas yang bersangkutan dengan usaha untuk mendapatkan dana”. Manajemen keuangan atau pengelolaan keuangan adalah segala aktivitas yang berhubungan dengan perolehan, pendanaan, dan pengelolaan aktiva dengan beberapa tujuan menyeluruh (Kasmir, 2015).

3. Literasi Keuangan Digital

Menurut Apriliani (2024) literasi keuangan digital mengacu pada kemampuan seseorang untuk memahami konsep keuangan dasar dan menerapkannya dalam aktivitas sehari-hari. Literasi keuangan digital penting untuk meningkatkan literasi keuangan, karena memungkinkan banyak individu untuk mengakses layanan keuangan yang lebih aman dan terjangkau (Harto, 2023).

4. Media Sosial

Menurut Kottler dan Keller, media sosial adalah media yang digunakan oleh konsumen untuk berbagi teks, gambar, suara, video dan informasi dengan orang lain (Kottler dan Keller, 2016). Peran media sosial akan semakin diakui konsumen dalam mendongkrak kinerja bisnis. Media sosial adalah proses interaksi antara individu dengan menciptakan, membagikan, menukarkan dan memodifikasi ide atau gagasan dalam bentuk komunikasi virtual atau jaringan (Erwin, 2021).

5. Gaya Hidup

Hedonisme Adalah pandangan yang menganggap kesenangan dan kenikmatan materi sebagai tujuan utama dalam hidup. Hedonism adalah sesuatu yang identic dengan hidup nyaman dan hemat apapun konsekuensinya (Iqbal, 2018). Gaya hidup *hedonistic* Adalah gaya hidup yang kegiatannya mencari kesenangan hidup, seperti menghabiskan lebih banyak waktu diluar rumah, lebih banyak bermain, menikmati membeli barang-barang mahal yang mereka sukai dan selalu ingin menjadi pusat perhatian (Doni, 2018).

6. Perilaku Keuangan

Perilaku keuangan merupakan suatu ilmu yang mempelajari bagaimana manusia menyikapi dan bereaksi atas informasi yang ada dalam upaya untuk mengambil Keputusan yang dapat mengoptimalkan Tingkat pengembalian dengan memperhatikan risiko yang melekat di dalamnya (unsur sikap dan Tindakan merupakan factor penentu dalam berinvestasi) (Suriani, 2022).

METODE PENELITIAN

Data Kuantitatif ini ditetapkan sebagai jenis penelitian, dikarenakan penelitian ini berfokus guna memahami pengaruh dari literasi keuangan digital, media sosial, gaya hidup terhadap perilaku keuangan (survei pada pelaku UMKM pedagang di Kelurahan Gemolong, Kecamatan Gemolong, Kabupaten Sragen). Penelitian mempunyai total sample sejumlah 90 responden yakni Para pelaku Pedagang UMKM di Kelurahan Gemolong. Teknik yang digunakan *purposive cluster random sampling* dengan menentukan sample yang diteliti bila data sangat luas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

TABEL VII: HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL LITERASI KEUANGAN

Item Pernyataan	<i>p-value</i>	Kriteria (α)	Keterangan
X1.1	0,000	0,05	Valid
X1.2	0,000	0,05	Valid
X1.3	0,000	0,05	Valid
X1.4	0,004	0,05	Valid
X1.5	0,000	0,05	Valid
X1.6	0,004	0,05	Valid

DIGITAL (X1)

Sumber : data primer diolah 2026

Tabel diatas menunjukkan bahwa untuk item pernyataan X1.1 sampai dengan X1.6 diperoleh nilai signifikansi ($p\text{-value}$) = 0,000 < 0,05 maka semua item pernyataan variabel Literasi keuangan Digital Valid.

TABEL VIII: HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL MEDIA SOSIAL (X2)

Item Pernyataan	<i>p-value</i>	Kriteria (α)	Keterangan
X2.1	0,000	0,05	Valid
X2.2	0,000	0,05	Valid
X2.3	0,000	0,05	Valid
X2.4	0,000	0,05	Valid
X2.5	0,000	0,05	Valid
X2.6	0,000	0,05	Valid

Sumber : data primer diolah 2026

Tabel diatas menunjukkan bahwa untuk item pernyataan X2.1 sampai dengan X2.6 diperoleh nilai signifikansi (ρ -value) = 0,000 < 0,05 maka semua item pernyataan variabel Media Sosial valid.

TABEL IX: HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL GAYA HIDUP (X3)

Item Pernyataan	ρ -value	Kriteria (α)	Keterangan
X3.1	0,000	0,05	Valid
X3.2	0,000	0,05	Valid
X3.3	0,000	0,05	Valid
X3.4	0,000	0,05	Valid
X3.5	0,000	0,05	Valid

Sumber : data primer diolah 2026

Tabel diatas menunjukkan bahwa untuk item pernyataan X3.1 sampai dengan X3.5 diperoleh nilai signifikansi (ρ -value) < 0,05 maka semua item pernyataan variabel Gaya Hidup adalah valid.

TABEL X: HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL PERILAKU KEUANGAN (Y)

Item Pernyataan	ρ -value	Kriteria (α)	Keterangan
Y.1	0,000	0,05	Valid
Y.2	0,000	0,05	Valid
Y.3	0,000	0,05	Valid
Y.4	0,001	0,05	Valid
Y.5	0,000	0,05	Valid
Y.6	0,001	0,05	Valid

Sumber : data primer diolah 2026

Tabel diatas menunjukkan bahwa untuk item pernyataan Y.1 sampai dengan Y.6 diperoleh nilai signifikansi (ρ -value) = 0,000 < 0,05 maka semua item pernyataan variabel Perilaku Keuangan adalah valid.

2. Uji Realibilitas

TABEL XI: HASIL VARIABEL LITERASI KEUANGAN DIGITAL (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.708	6

Sumber : data primer diolah 2026

Tabel diatas diperoleh nilai *cronbach alpha* untuk variabel Literasi keuangan Digital (X1) sebesar 0,708 > 0,60 maka semua item pernyataan Literasi keuangan Digital (X1) reliable.

TABEL XII: HASIL UJI RELIABILITAS VARIABEL MEDIA SOSIAL (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.811	6

Sumber : data primer diolah 2026

Tabel diatas diperoleh nilai *cronbach alpha* untuk variabel Media Sosial (X2) sebesar 0,811 > 0,60 maka semua item pernyataan variabel Media Sosial (X2) reliable.

TABEL XIII: HASIL UJI RELIABILITAS GAYA HIDUP (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.800	5

Sumber : data primer diolah 2026

Tabel diatas diperoleh nilai *cronbach alpha* untuk variabel Gaya Hidup (X3) sebesar 0,800 > 0,60 maka item item pernyataan variabel Gaya Hidup (X3) reliable.

TABEL XIV: HASIL VARIABEL PERILAKU KEUANGAN (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.726	6

Sumber : data primer

diolah 2026

Tabel diatas diperoleh nilai *cronbach alpha* untuk variabel Perilaku Keuangan (Y) sebesar 0,726 > 0,60 maka semua item pernyataan variabel Perilaku Keuangan (Y) reliable.

B. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinearitas

TABEL XV: HASIL UJI MULTIKOLINEARITAS

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Literasi Keuangan Digital	0,596	1,679
	Media Sosial	0,276	3,629
	Gaya Hidup	0,262	3,820

a. Dependent Variable: Perilaku Keuangan

Sumber : data primer diolah 2026

Hasil menunjukan nilai tolerance variabel X1 (Literasi Keuangan Digital = 0,596, X2 (Media Sosial) = 0,276 dan X3 (Gaya Hidup) = 0,262 > 0,10 dan nilai VIF variabel X1 (Literasi Keuangan Digital) = 1,679, X2 (Media Sosial) = 3,629 dan X3 (Gaya Hidup) = 3,820 < 10. Hal ini menunjukkan tidak terjadi multikolinearitas atau model regresi tersebut lolos uji multikolinearitas.

2. Uji Heteroskedastisitas

TABEL XVI: HASIL UJI HETEROSKEDASTISITAS

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.994	0.701		2.845	0.006
Literasi Keuangan Digital	-0.002	0.034	-0.009	-0.064	0.949
Media Sosial	-0.089	0.046	-0.382	-1.914	0.059
Gaya Hidup	0.052	0.053	0.201	0.984	0.328

a. Dependent Variable: AbsUn

Sumber : data primer diolah 2026

Hasil menunjukkan p-value (signifikansi) dari variabel X1 (Literasi Keuangan Digital) = 0,949, X2 (Media Sosial) = 0,059 dan X3 (Gaya Hidup) = 0,328 > 0,05, ini berarti tidak terjadi Heteroskedastisitas (lolos uji heteroskedastisitas).

3. Uji Normalitas

TABEL XVII: HASIL UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	1.06349165
Most Extreme Differences	Absolute	0.048
	Positive	0.046
	Negative	-0.048
Test Statistic		0.048
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.200 ^d

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : data primer diolah 2026

Besarnya nilai uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov dengan nilai *p-value* (signifikansi) *Asymp. Sig. (2-tailed)* = 0,200 > 0,05 artinya bahwa residual berdistribusi normal (lolos uji normalitas).

4. Uji Autokorelasi

Runs Test
Unstandardized Residual

Test Value ^a	-0.05090	TABEL
Cases < Test Value	45	XVIII:
Cases >= Test Value	45	HASIL UJI
Total Cases	90	
Number of Runs	43	
Z	-0.636	
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.525	
a. Median		

AUTOKORELASI

Sumber : data primer diolah 2026

Hasil menunjukkan p -value (signifikansi) *Asymp. Sig. (2-tailed)* = 0,525 > 0,05 hal ini berarti tidak terjadi autokorelasi (bebas autokorelasi).

C. Analisis Data

1. Analisis Regresi Linear Berganda

TABEL XIX: HASIL ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	1.489	1.180		1.262	0.210
Literasi keuangan Digital	0.375	0.056	0.386	6.644	0.000
Media Sosial	0.416	0.078	0.457	5.352	0.000
Gaya Hidup	0.185	0.090	0.181	2.066	0.042

a. Dependent Variable: Perilaku Keuangan

Sumber : data primer diolah 2026

Tabel di atas diperoleh Persamaan Regresi :

$$Y = 1,489 + 0,375 X_1 + 0,416 X_2 + 0,185 X_3 + e$$

Interpretasi dari persamaan regresi di atas adalah :

a= 1,489 (positif)

artinya jika variabel X1 (Literasi keuangan Digital, X2 (Media Sosial) dan X3 (Gaya Hidup) konstan maka Y (Perilaku Keuangan) adalah positif.

b1= 0,375 Literasi keuangan Digital berpengaruh positif terhadap Perilaku Keuangan artinya: jika Literasi keuangan Digital meningkat maka Y (Perilaku Keuangan) akan meningkat, dengan asumsi variabel X2 (Media Sosial) dan X3 (Gaya Hidup) konstan atau tetap.

b2= 0,416 Media Sosial berpengaruh positif terhadap Perilaku Keuangan artinya: jika Media Sosial meningkat maka Y (Perilaku Keuangan) akan meningkat, dengan asumsi variabel X1 (Literasi keuangan Digital) dan X3 (Gaya Hidup) konstan atau tetap.

b3= 0,185 Gaya Hidup berpengaruh positif terhadap Perilaku Keuangan artinya: jika Gaya Hidup meningkat maka Y (Perilaku Keuangan) akan meningkat, dengan asumsi variabel X1 (Literasi keuangan Digital) dan X2 (Media Sosial) konstan atau tetap.

2. UJI –t

TABEL XX: HASIL UJI-t

Coefficients ^a	
---------------------------	--

Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Media Sosial, Gaya Hidup terhadap Perilaku Keuangan (Survei Pada Pelaku UMKM Pedagang di Kelurahan Gemolong, Kecamatan Gemolong, Kabupaten Sragen)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.489	1.180		1.262	0.210
Literasi keuangan Digital	0.375	0.056	0.386	6.644	0.000
Media Sosial	0.416	0.078	0.457	5.352	0.000
Gaya Hidup	0.185	0.090	0.181	2.066	0.042

a. Dependent Variable: Perilaku Keuangan

Sumber : data primer diolah 2026

a. UJI –t Variabel X1 (LITERASI KEUANGAN DIGITAL)

Diperoleh nilai ρ -value (signifikansi) = 0,000 < 0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima artinya Literasi keuangan Digital berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Keuangan

Kesimpulan: H1 yang menyatakan bahwa Literasi keuangan Digital berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Keuangan Pada pada Pelaku UMKM Pedagang di Kelurahan Gemolong, Kecamatan Gemolong, Kabupaten Sragen terbukti kebenarannya.

b. UJI –t Variabel X2 (MEDIA SOSIAL)

Diperoleh nilai ρ -value (signifikansi) = 0,000 < 0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima artinya Media Sosial berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Keuangan. Kesimpulan: H2 yang menyatakan bahwa Media Sosial berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Keuangan pada Pelaku UMKM Pedagang di Kelurahan Gemolong, Kecamatan Gemolong, Kabupaten Sragen terbukti kebenarannya.

c. UJI –t Variabel X3 (GAYA HIDUP)

Diperoleh nilai ρ -value (signifikansi) = 0,042 < 0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima artinya Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Keuangan. Kesimpulan: H3 yang menyatakan bahwa Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Keuangan pada Pelaku UMKM Pedagang di Kelurahan Gemolong, Kecamatan Gemolong, Kabupaten Sragen terbukti kebenarannya.

3. UJI KETEPATAN MODEL (UJI F)

TABEL XXI: HASIL UJI F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	482.229	3	160.743	137.332	0.000 ^b
	Residual	100.660	86	1.170		
	Total	582.889	89			

a. Dependent Variable: Perilaku Keuangan

b. Predictors: (Constant), Literasi keuangan Digital, Media Sosial, Gaya Hidup

Sumber : data primer diolah 2026

Hasil perhitungan tabel ANOVA menunjukkan bahwa model regresi ini memiliki nilai F hitung 137,332 dengan nilai signifikansi (*p. value*) sebesar 0,000 < 0,05. Maka Ho ditolak dan Ha diterima, artinya model regresi tepat dalam memprediksi pengaruh variabel bebas yaitu variabel X1 (Literasi keuangan Digital), X2 (Media Sosial) dan X3 (Gaya Hidup) terhadap variabel terikat Perilaku Keuangan (Y).

4. Uji Koefisien Determinasi ((R²))

TABEL XXII: HASIL UJI KOEFISIEN DETERMINASI (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.910 ^a	0.827	0.821	1.082
a. Predictors: (Constant), Literasi keuangan Digital, Media Sosial, Gaya Hidup				
b. Dependent Variable: Perilaku Keuangan				

Sumber : data primer diolah 2026

Hasil menunjukkan bahwa koefisien determinasi (*adjusted R²*) untuk model ini adalah sebesar 0,821, artinya besarnya sumbangan pengaruh independen X1 (Literasi Keuangan Digital), X2 (Media Sosial) dan X3 (Gaya Hidup) terhadap variabel dependen Perilaku Keuangan (Y) sebesar 82,1%. Sisanya (100% - 82,1%) = 17,9 % diterangkan oleh variabel lain diluar model misalnya pendapatan usaha, pengaruh sosial, edukasi keaungan, pengendalian diri.

KESIMPULAN DAN SARAN

a. Kesimpulan

1. Literasi keuangan Digital berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan pada pelaku pedagang UMKM di Kleurahan Gemolong, Kecamatan Gemolong, Kabupaten Sragen.
2. Media Sosial berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan pada pelaku pedagang UMKM di Kleurahan Gemolong, Kecamatan Gemolong, Kabupaten Sragen.
3. Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan pada pelaku pedagang UMKM di Kleurahan Gemolong, Kecamatan Gemolong, Kabupaten Sragen.

b. Saran

1. Bagi Objek Penelitian : Hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh penulis diharapkan mampu mengikuti perkembangan dunia digital dengan memanfaatkan teknologi untuk mencatat dan mengelola keuangan usaha secara tertib. Selain itu, penggunaan media sosial sebaiknya dilakukan secara bijak untuk mendukung kegiatan usaha tanpa mendorong pengeluaran yang tidak perlu, serta disertai dengan penerapan gaya hidup sederhana agar kondisi keuangan tetap terjaga dan usaha berjalan berjalan lebih stabil.
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan menambah variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini serta menggunakan populasi Pelaku Pedagang UMKM di Kelurahan Gemolong, Kecamatan Gemolong, Kabupaten Sragen.

DAFTAR REFERENSI

- Abubakar, L., & Handayani, T. (2022). *Penguatan regulasi : Upaya Percepatan transformasi digital perbankan di era ekonomi digital.*
- Abubakar, L., Handayani, T., Ir Soekarno km, J., & Sumedang, J. (2022). Digital Perbankan Di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Masalah-Masalah Hukum*
- Ali, A., & Asyik, Y. (2023). Pengukuran Gaya Hidup Konsumen Berdasarkan Aktivitas, Minat, Dan Opini. *Jurnal Pemasaran.*
- Alysa, A., Muthia, F., & Andriana, I. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Digital terhadap Perilaku Menabung dan Perilaku Berbelanja pada Generasi Z. *Al-Kharaj :*

- Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(3), 2811–2823.
- Apriliani, R. (2018). Literasi Keuangan Berbasis Teknologi Digital.
- Asrun, N. A., & Gunawan, A. (2024). Pengaruh Gaya Hidup dan Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kota Medan dengan Literasi Keuangan sebagai Media Intervening. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Keuangan*, 5(1), 173–186.
- Ayuga Luni Amita Sari, & Sawidji Widodoatmodjo. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Dan Locus of Control Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Di Jakarta. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 05(02), 549–558.
- Deccasari, Dwi Danesty. (2023). *Inspirasi Ekonomi : Jurnal Ekonomi Manajemen Inspirasi Ekonomi : Jurnal Ekonomi Manajemen*. 5(3), 216–223.
- Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., Carlson, J., Filieri, R., Jacobson, J., Jain, V., Karjaluoto, H., Kefi, H., Krishen, A. S., Kumar, V., Rahman, M. M., Raman, R., Rauschnabel, P. A., Rowley, J., Salo, J., Tran, G. A., & Wang, Y. (2021). Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions. *International Journal of Information Management*, 59(June 2020),
- Galih Wisnu Pratama, Sri Dwi Ari Ambarwati, & Agus Soekarno. (2023). Analysis Of The Influence Of Financial Literature, Lifestyle, Emotional Intelligence, And Financial Technology Development On The Financial Behavior Of Yogyakarta's Millenials Generation During The Covid-19 Pandemic. *Jurnal Riset Ekonomi Manajemen (REKOMEN)*, 6(1), 49–66.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* (Edisi Sembilan). Universitas Diponegoro.
- Istikhoroh, S., Suwarno, Y. F. G., Irnanda, Z. R., Rizki, R. A. A., Rahmawati, D., & Ameliaratri, R. (2023). *Digital Marketing: Tinjauan Konseptual*. MEGA PRESS NUSANTARA.
- Kasmir. (2015). *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta.
- Kenale Sada, Y. M. V. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa. *Jurnal Literasi Akuntansi*, 2(2), 86–99.
- Khan, M. S., & Ahmad, Z. (2022). The effects of financial literacy and social media on financial behaviour. *Mixed Methods Perspectives on Communication and Social Media Research*, July 2022, 144–164.
- Kotler, P., & Keller, K.L.. (2016). *Marketing Management* (Edisi 15)
- Marheni, N. K. L., & Herawati, N. T. (2022). Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Gaya Hidup, Media Sosial dan Kecerdasan Emosional terhadap Perilaku Keuangan (Studi pada Tenaga Kesehatan yang Menangani Covid-19 di Buleleng). *Vokasi : Jurnal Riset Akuntansi*, 10(02), 128–137.
- Natasha, J. N., Hafidzi, A. H., & Setianingsih, W. E. (2025). Pengaruh Financial Literacy, Financial Technology dan Lifestyle terhadap Perilaku Keuangan. *Jurnal Simki Economic*, 8(1), 278–288.
- Nindhya, W. A., & Widajantie, T. D. (2024). The Influence of Financial Literacy, Financial Technology, and Digital Marketing on Increasing MSME Income in The City of Surabaya. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(4), 7867–7875.
- Novi Algi Alviani, & Munawaroh Munawaroh. (2025). Transformasi Digital pada UMKM dalam Meningkatkan Daya Saing Pasar. *MASMAN Master Manajemen*,

- 3(1), 134–140
- Nurdiansyah, A. I. (2025). *PESANTREN DARUL MUTTAQIN JOMBANG THE INFLUENCE OF FINANCIAL LITERACY , LIFESTYLE AND PARENTAL INCOME ON THE FINANCIAL MANAGEMENT BEHAVIOR OF STUDENTS OF*. 23(1), 1–10.
- Parung, V. S., Pagiu, C., & Rambulangi, A. C. (2024). Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Gaya Hidup, Media Sosial, dan Kecerdasan Emosional Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi UKI Toraja. *Journal of Tax and Business*, 5(1), 143–152.
- Pratitrasari, K. R., & Yuhertiana, I. (2024). *Pengaruh Digital Financial Literacy Terhadap Perilaku Keuangan Masyarakat Kota Gresik*. 5(11), 4529–4543.
- Putri, N., Nurwati, S., & Mahrita, A. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Hedonisme, dan Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Pribadi Wanita Bekerja di Kota Palangka Raya. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 10(1), 86–95.
- Ria Estiana, Nurul Giswi Karomah, T. S. (2022). *Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi Pada UMKM* (Edisi Pert). Yogyakarta.
- Saputri, N. D. M., Santati, P., & Putri, M. A. (2024). Era Digitalisasi Ekonomi: Influencer, Literasi Keuangan, Self-control dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Investasi. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 8(3), 325–341.
- Segumpan, R. G., & Zahari, J. S. A. (2022). *Mixed Methods Perspectives on Communication and Social Media Research*.
- Sijal, M., Awaluddin, M., Alifurahman, A., & Mutmainna, D. (2023). Pengetahuan Keuangan, Sikap Keuangan dan Perilaku Keuangan Kelompok Wirausaha Hasil Laut di Pulau Barrang Lompo. *Study of Scientific and Behavioral Management (SSBM)*, 4(2), 23–35.
- Sijal, M., Awaluddin, M., Alifurahman, A., & Mutmainna, D. (2023). Pengetahuan Keuangan, Sikap Keuangan dan Perilaku Keuangan Kelompok Wirausaha Hasil Laut di Pulau Barrang Lompo. *Study of Scientific and Behavioral Management (SSBM)*, 4(2), 23–35.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabet: Bandung.
- Surachman, A. E., Zuhra, S., Tarmizi, R., Anantadjaya, S. P. D., Nagari, A., Pekerti, R. D., Yuliasuti, H., Languyu, N. Y., Devila, R., & Annas, M. (2024). *Manajemen Keuangan Di Era Digital*. Sada Kurnia Pustaka.
- Suriani, S. (2022). *Perilaku Keuangan Dalam Pengambilan Keputusan Investasi*. Jakarta.
- Tambunan, T. T. H. (2019). The impact of the economic crisis on micro, small, and medium enterprises and their crisis mitigation measures in Southeast Asia with reference to Indonesia.
- Tambunan, T. T. H. (2019). *UMKM di indonesia: Perkembangan, Kendala, dan Tantangan*. Prenada Media.
- Taolin, M. L., Manane, D. R., & Bene, E. Y. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Intervening. *Inspirasi Ekonomi : Jurnal Ekonomi Manajemen*, 6(4), 350–360.
- Umar, I. B., Ma, S., & Ferika, S. (2025). *The influence of social media , digital payment usage , financial knowledge , parental income , and locus of control on students ' financial behavior : A case study of students from the faculty of economics and*

Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Media Sosial, Gaya Hidup terhadap Perilaku Keuangan (Survei Pada Pelaku UMKM Pedagang di Kelurahan Gemolong, Kecamatan Gemolong, Kabupaten Sragen)

business, Jenderal Soedirman University. 2022.

Wardani, D. K., Primastiwi, A., & Helisastri, R. (2022). the Effect of Social Media Use on Students Financial Management Behavior With Self Control As a Moderating Variable. *Jurnal Ilmu Manajemen Profitability*, 6(1), 139–144.

Widiana, I. N. W., Anggara, F. S. A., Purnamasari, S., Nugraha, J. P., Ardianto, R., Harto, B., Nuraeni, Sulistiyo, H., Elsa, Suartini, S., B, S., & Dasman, S. (2023). Keuangan bisnis digital. In *Pt Global Eksekutif Teknologi* (Issue March).