

PENGARUH PENDAPATAN TIKTOK AFFILIATE TERHADAP PENGELOLAAN ANGGARAN KEUANGAN PRIBADI MAHASISWA DENGAN LITERASI KEUANGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

*The Effect of TikTok Affiliate Income on Personal Financial Budget Management Among
Students with Financial Literacy as a Mediating Variable*

**Nadila. S¹⁾, Basri Basir²⁾, Wahyuni³⁾
Universitas Muhammadiyah Makassar**

Email: nadila.s@gmail.com¹⁾, basribasir@unismuh.ac.id²⁾, wahyuni@unismuh.ac.id³⁾
Jl. Urip Sumoharjo No.km.5, Panaikang, Kec. Panakkukang, Kota Makassar,
Sulawesi Selatan 90231

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pendapatan TikTok Affiliate terhadap pengelolaan anggaran keuangan pribadi mahasiswa dengan literasi keuangan sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei yang melibatkan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2022 yang mengikuti program TikTok Affiliate. Data dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur dan dianalisis menggunakan regresi linear serta uji Sobel dengan bantuan SPSS versi 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan TikTok Affiliate berpengaruh positif dan signifikan terhadap literasi keuangan serta pengelolaan anggaran keuangan pribadi mahasiswa. Mahasiswa yang memiliki pendapatan digital yang lebih tinggi cenderung memiliki tingkat pemahaman keuangan yang lebih baik serta kemampuan yang lebih optimal dalam mengelola keuangan pribadinya. Selain itu, literasi keuangan juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi serta mampu memediasi hubungan antara pendapatan TikTok Affiliate dan pengelolaan anggaran keuangan. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan pendapatan digital mahasiswa perlu diimbangi dengan literasi keuangan yang memadai agar pengelolaan keuangan dapat dilakukan secara efektif dan tidak bersifat konsumtif. Oleh karena itu, institusi pendidikan diharapkan dapat meningkatkan edukasi literasi keuangan guna mendukung mahasiswa dalam mengelola pendapatan secara bijak dan bertanggung jawab.

Kata Kunci: Penghasilan Afiliasi TikTok, Literasi Keuangan, Manajemen Anggaran Keuangan Pribadi Mahasiswa

Abstract

This study aims to analyze the effect of TikTok Affiliate income on students' personal financial budget management, with financial literacy acting as a mediating variable. The research applies a quantitative approach using a survey method involving students from the Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Makassar, class of 2022, who participate in the TikTok Affiliate program. Data were collected through structured questionnaires and analyzed using linear regression and the Sobel test with the assistance of SPSS version 27. The findings reveal that TikTok Affiliate income has a positive and significant effect on financial literacy and personal financial budget management. Students with higher digital income tend to have better financial understanding and improved ability to manage their personal finances. In addition, financial literacy has a strong positive influence on financial management behavior and is proven to mediate the relationship between TikTok Affiliate income and personal financial budget management. This indicates that financial literacy plays an important role in strengthening the impact of income on financial decision-making. These results suggest that increasing students' digital income should be accompanied by adequate financial literacy to achieve optimal financial management. Therefore, educational institutions are expected to enhance financial literacy programs to support students in managing their income more effectively and responsibly.

Keywords: *TikTok Affiliate Income, Financial Literacy, Student Personal Financial Budget Management*

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi digital yang pesat telah mengubah lanskap ekonomi global secara signifikan, menciptakan peluang baru untuk menghasilkan pendapatan melalui platform daring. Salah satu perkembangan yang paling mencolok dalam ekonomi digital adalah munculnya sistem monetisasi berbasis media sosial, khususnya melalui platform seperti TikTok. Dalam beberapa tahun terakhir, TikTok telah berkembang melampaui sekadar aplikasi hiburan menjadi pasar digital dinamis yang memungkinkan pengguna menghasilkan pendapatan melalui berbagai fitur, termasuk program *TikTok Affiliate*. Program ini merepresentasikan sistem pemasaran berbasis komisi yang memungkinkan individu untuk mempromosikan produk melalui konten video pendek dan memperoleh penghasilan dari transaksi sukses yang dihasilkan melalui tautan afiliasi mereka (Suryanatha, 2023; Musyiquddin & Insiyah, 2025). Aksesibilitas dan sifat sistem yang ramah pengguna telah berkontribusi pada popularitasnya yang kian meningkat, terutama di kalangan mahasiswa. Meningkatnya adopsi *TikTok Affiliate* di kalangan mahasiswa mencerminkan pergeseran yang lebih luas tentang bagaimana kaum muda terlibat dalam aktivitas ekonomi di era digital. Mahasiswa tidak lagi hanya menjadi konsumen pasif konten digital, tetapi telah menjadi partisipan aktif dalam ekonomi digital. Menurut Musyiquddin dan Insiyah (2025), lonjakan penggunaan TikTok telah mendorong banyak individu untuk mengeksplorasi pemasaran afiliasi sebagai sumber pendapatan tambahan. Selain itu, bukti anekdot dari kreator TikTok seperti Nonaayu2 menunjukkan bahwa platform ini tidak hanya memberikan peluang finansial tetapi juga menumbuhkan kreativitas melalui produksi konten.

Sebagai hasilnya, *TikTok Affiliate* telah muncul sebagai sumber pendapatan alternatif yang menarik bagi mahasiswa, terutama di negara berkembang di mana akses ke peluang kerja tradisional mungkin terbatas. Terlepas dari peluang-peluang ini, bukti-bukti yang muncul menunjukkan bahwa banyak mahasiswa menghadapi tantangan dalam mengelola pendapatan yang dihasilkan dari platform digital tersebut. Sebuah fenomena yang sering berulang menunjukkan bahwa mahasiswa sering kali menghabiskan pendapatan afiliasi mereka untuk pembelian konsumtif di platform yang sama, alih-alih mengalokasikannya untuk tabungan atau aktivitas keuangan produktif. Pola ini menyoroti isu kritis dalam manajemen keuangan pribadi, di mana peningkatan pendapatan tidak serta-merta berbanding lurus dengan peningkatan kesejahteraan finansial. Observasi dari akun media sosial seperti adziaaa lebih lanjut mengungkapkan bahwa banyak kreator afiliasi cenderung sering menarik pendapatan dalam jumlah kecil, yang mengindikasikan kurangnya perencanaan keuangan jangka panjang. Perilaku ini mempertegas pentingnya literasi keuangan dalam membimbing individu menuju pengambilan keputusan keuangan yang lebih efektif. Literasi keuangan memainkan peran krusial dalam membentuk kemampuan individu untuk mengelola pendapatan, mengendalikan pengeluaran, dan merencanakan kebutuhan keuangan di masa depan. Namun, studi menunjukkan bahwa banyak mahasiswa masih kesulitan dengan keterampilan dasar manajemen keuangan.

Nastiti, Indriasari, dan Utami (2025) menemukan bahwa mahasiswa sering mengalami kesulitan dalam menyeimbangkan pendapatan dan pengeluaran, membedakan antara kebutuhan dan keinginan, serta menjaga disiplin keuangan yang konsisten. Masalah ini diperparah oleh kemandirian finansial baru yang dialami mahasiswa, yang meskipun memberikan peluang untuk belajar, juga mengekspos mereka pada potensi salah kelola keuangan. Tanpa literasi keuangan yang memadai, mahasiswa lebih cenderung terjebak dalam pengeluaran impulsif dan membuat keputusan keuangan yang suboptimal. Selain literasi keuangan, persepsi keuangan merupakan faktor penting lainnya yang memengaruhi perilaku keuangan. Persepsi keuangan mengacu pada bagaimana individu menafsirkan dan mengevaluasi kondisi keuangan mereka, yang selanjutnya memengaruhi keputusan keuangan mereka. Yanti dan Suci (2023) berpendapat bahwa persepsi keuangan dibentuk oleh pengetahuan keuangan, sikap terhadap uang, dan pengalaman masa lalu. Persepsi keuangan yang positif dapat memotivasi mahasiswa untuk menyusun anggaran secara efektif dan mempertimbangkan peluang investasi, sementara persepsi negatif dapat menyebabkan kecemasan finansial dan pengambilan keputusan yang buruk (Wahyuni, 2023). Oleh karena itu, memahami persepsi keuangan sangat penting dalam menganalisis bagaimana mahasiswa mengelola pendapatan mereka, khususnya dalam konteks pendapatan digital dari platform seperti *TikTok Affiliate*.

Hubungan antara pendapatan digital dan perilaku keuangan juga dapat dijelaskan melalui kerangka teori yang sudah mapan. *Technology Acceptance Model* (TAM) memberikan wawasan tentang mengapa mahasiswa mengadopsi *TikTok Affiliate* sebagai sumber pendapatan. Menurut Permana (2018), adopsi teknologi dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kebermanfaatannya. *TikTok Affiliate* dianggap mudah digunakan karena

integrasinya yang mulus dengan konten video berdurasi pendek, sementara kebermanfaatannya terlihat dari potensinya untuk menghasilkan pendapatan tanpa memerlukan modal awal yang besar. Faktor-faktor ini berkontribusi pada penerimaan platform secara luas di kalangan mahasiswa. Lebih lanjut, *Theory of Planned Behavior* (TPB) menawarkan kerangka kerja untuk memahami bagaimana mahasiswa mengelola pendapatan mereka. TPB menyatakan bahwa perilaku dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku (Hasna, 2024). Dalam konteks manajemen keuangan, faktor-faktor ini menentukan apakah mahasiswa mengadopsi praktik keuangan yang bertanggung jawab atau terlibat dalam perilaku konsumtif. Sri Darmawati (2023) menekankan bahwa perilaku konsumtif yang tidak terkendali dapat menghambat manajemen keuangan yang efektif, sehingga memperkuat relevansi TPB dalam memprediksi keputusan keuangan mahasiswa.

Meskipun studi sebelumnya telah mengeksplorasi literasi keuangan dan perilaku keuangan mahasiswa, penelitian yang secara spesifik mengkaji pendapatan yang berasal dari *TikTok Affiliate* dan dampaknya terhadap manajemen keuangan pribadi masih terbatas. Sebagian besar studi yang ada berfokus pada sumber pendapatan konvensional, seperti uang saku dari orang tua, sehingga menyisakan celah dalam memahami implikasi dari arus pendapatan digital. Selain itu, peran literasi keuangan sebagai variabel mediasi dalam hubungan ini masih kurang dieksplorasi. Celah ini menyoroti perlunya investigasi lebih lanjut tentang bagaimana pendapatan digital memengaruhi perilaku keuangan dan bagaimana literasi keuangan dapat meningkatkan kemampuan mahasiswa untuk mengelola pendapatan tersebut secara efektif. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah tersebut dengan menguji pengaruh pendapatan *TikTok Affiliate* terhadap manajemen keuangan pribadi mahasiswa, dengan literasi keuangan sebagai variabel mediasi. Penelitian ini berfokus pada mahasiswa angkatan 2022 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Konteks ini memberikan peluang unik untuk menilai apakah pengetahuan akademik mahasiswa dalam bidang ekonomi tercermin dalam praktik keuangan mereka, khususnya dalam mengelola pendapatan digital.

Sebagai simpulan, kebangkitan *TikTok Affiliate* mewakili pergeseran signifikan dalam aktivitas ekonomi mahasiswa di era digital. Meskipun menawarkan peluang yang menjanjikan untuk menghasilkan pendapatan, hal ini juga menghadirkan tantangan terkait manajemen keuangan. Pengelolaan pendapatan digital yang efektif tidak hanya membutuhkan akses ke sumber daya keuangan, tetapi juga literasi keuangan yang memadai dan persepsi keuangan yang positif. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya memberikan kontribusi pada literatur yang ada dengan memberikan pemahaman komprehensif tentang hubungan antara pendapatan *TikTok Affiliate*, literasi keuangan, dan manajemen keuangan pribadi di kalangan mahasiswa.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif kausal untuk menguji pengaruh pendapatan *TikTok Affiliate* terhadap pengelolaan anggaran keuangan pribadi mahasiswa dengan literasi keuangan sebagai variabel mediasi. Penelitian dilaksanakan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar pada Desember 2025–Januari 2026. Populasi penelitian adalah seluruh mahasiswa angkatan 2022 sebanyak 660 orang, dengan sampel sebanyak 87 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin dan teknik simple random sampling.

Data yang digunakan merupakan data kuantitatif yang bersumber dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui survei kuesioner online berbasis Google Form yang disebar kepada responden, sedangkan data sekunder diperoleh dari literatur ilmiah yang relevan. Instrumen penelitian disusun menggunakan skala Likert lima poin untuk mengukur pendapatan *TikTok Affiliate*, literasi keuangan, dan pengelolaan anggaran keuangan pribadi mahasiswa.

Analisis data dilakukan menggunakan IBM SPSS versi 27. Tahapan analisis meliputi uji validitas dan reliabilitas instrumen, uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas), serta analisis regresi linear dengan model mediasi. Pengujian efek mediasi dilakukan menggunakan pendekatan causal step dan uji Sobel. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2) dengan tingkat signifikansi 5%.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 1
Hasil Analisis Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pendapatan TikTok Affiliate	87	11,00	30,00	21,5747	5,10957
Literasi Keuangan	87	12,00	30,00	23,1034	4,58520
Pengelolaan Anggaran Keuangan Pribadi Mahasiswa	87	15,00	40,00	29,6667	6,50343
Valid N	87				

Sumber: Hasil Olah Data SPSS Versi 27

Hasil menunjukkan bahwa dari 87 responden, pendapatan TikTok Affiliate tergolong tinggi dan relatif homogen. Literasi keuangan berada pada kategori baik dan konsisten, sedangkan pengelolaan keuangan pribadi juga tergolong baik namun dengan variasi lebih besar.

2. Uji Validitas

Tabel 2
Hasil Pengujian Validitas

Variabel	Item	r tabel	r hitung	Sig.	Keterangan
X	X1	0,213	0,861	0,000	Valid
	X2	0,213	0,832	0,000	Valid
	X3	0,213	0,838	0,000	Valid
	X4	0,213	0,816	0,000	Valid
	X5	0,213	0,832	0,000	Valid
	X6	0,213	0,847	0,000	Valid
M	M1	0,213	0,840	0,000	Valid
	M2	0,213	0,878	0,000	Valid
	M3	0,213	0,727	0,000	Valid
	M4	0,213	0,824	0,000	Valid
	M5	0,213	0,760	0,000	Valid
	M6	0,213	0,857	0,000	Valid
Y	Y1	0,213	0,759	0,000	Valid
	Y2	0,213	0,814	0,000	Valid
	Y3	0,213	0,769	0,000	Valid
	Y4	0,213	0,852	0,000	Valid
	Y5	0,213	0,776	0,000	Valid
	Y6	0,213	0,790	0,000	Valid
	Y7	0,213	0,802	0,000	Valid
	Y8	0,213	0,812	0,000	Valid

Sumber: Hasil olah data SPSS versi 27, 2026.

Seluruh item pada variabel X, M, dan Y dinyatakan valid karena nilai r-hitung > r-tabel (0,213) dan signifikan < 0,05.

3. Uji Reliabilitas

Tabel 3
Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Alpha (a)	Keterangan
Pendapatan <i>TikTok</i> <i>Affiliate</i>	0,915	6	0,60	Reliabel
Literasi Keuangan	0,899	6	0,60	Reliabel
Pengelolaan Anggaran Keuangan Pribadi Mahasiswa	0,918	8	0,60	Reliabel

Sumber: Hasil olah data SPSS versi 27, 2026.

Seluruh variabel reliabel dengan Cronbach's Alpha > 0,60, menunjukkan konsistensi internal yang tinggi dan instrumen layak digunakan.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

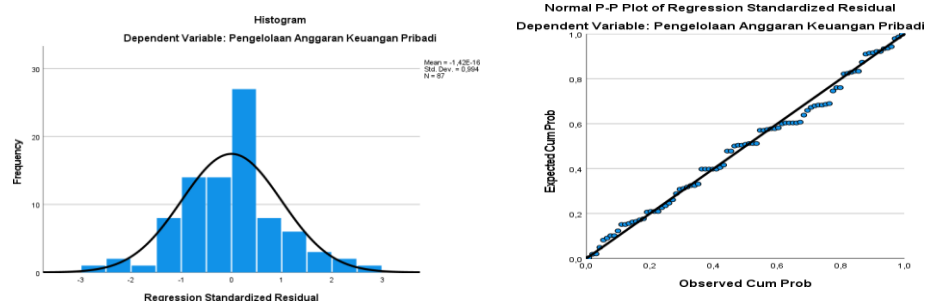
Tabel 4
Hasil Uji Normalitas

Regresi	Asymp.sig	Standar	Keterangan
Regresi Model 1	0,200	0,05	Berdistribusi Normal
Regresi Model 2	0,200	0,05	Berdistribusi Normal
Regresi Model 3	0,087	0,05	Berdistribusi Normal
Regresi Model 4	0,200	0,05	Berdistribusi Normal

Sumber: Data diolah SPSS 27, (2026)

Semua model memiliki nilai signifikansi > 0,05, sehingga data berdistribusi normal.

1) Grafik Uji Histogram dan Uji PP Plot



Gambar 2 Grafik Regresi Model 1 (X-Y)

Seluruh grafik menunjukkan distribusi residual normal (mengikuti garis diagonal dan berbentuk kurva lonceng).

b. Uji Multikolinearitas

Tabel 5
Hasil Uji Multikolinearitas

Model Regresi	Variabel Independen	Collinearity Statistic	
		Tolerance	VIF
Regresi Model 2	Pendapatan <i>TikTok</i> <i>Affiliate</i>	0,499	2,003
	Literasi Keuangan	0,499	2,003

Sumber: Hasil Olah Data SPSS Versi 27, 2026

Nilai tolerance > 0,10 dan VIF < 10, sehingga tidak terjadi multikolinearitas.

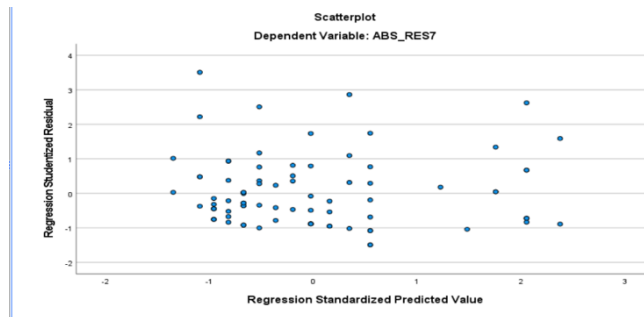
c. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 6
Hasil Uji Heterokedastisitas

Persamaan	Variabel Independen	Sig.	Standar	Keterangan
Persamaan 1	LNx	<0,001	0,05	Terjadi Heteroskedastisitas
Persamaan 2	LNx	<0,001	0,05	Terjadi Heteroskedastisitas
Persamaan 3	LNm	0,529	0,05	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Persamaan 4	LNx	0,027	0,05	Terjadi Heteroskedastisitas
Persamaan 4	LNm	0,205	0,05	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber: Hasil Olah Data SPSS Versi 27, 2026

Masih terdapat heteroskedastisitas pada beberapa persamaan (LNx), namun tidak pada variabel LNm di sebagian model.



Gambar 3 Scatterplot

Secara visual, tidak ditemukan pola tertentu, sehingga model cenderung memenuhi asumsi homoskedastisitas.

5. Analisis Regresi Mediasi (Baron & Kenny)
Persamaan 1 (X → Y)

Tabel 7
Hasil analisis Regresi Persamaan 1

Variabel	(B)
(Constant)	1,194
Pendapatan TikTok Affiliate (LNx)	0,714

Sumber: Hasil Olah Data SPSS Versi 27, 2026

$$LNY = 1,194 + 0,714 LNx$$

Pendapatan berpengaruh positif terhadap pengelolaan keuangan.

Persamaan 2 (X → M)

Tabel 8
Hasil Analisis Regresi Permasaan 2

Variabel	(B)
(Constant)	1,244
Pendapatan TikTok Affiliate (X)- LNx	0,616

Sumber: Hasil Olah Data SPSS Versi 27, 2026

$LNM = 1,244 + 0,616 LNX$
 Pendapatan berpengaruh positif terhadap literasi keuangan.

Persamaan 3 (M → Y)

Tabel 9
Hasil Analisis Regresi Persamaan 3

Variabel	(B)
(Constant)	0,318
Literasi Keuangan (M)- LNM	0,977

Sumber: Hasil Olah Data SPSS Versi 27, 2026

$LNy = 0,318 + 0,977 LNM$
 Literasi keuangan berpengaruh kuat terhadap pengelolaan keuangan.

Persamaan 4 (X, M → Y)

Tabel 10
Hasil Analisis Regresi Persamaan 4

Variabel	(B)
(Constant)	0,226
Pendapatan TikTok Affiliate (LNX)	0,234
Literasi Keuangan (LNM)	0,778

Sumber: Hasil Olah Data SPSS Versi 27, 2026

$LNy = 0,226 + 0,234 LNX + 0,778 LNM$
 Kedua variabel berpengaruh positif secara simultan.

6. Pengujian Hipotesis

a. Uji t

Tabel 11
Hasil Uji Parsial atau uji t

Persamaan	Variabel	T- hitung	Sig.	Standar (α)	Keterangan
Persamaan I	Pendapatan TikTok Affiliate (LNX)	11,488	< 0,001	0,05	Diterima
Persamaan II	Pendapatan TikTok Affiliate (LNX)	9,652	< 0,001	0,05	Diterima
Persamaan III	Literasi Keuangan (LNM)	20,186	< 0,001	0,05	Diterima
Persamaan IV	Pendapatan TikTok Affiliate (LNX)	4,312	< 0,001	0,05	Diterima
	Literasi Keuangan (LNM)	12,200	< 0,001	0,05	Diterima

Sumber: Hasil Olah Data SPSS Versi 27, 2026

Semua hipotesis (H1–H4) diterima. Pendapatan dan literasi keuangan berpengaruh signifikan, serta literasi berperan sebagai mediator.

b. Uji F

Tabel 12
Hasil Uji Simultan Persamaan 4

Model Regresi	df	F-hitung	Sig.	Standar
Persamaan 4	2	255,204	0,001	0,05

Sumber: Hasil Olah Data SPSS Versi 27, 2026

Model signifikan secara simultan (Sig. 0,001 < 0,05).

c. Koefisien Determinasi

Tabel 13
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Persamaan	R Square	Adjusted R Square
Persamaan 1	0,608	0,604
Persamaan 2	0,523	0,517
Persamaan 3	0,827	0,825
Persamaan 4	0,859	0,855

Sumber: Hasil Olah Data SPSS Versi 27, 2026

Model memiliki daya jelas sangat kuat (Adjusted R² hingga 85,5%), dengan literasi keuangan sebagai mediator utama.

d. Uji Sobel

Hasil uji Sobel menunjukkan nilai $Z = 7,53 (>1,96)$, sehingga literasi keuangan terbukti sebagai **mediator parsial** dalam hubungan antara pendapatan TikTok Affiliate dan pengelolaan keuangan.

B. Pembahasan

1. Pengaruh Pendapatan TikTok Affiliate terhadap Pengelolaan Anggaran Keuangan Pribadi Mahasiswa

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan yang diperoleh mahasiswa melalui aktivitas TikTok Affiliate berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan anggaran keuangan pribadi. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan pendapatan digital memberikan kapasitas finansial yang lebih besar bagi mahasiswa untuk mengatur keuangan secara lebih terencana. Mahasiswa dengan tingkat pendapatan yang lebih tinggi cenderung memiliki fleksibilitas dalam mengalokasikan dana, baik untuk kebutuhan konsumsi, tabungan, maupun investasi sederhana. Dengan demikian, pendapatan tidak hanya berfungsi sebagai sumber daya ekonomi, tetapi juga sebagai faktor yang mendorong terbentuknya perilaku keuangan yang lebih rasional. Secara empiris, hasil ini sejalan dengan berbagai penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa tingkat pendapatan memiliki hubungan positif dengan kemampuan pengelolaan keuangan individu. Namun demikian, penting untuk dicatat bahwa pengaruh tersebut tidak hanya bergantung pada jumlah pendapatan, tetapi juga pada bagaimana individu memanfaatkan dan mengelola sumber daya tersebut. Dalam konteks ekonomi digital, pendapatan dari platform seperti TikTok Affiliate bersifat fleksibel dan tidak tetap, sehingga menuntut kemampuan adaptasi dalam pengelolaan keuangan. Secara teoretis, temuan ini dapat dijelaskan melalui Theory of Planned Behavior (TPB), di mana pendapatan mencerminkan perceived behavioral control yang memengaruhi kemampuan individu dalam mengatur perilaku keuangan. Selain itu, Technology Acceptance Model (TAM) juga relevan dalam menjelaskan bahwa adopsi teknologi digital tidak hanya memberikan kemudahan dalam memperoleh pendapatan, tetapi juga mendorong perubahan perilaku ekonomi. Oleh karena itu, semakin optimal pemanfaatan pendapatan digital, semakin baik pula kualitas pengelolaan keuangan mahasiswa.

2. Pengaruh Pendapatan TikTok Affiliate terhadap Literasi Keuangan Mahasiswa

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan TikTok Affiliate berpengaruh positif dan signifikan terhadap literasi keuangan mahasiswa. Hal ini mengindikasikan bahwa pengalaman langsung dalam memperoleh dan mengelola pendapatan digital berkontribusi pada peningkatan pemahaman keuangan. Mahasiswa yang aktif dalam aktivitas ekonomi digital cenderung lebih terpapar pada praktik keuangan nyata, seperti pencatatan pendapatan, pengelolaan arus kas, dan pengambilan keputusan finansial. Pengalaman tersebut secara tidak langsung memperkuat literasi keuangan melalui proses pembelajaran berbasis praktik (learning by doing). Temuan ini memperkuat argumen bahwa literasi keuangan tidak hanya diperoleh melalui pendidikan formal, tetapi juga melalui pengalaman ekonomi yang dialami individu. Dalam konteks ini, pendapatan dari TikTok Affiliate berfungsi sebagai stimulus yang mendorong mahasiswa untuk lebih memahami konsep keuangan secara aplikatif. Mahasiswa yang

memiliki pendapatan sendiri cenderung lebih sadar terhadap pentingnya perencanaan keuangan, pengendalian pengeluaran, serta pengelolaan risiko finansial. Secara teoretis, hasil ini dapat dijelaskan melalui Theory of Planned Behavior (TPB), di mana pengalaman pendapatan membentuk sikap dan persepsi kontrol terhadap perilaku keuangan. Selain itu, dalam perspektif Technology Acceptance Model (TAM), penggunaan platform digital seperti TikTok tidak hanya memberikan manfaat ekonomi, tetapi juga meningkatkan kemampuan pengguna dalam memahami sistem keuangan digital. Dengan demikian, semakin tinggi keterlibatan mahasiswa dalam aktivitas ekonomi digital, semakin tinggi pula tingkat literasi keuangan yang dimiliki.

3. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Pengelolaan Anggaran Keuangan Pribadi Mahasiswa

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan anggaran keuangan pribadi mahasiswa. Temuan ini menegaskan bahwa kemampuan dalam memahami konsep keuangan menjadi faktor kunci dalam membentuk perilaku keuangan yang efektif dan terencana. Mahasiswa dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi cenderung mampu menyusun anggaran secara sistematis, mengontrol pengeluaran, serta membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Secara empiris, hasil ini konsisten dengan berbagai penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa literasi keuangan berperan penting dalam meningkatkan kualitas pengelolaan keuangan individu. Literasi keuangan tidak hanya mencakup pengetahuan, tetapi juga mencerminkan kemampuan dalam mengaplikasikan pengetahuan tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Dalam konteks mahasiswa, literasi keuangan menjadi semakin penting karena mereka berada pada fase transisi menuju kemandirian finansial. Dari perspektif teoritis, temuan ini didukung oleh Theory of Planned Behavior (TPB), di mana literasi keuangan mencerminkan *perceived behavioral control* yang memengaruhi kemampuan individu dalam mengelola keuangan. Semakin tinggi tingkat kontrol yang dirasakan, semakin besar kemungkinan individu untuk menunjukkan perilaku keuangan yang positif. Selain itu, literasi keuangan juga berperan dalam membentuk sikap dan norma subjektif terhadap pengelolaan keuangan. Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan menjadi strategi penting dalam mendorong perilaku keuangan mahasiswa yang lebih bijak, disiplin, dan berorientasi jangka panjang.

4. Peran Literasi Keuangan dalam Memediasi Pengaruh Pendapatan TikTok Affiliate terhadap Pengelolaan Anggaran Keuangan Pribadi Mahasiswa

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berperan sebagai variabel mediasi parsial dalam hubungan antara pendapatan TikTok Affiliate dan pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa. Hal ini berarti bahwa pendapatan yang diperoleh mahasiswa tidak secara otomatis menghasilkan pengelolaan keuangan yang baik tanpa didukung oleh tingkat literasi keuangan yang memadai. Dengan kata lain, literasi keuangan menjadi mekanisme penting yang menjembatani hubungan antara sumber pendapatan dan perilaku keuangan. Temuan ini menegaskan bahwa meskipun pendapatan memberikan kapasitas finansial, efektivitas pengelolaannya sangat bergantung pada kemampuan individu dalam memahami dan mengaplikasikan konsep keuangan. Mahasiswa dengan literasi keuangan yang tinggi mampu mengalokasikan pendapatan secara lebih rasional, seperti untuk tabungan, investasi, dan kebutuhan prioritas. Sebaliknya, mahasiswa dengan literasi rendah cenderung menggunakan pendapatan secara konsumtif tanpa perencanaan yang jelas. Secara teoretis, hasil ini sejalan dengan Theory of Planned Behavior (TPB), di mana pengetahuan dan pemahaman berperan dalam membentuk *perceived behavioral control* yang memengaruhi perilaku. Literasi keuangan dalam hal ini bertindak sebagai faktor kognitif yang memperkuat hubungan antara pendapatan dan keputusan finansial. Dengan demikian, literasi keuangan memiliki peran strategis dalam memastikan bahwa peningkatan pendapatan digital tidak hanya meningkatkan kesejahteraan jangka pendek, tetapi juga mendorong keberlanjutan finansial. Oleh karena itu, integrasi edukasi literasi keuangan menjadi penting dalam mendukung mahasiswa menghadapi dinamika ekonomi digital.

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Penelitian ini menemukan bahwa pengelolaan anggaran keuangan pribadi mahasiswa angkatan 2022 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar dipengaruhi secara signifikan oleh pendapatan TikTok Affiliate dan literasi keuangan. Kedua variabel tersebut berperan penting dalam pengelolaan keuangan mahasiswa, khususnya dalam konteks ekonomi digital. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa pendapatan TikTok Affiliate berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa, di mana semakin tinggi pendapatan, semakin baik kemampuan mahasiswa dalam mengelola keuangannya. Selain itu, pendapatan TikTok Affiliate juga berpengaruh positif terhadap literasi keuangan, karena memberikan pengalaman langsung dalam praktik pengelolaan keuangan. Selanjutnya, literasi keuangan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi. Mahasiswa dengan tingkat literasi yang lebih tinggi cenderung lebih mampu mengatur keuangan secara bijak, terencana, dan bertanggung jawab. Lebih lanjut, literasi keuangan berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara pendapatan TikTok Affiliate dan pengelolaan keuangan pribadi. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh pendapatan terhadap pengelolaan keuangan akan lebih optimal apabila didukung oleh tingkat literasi keuangan yang memadai, sehingga literasi keuangan menjadi faktor kunci dalam memperkuat perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan keterbatasan yang ada, beberapa saran dapat diajukan untuk penelitian selanjutnya. Pertama, penelitian ini masih terbatas pada responden dari satu fakultas dan satu angkatan, sehingga disarankan penelitian berikutnya memperluas cakupan objek dan subjek agar hasilnya lebih generalizable. Kedua, penelitian selanjutnya diharapkan tidak hanya berfokus pada mahasiswa pengguna TikTok Affiliate, tetapi juga mencakup pengguna platform digital lain seperti Shopee Affiliate, Instagram Affiliate, maupun marketplace digital lainnya. Ketiga, penelitian mendatang disarankan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi pengelolaan keuangan, seperti kontrol diri, gaya hidup, sikap keuangan, dan pengaruh lingkungan sosial. Keempat, disarankan penggunaan metode penelitian yang berbeda, seperti kualitatif atau mixed methods, untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai pengalaman mahasiswa dalam mengelola pendapatan dari aktivitas ekonomi digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiandari, A. M., & Fitriandari, M. (2025). Pengaruh usia dan pendapatan terhadap tingkat literasi keuangan. *Lentera Bisnis*, 14(2), 1710.
- Adityaputra, S. A. (2024). *Pengaruh struktur modal dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel mediasi (Studi empiris pada perusahaan sektor konstruksi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018–2022)* [Skripsi, Politeknik YKPN]. Repositori Politeknik YKPN.
- Aini, F. N., & Azzahra, J. (2026). Pemanfaatan teknologi digital untuk meningkatkan literasi keuangan syariah pada mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis dan Akuntansi (JEMBA)*, 3(1), 254–260. <https://doi.org/10.61722/jemba.v3i1.1966>
- Almaidah, S., Kusmiati, E., & Roji, F. F. (2025). Pemilihan program affiliate menggunakan perspektif Analytical Hierarchy Process. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 9(1), 467–487. <https://doi.org/10.31955/mea.v9i1.4943>
- Anggita, I., Destiana, Y., & Sundari, S. (2023). Pentingnya literasi keuangan bagi mahasiswa dalam pengelolaan keuangan. *JYRS: Journal of Youth Research and Studies*, 4(2), 277–290. <https://doi.org/10.32923/jyrs.v4i2.3976>
- Ani, W. A., & Ahmadi. (2023). Pengaruh literasi keuangan dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas di Kalimantan Barat. *ARMADA: Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 1(10), 1241–1247. <https://doi.org/10.55681/armada.v1i10.923>
- Anuraga, I. A. (2021). Pelatihan pengujian hipotesis statistika dasar dengan software R. *Jurnal Statistik Terapan*, 3(2), 137–146.
- Arianti, B. F. (2020). Pengaruh pendapatan dan perilaku keuangan terhadap literasi keuangan melalui keputusan berinvestasi sebagai variabel intervening. *Jurnal Akuntansi*, 10(1), 13–36. <https://doi.org/10.33369/j.akuntansi.9.3.13-36>

- Artha, F. A., & Wibowo, K. A. (2023). Pengaruh literasi keuangan, perencanaan keuangan, dan sikap keuangan terhadap pengelolaan keuangan pribadi. *Value Added: Majalah Ekonomi dan Bisnis*, 19(1), 1–15.
- Astari, A. A. E., Yasa, N. N. K., Giantari, I. G. A. K., & Sukaatmadja, I. P. G. (2023). *Technology Acceptance Model, Theory of Planned Behavior, dan Fear of COVID-19: Niat konsumen melanjutkan penggunaan dompet digital*. CV. Intelektual Manifes Media.
- Balaka, M. Y. (2022). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Widina.
- Bolkiah, H. (2023). *Analisis pemanfaatan media sosial dalam memperoleh penghasilan pada mahasiswa FEBI IAIN Pare-Pare* [Skripsi]. IAIN Pare-Pare.
- Cristy, E., & Harimurti. (2025). Financial attitude dan financial literacy terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa: Studi literatur berbasis Theory of Planned Behavior. *Jurnal Manajemen*, 11(2), 233–241.
- Darma, B. (2021). *Statistika penelitian menggunakan SPSS (uji validitas, reliabilitas, regresi linier sederhana dan berganda, uji t, uji F, R²)*. Guepedia.
- Dewi, L. P. S., & Suarmanayasa, I. N. (2020). Pengaruh literasi keuangan, pendapatan, dan kontrol diri terhadap pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa. *Jurnal Manajemen, Universitas Pendidikan Ganesha*.
- Dewi, N. L. P. K., Gama, A. W. S., & Astiti, N. P. Y. (2021). Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup hedonisme, dan pendapatan terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa UNMAS. *Jurnal EMASE*, 2(3), 1–10.
- Erawati, W., Hadi, S. W., Arief, M., Hakeem, R., & Zuhud, R. (2024). Strategi peningkatan pendapatan melalui affiliate TikTok pada remaja Karang Taruna RPTRA Mardani Asri. *DHARMA*, 1, 18–24.
- Fajriyah, L. I., & Listiadi, A. (2021). Pengaruh uang saku dan pendidikan keuangan terhadap pengelolaan keuangan pribadi melalui literasi keuangan sebagai intervening. *Jurnal Ekonomi Keuangan dan Manajemen*, 17(1), 61–72.
- Febransyah, & Rahmadani, D. (2025). Analisis pemahaman pajak e-commerce pada perkembangan online shop. *Journal of Economic and Management*, 3(1), 390–402.
- Gainau, B. M. (2016). *Pengantar metode penelitian*. PT Kanisius.
- Hasna, L. (2024). *Pengaruh literasi keuangan syariah dan pendidikan keuangan keluarga terhadap manajemen keuangan pribadi dengan gaya hidup sebagai variabel moderasi* [Skripsi]. UIN SAIZU Purwokerto.
- Hastuti, J., Susanto, D. B., & Fadillah, N. (2025). Pengaruh fitur TikTok Affiliate terhadap perkembangan bisnis digital mahasiswa di Kabupaten Nagari Raya pada era Society 5.0. *Jurnal Bisnis Digital*, 4(3), 4316–4322.
- Hidayah, H. H. (2023). Pengertian, sumber, dan dasar pendidikan Islam. *Jurnal As-Said*, 3(1), 21–33.
- Hidajat, S., & Wardhana, W. T. (2023). Pengaruh literasi keuangan dan sikap keuangan terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa. *Journal of Economics and Business UBS*, 12(2), 1036–1048.
- Jogiyanto, H. (2018). *Metoda pengumpulan dan teknik analisis data*. Andi.
- Juana, N., & Nurlela, A. (2025). Persepsi mahasiswa Universitas Terbuka Jakarta terhadap fenomena kerja sampingan di era digital. *Jurnal Masyarakat Digital*, 1(2), 37–47.
- Khairani, N. K., Lestari, D. F., & Siddiqa, H. (2025). Pengaruh literasi keuangan dan pendapatan terhadap financial management behavior berbasis digital dengan mediasi self control. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Keuangan dan Bisnis (Value)*, 6(2), 408–417.
- Komala, A. R., & Supriadi, A. F. (2025). Pengaruh literasi keuangan dan pendapatan terhadap pengelolaan keuangan Generasi Z. *JEMBA*, 5(2), 152–167.
- Mawarti, A., & Utami, E. S. (2024). Pengaruh gaya hidup, literasi keuangan, dan inklusi keuangan terhadap pengelolaan keuangan. *MEA*, 8(3), 2455–2481. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i3.4687>
- Mashud, Mediaty, & Pontoh, G. T. (2021). The effect of financial literacy, lifestyle, and parents' income on student financial management behavior. *JICP*, 4(3), 256–264.
- Musyiquddin, & Insiyah. (2025). TikTok Affiliate sebagai sarana peningkatan ekonomi dalam pengembangan usaha digital. *Jurnal Ekonomi Digital*, 10(1), 64–82.
- Mustikasari, A., & Septina, F. (2021). Pengaruh literasi keuangan, impulsive buying, dan pengendalian diri terhadap pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa. *JAE: Jurnal Akuntansi dan Ekonomi*, 8(2), 1–12. <https://doi.org/10.29407/jae.v8i2.20179>
- Napitupulu, J. H., Ellyawati, N., & Astuti, R. F. (2021). Pengaruh literasi keuangan dan sikap keuangan terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa Kota Samarinda. *JUPE*, 9(3), 138–144.

- Nastiti, R., et al. (2025). Pengaruh pendapatan, persepsi keuangan, dan financial anxiety terhadap pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa. *Jurnal Manajemen, Bisnis dan Kewirausahaan*, 5(1), 202–216. <https://doi.org/10.55606/jumbiku.v5i1.5358>
- Nugraha, B. (2022). *Pengembangan uji statistik: Implementasi regresi linier berganda dengan uji asumsi klasik*. Pradina Pustaka.
- Pratama, A., Wulandari, S. Z., & Indyastuti, D. L. (2022). Analisis Technology Acceptance Model (TAM) pada penggunaan aplikasi PLN Daily. *INOBIIS*, 5(3), 355–368. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v5i3.235>
- Ramadhan, A., Rahim, R., & Utami, N. N. (2023). *Teori pendapatan: Studi kasus pendapatan petani Desa Medan Krio*. Tahta Media Group.
- Rachmawati, N., & Nuryana, I. (2020). Peran literasi keuangan dalam memediasi pengaruh sikap keuangan dan teman sebaya terhadap perilaku pengelolaan keuangan. *Economic Education Analysis Journal*, 9(1), 166–181.
- Rengga, A. M. P., et al. (2024). Pengaruh literasi keuangan dalam pengelolaan keuangan: Menguji efek pendapatan sebagai moderasi. *Jurnal Manajemen Riset Inovasi*, 2(4), 239–253. <https://doi.org/10.55606/mri.v2i4.3237>
- Safitri, E., Sriyuniarti, F., & Chandra, N. (2023). Pengaruh literasi keuangan dan sikap keuangan terhadap perilaku pengelolaan keuangan UMKM. *JABEI*, 2(1), 118–128. <https://doi.org/10.30630/jabei.v2i1.64>
- Sakti, N. W. (2014). *Buku pintar pajak e-commerce*. VisiMedia.
- Santi, I. H., & Erdani, B. (2021). *Technology Acceptance Model (TAM)*. Penerbit NEM.
- Sumargo, B. (2020). *Teknik sampling*. UNJ Press.
- Swarjana, I. K. (2022). *Populasi, sampel, teknik sampling, dan bias dalam penelitian*. Andi.
- Sugiharti, H., & Maula, K. A. (2019). Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa. *Accountthink*, 4(2), 804–818. <https://doi.org/10.35706/acc.v4i2.2208>
- Suryanto, & Rasmini, M. (2018). Analisis literasi keuangan dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi*, 8(2). <https://doi.org/10.34010/jipsi.v8i2.1336>
- Viona, T., Putri, S. E., Siadari, E. N. S., & Maulana, A. A. (2025). Pemanfaatan TikTok Affiliate sebagai peluang bisnis bagi mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(1), 2021–2023.
- Wahidin, W., & Safaruddin, S. (2024). Pemberian imbalan via aplikasi TikTok perspektif hukum ekonomi syariah: Analisis program TikTok Affiliate. *TAQNIN*, 6(1), 1–12. <https://doi.org/10.30821/taqnin.v6i01.20730>
- Welsa, H., Cahyani, P. D., & Meidyansyah, F. (2022). Pengaruh social media marketing dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian melalui minat beli. *Al-Kharaj*, 5(3), 1026–1036. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i3.1471>
- Wicaksana, R. C. I., & Friantin, S. H. E. (2024). Pengaruh persepsi kemudahan, kebermanfaatan, dan literasi keuangan terhadap perilaku pengelolaan keuangan pengguna ShopeePay. *SERVQUAL*, 2(1), 3031–3287.
- Yuliani, A. S. (2020). *Metode penelitian*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Yushita, N. (2017). Pentingnya literasi keuangan bagi pengelolaan keuangan pribadi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 6, 1–10.
- Yusuf, M. A., Sudarno, S., & Totalia, S. A. (2023). Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, dan pendidikan keuangan dalam keluarga terhadap pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa Pendidikan Ekonomi UNS. *Journal on Education*, 5(4).
- Yusnita, R., Raja, & Abdi, M. (2018). Pengaruh faktor demografi terhadap literasi keuangan. *COSTING*, 2(1), e-ISSN 2597-5234. <https://doi.org/10.31539/costing.v2i1.388>