

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Aplikasi *Mobile*

Menurut Yusuf et al. (2023), aplikasi *mobile* adalah unit perangkat lunak yang dirancang untuk berjalan pada perangkat seluler guna memenuhi kebutuhan pengguna secara spesifik. Pada awal perkembangannya, aplikasi *mobile* memiliki keterbatasan sumber daya *hardware*. Namun, seiring perkembangan teknologi, aplikasi *mobile* menjadi semakin canggih dan mampu memanfaatkan berbagai fitur perangkat secara optimal.

Berdasarkan metode pengembangan dan teknologi yang digunakan, aplikasi *mobile* dapat dikategorikan menjadi tiga jenis utama, yaitu aplikasi native (asli), aplikasi web, dan aplikasi hybrid (Yusuf et al., 2023).

##### 2.1.1 Jenis Aplikasi *Mobile*

Pembagian jenis aplikasi *mobile* didasarkan pada cara aplikasi tersebut dikembangkan serta bagaimana aplikasi dijalankan pada perangkat pengguna (Yusuf et al., 2023). Berikut adalah tiga jenis aplikasi *mobile*:

###### 2.1.1.1 *Native*

Aplikasi *native* adalah aplikasi yang dikembangkan secara khusus untuk sistem operasi tertentu, seperti Android atau iOS, dengan menggunakan bahasa pemrograman yang didukung oleh platform tersebut. Aplikasi ini memanfaatkan *Application Programming Interface* (API) dan fitur perangkat mampu memberikan performa yang lebih optimal serta pengalaman UI yang lebih baik. Biasanya, aplikasi umum untuk jenis ini ada game offline atau aplikasi kamus. (Yusuf et al., 2023).

Menurut Yusuf et al. (2023), keunggulan utama aplikasi native terletak pada performa yang stabil, responsivitas yang tinggi, serta kemampuan untuk mengakses fitur perangkat seperti kamera, GPS, dan sensor lainnya. Selain itu, aplikasi native juga dapat berjalan secara

offline karena sebagian besar proses dan data disimpan pada perangkat pengguna. Namun, pengembangan aplikasi native memerlukan waktu dan biaya yang lebih besar karena harus dibuat secara terpisah untuk setiap sistem operasi.

#### **2.1.1.2 Web**

Aplikasi *web* adalah aplikasi yang berjalan melalui browser pada perangkat seluler dan umumnya dikembangkan menggunakan HTML, CSS, dan JavaScript. Berbeda dengan aplikasi native, aplikasi *web* tidak perlu diunduh melalui *app store* karena pengguna cukup mengaksesnya melalui URL tertentu. (Yusuf et al., 2023).

Menurut Yusuf et al. (2023), aplikasi *web* tidak diinstal secara langsung pada perangkat, melainkan berjalan melalui browser dan umumnya membutuhkan koneksi internet yang stabil agar dapat berfungsi secara optimal. Keunggulan aplikasi *web* terletak pada kemudahan pengembangan dan efisiensi memori karena tidak memerlukan instalasi khusus pada perangkat pengguna. Aplikasi *web* memiliki keterbatasan dalam mengakses fitur perangkat secara penuh dibandingkan dengan aplikasi *native* (Yusuf et al., 2023).

#### **2.1.1.3 Hybrid**

Aplikasi hybrid merupakan gabungan antara aplikasi native dan aplikasi *web*. Aplikasi ini dikembangkan dengan menggunakan teknologi *web* seperti HTML, CSS, dan JavaScript, namun dikemas dalam bentuk aplikasi yang dapat diinstal pada perangkat seluler seperti aplikasi *native*. (Yusuf et al., 2023).

Menurut Yusuf et al. (2023), aplikasi hybrid berjalan melalui WebView dan tetap dapat memanfaatkan fitur perangkat melalui API tertentu. Dengan menggunakan satu basis kode (*single codebase*), pengembang dapat membangun aplikasi yang dapat dijalankan di berbagai platform secara lebih efisien dibandingkan aplikasi native.

Keunggulan aplikasi hybrid terletak pada efisiensi pengembangan dan biaya yang relatif lebih rendah, meskipun dari sisi performa masih berada di antara aplikasi *native* dan aplikasi *web* (Yusuf et al., 2023).

Dalam konteks perancangan aplikasi ini, jenis aplikasi yang dipilih adalah *native*. Pendekatan *native* dipilih karena NestPal mengelola data keuangan pribadi pengguna yang bersifat sensitif, sehingga membutuhkan standar keamanan. Di sisi lain, fitur-fitur NestPal seperti notifikasi, autentikasi keamanan biometrik, serta UI yang responsif membutuhkan akses penuh ke perangkat yang hanya dapat dimaksimalkan melalui pendekatan ini. Selain itu aplikasi ini dibuat khusus *mobile use only*, jadi hanya bisa diakses dari platform Android maupun iOS.

### **2.1.2 Manfaat Aplikasi Mobile**

Aplikasi *mobile* memberikan berbagai manfaat bagi pengguna maupun pengembang dalam mendukung aktivitas sehari-hari. Perkembangan teknologi perangkat seluler menjadikan aplikasi *mobile* sebagai solusi digital yang efektif, terutama dalam menyediakan akses informasi secara cepat dan *real-time*. Melalui aplikasi *mobile*, pengguna dapat memperoleh pembaruan informasi kapan saja dan di mana saja, seperti pada aplikasi berita dan cuaca. Selain itu, aplikasi *mobile* juga berperan dalam meningkatkan produktivitas melalui fitur pengelolaan tugas, kalender, dan kolaborasi kerja yang membantu pengguna untuk bisa mengatur aktivitas mereka secara lebih terstruktur dan efisien (Prasetyo, 2024).

Di sisi lain, aplikasi *mobile* mempermudah proses transaksi digital melalui layanan perbankan, *e-commerce*, dan dompet digital yang memungkinkan pembayaran serta transfer dana dilakukan dengan cepat dan aman. Aplikasi *mobile* juga menyediakan sarana hiburan, interaksi sosial melalui platform media social, dan layanan streaming. Tidak hanya itu, *developer* dapat merancang UI yang ramah pengguna sehingga menciptakan

pengalaman pemngguna (UX) yang lebih nyaman dan interaktif dalam jangka yang lebih panjang (Prasetyo, 2024).

### **2.1.3 User Interface**

*User Interface* (UI) merupakan visual yang memungkinkan pengguna berinteraksi dengan sistem digital melalui berbagai elemen seperti tombol, ikon, warna, tipografi, dan *layout*. Menurut Hamidli (2023), UI berfokus pada aspek visual dan interaktif dari sebuah produk digital yang secara langsung digunakan oleh pengguna.

UI tidak hanya berkaitan dengan tampilan estetika, tetapi juga bagaimana desain tersebut mampu menciptakan interaksi yang efektif dan intuitif. Selain itu, Hamidli (2023) menjelaskan bahwa terdapat beberapa prinsip utama dalam perancangan UI. Prinsip-prinsip ini menjadi pedoman dalam merancang tampilan yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga mudah dipahami dan digunakan oleh pengguna, berikut prinsip tersebut:

#### **1. Simplicity**

Kesederhanaan merupakan dasar dari desain UI yang baik. Tampilan harus dirancang secara jelas, tidak berlebihan, dan minim distraksi agar pengguna dapat memahami fungsi sistem dengan cepat. Desain yang sederhana membantu pengguna mencapai tujuan tanpa mengalami kebingungan atau frustrasi (Hamidli, 2023).

#### **2. Consistency**

Konsistensi menciptakan rasa familiar dalam desain. Elemen desain seperti warna, tipografi, ikon, serta tata letak yang seragam memudahkan pengguna dalam memahami pola interaksi. Oleh karena itu, perancang perlu menetapkan pola desain yang konsisten dan menerapkannya di seluruh UI (Hamidli, 2023).

### **3. *Feedback***

Feedback merupakan elemen penting dalam UI karena memberikan respons terhadap tindakan pengguna. Respons ini dapat berupa perubahan warna tombol, animasi, suara, atau notifikasi yang menandakan bahwa suatu aksi telah berhasil dilakukan. Dengan adanya feedback, pengguna dapat memahami konsekuensi dari setiap tindakan yang dilakukan (Hamidli, 2023).

### **4. *User-Centered Design***

Prinsip ini menekankan bahwa desain harus disesuaikan dengan kebutuhan, preferensi, dan karakteristik target pengguna. UI yang baik harus intuitif, efisien, serta memberikan pengalaman yang nyaman dan menyenangkan. Selain itu, desain juga harus mempertimbangkan aspek aksesibilitas bagi berbagai kelompok pengguna, termasuk pengguna dengan keterbatasan tertentu (Hamidli, 2023).

### **5. *Visibility***

Visibility mengacu pada sejauh mana pengguna dapat melihat dan memahami elemen yang sedang mereka gunakan. UI harus menampilkan informasi dan status sistem secara jelas melalui teks, ikon, atau indikator visual lainnya agar pengguna tidak mengalami kebingungan saat berinteraksi dengan sistem (Hamidli, 2023).

#### **2.1.4 *User Experience***

*User Experience* (UX) merupakan pendekatan perancangan yang berfokus pada kebutuhan, preferensi, serta perilaku pengguna dalam menggunakan suatu produk atau layanan digital. UX design didefinisikan sebagai proses merancang produk digital yang berorientasi pada pengguna (*user-centered design*), dengan tujuan menciptakan pengalaman yang mulus (*seamless*), intuitif, serta sesuai dengan kebutuhan dan ekspektasi (Hamidli, 2023). Proses ini mencakup beberapa pemahaman terhadap tujuan dan motivasi, dengan cara mengidentifikasi hambatan (*pain points*) dan titik

gesekan (*friction points*), serta merancang solusi yang mampu mengatasi permasalahan tersebut (Hamidli, 2023).

Pentingnya UX dalam pengembangan produk digital dapat dijelaskan melalui beberapa faktor utama, seperti peningkatan usability, peningkatan keterlibatan pengguna (*engagement*), pembentukan persepsi merek yang positif, efisiensi dalam proses pengembangan, serta penciptaan keunggulan kompetitif di pasar (Hamidli, 2023). Dengan demikian, penerapan UX yang tepat memungkinkan terciptanya produk digital yang tidak hanya berfungsi secara teknis, tetapi juga memberikan pengalaman yang efektif, efisien, dan memuaskan bagi pengguna. Dalam perancangan *User Experience* (UX), terdapat beberapa prinsip utama yang menjadi dasar dalam menciptakan produk digital yang berorientasi pada pengguna. Menurut Hamidli (2023), prinsip-prinsip tersebut meliputi:

### **1. Usability**

*Usability* merujuk pada tingkat kemudahan suatu produk untuk digunakan oleh pengguna dalam mencapai tujuannya. Produk dengan usability yang baik memungkinkan pengguna memahami fungsi sistem dengan cepat tanpa memerlukan pembelajaran yang kompleks. Aspek ini mencakup kemudahan navigasi, struktur informasi yang jelas, serta lebih minimnya kesalahan penggunaan. (Hamidli, 2023).

### **2. Accessibility**

*Accessibility* berkaitan dengan kemampuan produk untuk dapat diakses dan digunakan oleh berbagai kelompok pengguna, termasuk pengguna dengan keterbatasan fisik maupun kognitif. Desain yang inklusif bisa memastikan bahwa semua pengguna memiliki kesempatan yang sama dan sesuai dalam mengakses informasi dan fitur yang tersedia. (Hamidli, 2023).

### 3. *Delight*

*Delight* mengacu pada aspek emosional dalam pengalaman pengguna. Selain berfungsi dengan baik, produk digital yang dirancang dengan UX yang optimal mampu memberikan kesan menyenangkan, menarik, dan memuaskan. Elemen visual, seperti animasi, maupun interaksi mikro dapat berkontribusi dalam menciptakan pengalaman pengguna yang positif. (Hamidli, 2023).

### 4. *Efficiency*

*Efficiency* berkaitan dengan seberapa cepat dan efektif pengguna dapat menyelesaikan tugasnya menggunakan produk tersebut. Desain yang efisien meminimalkan langkah yang tidak perlu, sehingga proses interaksi menjadi lebih optimal. (Hamidli, 2023).

### 5. *Clarity*

*Clarity* menekankan pada kejelasan informasi dan tampilan dalam UI. Instruksi, label, ikon, serta struktur navigasi harus dirancang secara jelas agar tidak menimbulkan kebingungan. Kejelasan ini berperan penting dalam menciptakan pengalaman yang intuitif dan mudah dipahami.

## 2.1.5 Desain Aplikasi *Mobile*

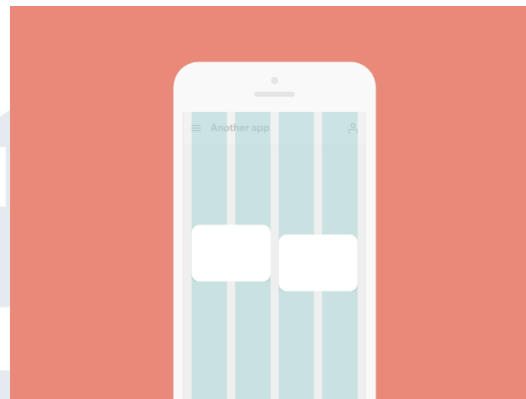
Desain aplikasi *mobile* merupakan proses perancangan antarmuka dan pengalaman pengguna yang disesuaikan dengan karakteristik perangkat seluler. Perancangan yang efektif memerlukan pemahaman terhadap berbagai elemen visual dan struktural yang bekerja secara sinergis, mulai dari sistem grid dan tata letak (Tondreau, 2019; Poulin, 2018), penggunaan warna dan tipografi, hingga *imagery*, yang keseluruhannya bertujuan menciptakan antarmuka yang intuitif, konsisten, dan estetis.

### 2.1.5.1 *Grid*

*Multicolumn grid* merupakan salah satu sistem grid yang paling umum digunakan dalam desain UI karena sifatnya yang fleksibel



dan adaptif terhadap berbagai jenis konten. Grid ini sangat efektif untuk menata informasi dalam jumlah cukup banyak karena mampu membagi konten ke dalam beberapa kolom yang terstruktur sehingga memudahkan pengguna dalam memahami tampilan UI (Tondreau, 2019).

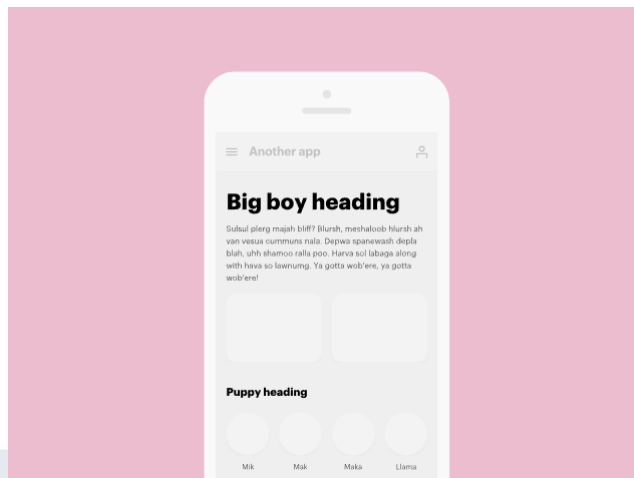


Gambar 2. 1 Multi-Column Grid  
Sumber: <https://infinum.com/blog/mobile...>

Menurut Poulin (2018), *multicolumn grid* memiliki struktur kolom yang simetris dengan jarak antar kolom (gutter) yang konsisten, sehingga menghasilkan tata letak yang proporsional dan rapi. Dalam praktiknya, penggunaan enam kolom lebih sering dipilih karena memberikan keseimbangan visual yang baik serta fleksibel untuk berbagai ukuran layar.

Sementara itu, *hierarchical grid* adalah sistem grid yang menyusun elemen berdasarkan tingkat kepentingan atau hierarki informasi. Grid ini tidak selalu mengikuti struktur kolom yang kaku, melainkan lebih menyesuaikan dengan kebutuhan konten sehingga menciptakan tata letak yang lebih dinamis dan fleksibel (Poulin, 2018).





Gambar 2. 2 Hierarchical Grid  
Sumber: <https://infinum.com/blog/mobile...>

Jenis grid ini umumnya digunakan ketika terdapat kombinasi teks dan visual yang beragam, sehingga setiap elemen dapat ditempatkan sesuai bobot informasinya. Pendekatan ini membantu menciptakan alur visual yang terarah, seolah-olah membentuk narasi yang memandu perhatian pengguna dari elemen utama ke elemen pendukung. Selain itu, *hierarchical grid* lebih cocok untuk desain yang membutuhkan pendekatan yang lebih organik dan tidak terlalu terikat pada sistem kolom yang ketat.

Dalam aplikasi ini, *hierarchical grid* lebih sesuai digunakan pada halaman homepage yang menampilkan elemen utama. Dengan pendekatan ini, elemen yang memiliki tingkat kepentingan lebih tinggi dapat ditampilkan secara lebih dominan. Dalam perancangan aplikasi ini, *multicolumn grid* cocok digunakan pada halaman dengan banyak kategori atau ringkasan informasi.

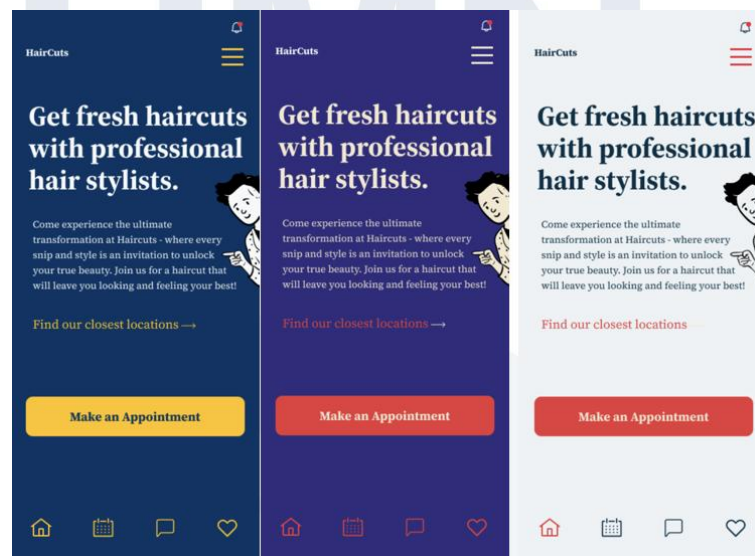
### 2.1.5.3 Warna

Dalam perancangan UI, penggunaan warna yang tidak terstruktur dapat menciptakan tampilan yang kacau dan membingungkan. Untuk menghindari hal tersebut, salah satu pedoman

yang paling banyak digunakan dalam pembautan UI adalah menerapkan *color rule* 60-30-10.

Aturan 60-30-10 berasal dari dunia desain interior dan telah diadaptasi secara luas ke dalam desain UI. Aturan ini menyatakan bahwa 60% dari keseluruhan desain harus didominasi oleh satu warna utama (dominant color), 30% menggunakan warna sekunder (secondary color) yang melengkapi warna utama, dan 10% sisanya menggunakan warna aksen (accent color) sebagai penanda elemen-elemen penting yang memerlukan perhatian pengguna (Grimley & Harris Smith, 2022).

Warna dominan umumnya dipilih dari warna netral atau warna yang mewakili identitas merek, karena ia mendominasi hampir seluruh permukaan layar. Warna sekunder berfungsi sebagai pendukung yang memberikan kontras visual dan kedalaman terhadap warna utama. Sementara warna aksen yang hanya digunakan sebesar 10% biasanya berupa warna paling mencolok dalam palet dan ditempatkan pada elemen-elemen seperti tombol utama, ikon aktif, atau indikator status untuk menciptakan focal point yang jelas bagi pengguna (Grimley & Harris Smith, 2022).



Gambar 2. 3 Contoh Penerapan *Rule* 60-30-10

Sumber: <https://www.admixweb.com/the-60-30-10-color-rule-in-ui-design/>

#### 2.1.5.4 Typography

Tipografi yang efektif meningkatkan pengalaman pengguna, mengoptimalkan kegunaan, dan menarik perhatian pengguna pada informasi yang paling penting. Dalam memilih *typeface* untuk aplikasi *mobile*, pertimbangan utama adalah keterbacaan (*legibility*) pada layar kecil. Sans-serif fonts seperti Roboto (*Android*) dan San Francisco (*iOS*) secara umum lebih direkomendasikan untuk UI digital dibandingkan serif fonts, karena bentuk hurufnya yang bersih tanpa ornamen tambahan lebih mudah dibaca pada resolusi layar yang beragam (Toptal, 2024). Penggunaan *typeface* sebaiknya dibatasi maksimal dua hingga tiga jenis dalam satu aplikasi untuk menjaga konsistensi visual dan menghindari kesan yang terlalu ramai.

Hierarki tipografi merupakan prinsip paling vital dalam desain UI *mobile*. Hierarki diciptakan melalui variasi ukuran, bobot (*weight*), dan spasi huruf untuk membimbing pengguna dalam memahami tingkat kepentingan informasi dari heading utama, subheading, teks isi, hingga label dan caption (*Interaction Design Foundation*, 2022). Ukuran minimum untuk teks isi pada *mobile* adalah 16 piksel, sementara heading disarankan minimal 1,3 kali lebih besar dari teks isi (Toptal, 2024). Spasi antar baris (*line height*) yang ideal untuk kenyamanan membaca adalah 1,4 hingga 1,6 kali ukuran font, sehingga mata pengguna dapat mengikuti alur teks tanpa ketegangan.

#### 2.1.5.5 Imagery

*Imagery* dalam desain UI *mobile* mencakup seluruh elemen visual non-teks yang digunakan dalam UI, meliputi fotografi, ilustrasi, ikonografi, dan visualisasi data. Menurut Nielsen Norman Group (2024), *imagery* yang relevan, menarik, dan informatif membantu pengguna menyelesaikan tugasnya, menyampaikan identitas dan kepribadian merek, mengkomunikasikan konsep yang kompleks, serta meninggalkan kesan yang kuat dan berkesan pada pengguna.

Fotografi digunakan untuk menampilkan produk, lingkungan, dan manusia secara realistis, memberikan dimensi dan tekstur pada desain. Ilustrasi, di sisi lain, merupakan visual yang dibuat secara digital untuk merepresentasikan alur kerja, proses, atau konsep dengan cara yang lebih artistik dan tidak terlalu terperinci. Ilustrasi sangat efektif untuk menyampaikan pesan yang bersifat abstrak atau emosional, terutama pada layar *onboarding* dan halaman kosong (*empty state*) yang membutuhkan komunikasi visual yang ramah dan menarik (Nielsen Norman Group, 2024).

Ikonografi merupakan elemen *imagery* yang paling fungsional dalam desain aplikasi *mobile*. Ikon menggunakan simbol yang disederhanakan namun dapat dikenali untuk merepresentasikan fitur, fungsi, atau konten pada UI, sehingga menjadi bahasa universal interaksi digital (Rajawat, 2022). Konsistensi gaya ikon baik dalam hal ukuran, bobot garis, maupun palet warna menjadi kunci agar UI terasa kohesif dan profesional.

Dalam perancangan aplikasi keuangan ini, *imagery* berperan penting dalam menyederhanakan informasi finansial yang cenderung abstrak dan teknis menjadi visual yang mudah dipahami oleh pengguna. Ilustrasi digunakan untuk menggambarkan kondisi keuangan, tujuan finansial, dan notifikasi, sementara ikonografi membantu pengguna menavigasi fitur-fitur utama aplikasi secara cepat dan intuitif tanpa perlu membaca teks penuh.

Secara keseluruhan, pemahaman mendalam terhadap aplikasi *mobile* menjadi fondasi penting dalam perancangan aplikasi. Penerapan prinsip-prinsip ini secara konsisten memastikan bahwa antarmuka yang dirancang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga intuitif dan efisien digunakan. Dalam konteks perancangan, seluruh elemen desain *mobile* tersebut diterapkan dengan mempertimbangkan karakteristik dan kebutuhan spesifik target pengguna.

## 2.2 Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan merupakan salah satu bidang ilmu yang paling fundamental dalam kehidupan manusia, baik dalam lingkup organisasi maupun individu. Secara umum, manajemen keuangan didefinisikan sebagai segala aktivitas yang berhubungan dengan perolehan, pendanaan, dan pengelolaan aset yang dilakukan dengan tujuan tertentu (Van Horne & Wachowicz dalam Mulyanti, 2019). Sementara itu, manajemen keuangan merupakan manajemen terhadap fungsi-fungsi keuangan yang mencakup bagaimana organisasi atau individu memperoleh dana, menggunakannya secara efisien, dan mendistribusikan hasilnya (Suad Husnan dalam Mulyanti, 2019).

Dalam perkembangannya, konsep manajemen keuangan tidak hanya terbatas pada konteks perusahaan atau organisasi, tetapi juga relevan diterapkan dalam kehidupan pribadi. Menurut Krishna et al. (2010, dalam Faudu, 2023), manajemen keuangan merupakan proses perencanaan, analisis, dan pengendalian kegiatan keuangan, di mana salah satu penerapannya adalah manajemen keuangan pribadi yaitu proses perencanaan dan pengendalian keuangan pada entitas individu. Dengan demikian, prinsip-prinsip dasar manajemen keuangan yang berlaku pada level organisasi sesungguhnya dapat diadaptasi dan diterapkan dalam pengelolaan keuangan sehari-hari oleh individu.

### 2.2.1 Manajemen Keuangan Pribadi / *Personal Finance*

Manajemen keuangan pribadi atau *personal finance* merupakan bentuk aplikasi dari manajemen keuangan yang diterapkan pada level individu. Menurut Yushita (2017, dalam Faudu, 2023), pengelolaan keuangan pribadi merupakan salah satu kompetensi yang paling mendasar yang dibutuhkan oleh masyarakat modern, karena pilihan konsumen akan memengaruhi keamanan keuangan dan standar hidup seseorang. Kesulitan keuangan dapat muncul apabila terjadi kesalahan dalam pengelolaan keuangan pribadi.

Gitman & Zutter (2015, dalam Erwantiningsih et al., 2024) mendefinisikan manajemen keuangan pribadi sebagai disiplin ilmu yang memadukan sains dan seni dalam mengelola keuangan individu dan rumah

tangga, dengan memanfaatkan anggaran harian, mingguan, atau bulanan sebagai salah satu cara mencapai tujuan keuangan. Sementara itu, Kurniawan (2023) mendefinisikan manajemen keuangan personal sebagai cara individu memperoleh, mengelola, dan mengalokasikan uang dengan memperhitungkan semua risiko keuangan yang dihadapi, baik pada masa kini maupun masa yang akan datang. Dari beberapa definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa manajemen keuangan pribadi adalah proses sistematis yang dilakukan individu untuk merencanakan, mengelola, mengendalikan, dan mengevaluasi kondisi keuangannya secara berkelanjutan guna mencapai stabilitas dan tujuan finansial jangka panjang.

### **2.2.2 Prinsip Manajemen Keuangan**

Dalam menjalankan manajemen keuangan pribadi yang efektif, terdapat beberapa prinsip mendasar yang perlu dipegang oleh individu. Erwantiningsih et al. (2024) melalui penelitiannya membuktikan bahwa literasi keuangan, pendapatan, dan gaya hidup semuanya berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemampuan seseorang dalam mengelola keuangan pribadinya. Hal ini menyatakan bahwa manajemen keuangan pribadi tidak hanya dipengaruhi oleh pengetahuan semata, melainkan juga oleh perilaku dan kebiasaan sehari-hari. Berikut lima prinsip utama yang bisa diterapkan:

#### **1. Prioritas**

Individu perlu mengutamakan pemenuhan kebutuhan pokok dan kewajiban finansial sebelum mengalokasikan dana untuk keinginan atau konsumsi tambahan. Faudu (2023) menyatakan bahwa tingkat kesadaran diri pada keuangan yang baik akan mendorong individu berpikir lebih selektif dalam memutuskan mana yang penting dan mana yang tidak dalam pengelolaan keuangannya, sehingga terbentuk kebiasaan memprioritaskan kebutuhan di atas keinginan.

#### **2. Konsistensi**

Pengelolaan keuangan yang baik memerlukan penerapan yang konsisten dari waktu ke waktu, bukan hanya pada saat kondisi keuangan

sedang baik. Kurniawan (2023) menekankan bahwa konsistensi dalam mencatat, menganggarkan, dan menabung merupakan faktor pembeda antara individu yang berhasil membangun stabilitas finansial dengan yang tidak. Erwantiningsih et al. (2024) juga membuktikan bahwa gaya hidup yang tidak konsumtif berkorelasi positif dengan kemampuan individu dalam mengelola keuangan secara lebih baik.

### **3. Perencanaan Jangka Panjang**

Manajemen keuangan pribadi yang efektif tidak hanya berorientasi pada kebutuhan saat ini, tetapi juga mempertimbangkan tujuan finansial di masa depan. Garman & Fogue (2021) menyatakan bahwa individu yang memiliki rencana keuangan jangka panjang cenderung memiliki perilaku finansial yang lebih disiplin dan terarah. Rasyid (2012, dalam Faudu, 2023) juga menegaskan bahwa perencanaan keuangan pribadi adalah persiapan dan implementasi rencana jangka panjang untuk kesuksesan finansial yang membantu individu membuat keputusan bijak, baik dalam skala kecil maupun besar.

### **4. Kehati-hatian**

Setiap keputusan keuangan perlu dipertimbangkan secara matang dengan memperhatikan risiko yang mungkin timbul. Prinsip kehati-hatian mencakup penghindaran utang konsumtif yang berlebihan, diversifikasi investasi, serta tidak mengambil risiko keuangan yang melebihi kemampuan finansial individu. Faudu (2023) menyatakan bahwa kesadaran diri pada keuanganyaitu kemampuan untuk memahami diri sendiri dalam konteks keuangan merupakan faktor penting yang mendorong individu ke arah pengambilan keputusan finansial yang lebih bijak dan terukur.

### **5. Prinsip Transparansi dan Pencatatan**

Individu perlu memiliki gambaran yang jelas dan akurat mengenai kondisi keuangannya melalui pencatatan yang rutin dan



sistematis. Hilgert et al. (2003, dalam Faudu, 2023) menyatakan bahwa perilaku keuangan yang sehat ditunjukkan salah satunya melalui cara seseorang mengelola keluar masuknya uang secara teratur. Busman et al. (2022) juga mencatat bahwa kebiasaan mencatat keuangan secara rutin berkorelasi positif dengan kemampuan manajemen keuangan pribadi yang lebih baik.

Kelima prinsip tersebut saling menopang satu sama lain dalam membentuk perilaku keuangan yang sehat. Bagi pekerja pemula yang baru memulai perjalanan finansialnya secara mandiri, penerapan prinsip-prinsip ini sejak dini merupakan investasi jangka panjang yang paling mendasar. Erwantiningsih et al. (2024) menyatakan bahwa apabila seseorang sadar akan pentingnya manajemen keuangan, ia akan lebih termotivasi untuk melakukan perencanaan finansial. Dalam konteks perancangan aplikasi ini, kelima prinsip di atas menjadi landasan nilai yang menentukan bagaimana prinsip diterapkan dalam menyusun fitur-fitur yang memadai.

### **2.2.3 Fungsi Manajemen Keuangan Pribadi**

Manajemen keuangan pribadi memiliki tiga fungsi utama yang saling berkaitan dan bekerja sebagai satu sistem yang berkelanjutan. Hilgert et al. (2003, dalam Faudu, 2023) menjelaskan bahwa perilaku keuangan yang sehat ditunjukkan oleh aktivitas perencanaan, pengelolaan, serta pengendalian keuangan yang baik. Indikator perilaku keuangan yang baik dapat dilihat dari cara atau sikap seseorang dalam mengelola keluar masuknya uang, manajemen kredit, tabungan, dan investasi. Obago (2014, dalam Erwantiningsih et al., 2024) juga menyatakan bahwa prinsip manajemen keuangan pribadi mencakup perencanaan, penganggaran, pengelolaan, pengendalian, dan alokasi sumber daya keuangan secara harian. Berdasarkan hal tersebut, fungsi manajemen keuangan pribadi dapat diuraikan sebagai berikut:

### **1. Perencanaan Keuangan (*Financial Planning*)**

Fungsi perencanaan merupakan fondasi dari seluruh aktivitas manajemen keuangan pribadi. Perencanaan keuangan mencakup penetapan tujuan finansial jangka pendek maupun jangka panjang, penyusunan anggaran pendapatan dan pengeluaran, serta penentuan strategi untuk mencapai tujuan tersebut. Menurut Rasyid (2012, dalam Faudu, 2023), perencanaan keuangan pribadi adalah persiapan dan implementasi rencana jangka panjang untuk kesuksesan finansial, di mana dengan merencanakan pengeluaran serta menabung atau menginvestasikan uang, perencanaan keuangan membantu individu membuat keputusan yang tepat baik dalam skala kecil maupun besar.

### **2. Pelaksanaan dan Pengelolaan (*Financial Implementation*)**

Fungsi ini mencakup implementasi dari rencana keuangan yang telah disusun, meliputi pencatatan transaksi pemasukan dan pengeluaran, pengelolaan arus kas harian, serta pelaksanaan alokasi dana sesuai anggaran yang ditetapkan. Kurniawan (2023) menyatakan bahwa pelaksanaan yang disiplin merupakan kunci keberhasilan manajemen keuangan pribadirencana yang baik tidak akan menghasilkan perubahan apapun apabila tidak diimplementasikan secara konsisten dalam perilaku keuangan sehari-hari.

### **3. Meningkatkan Kemampuan dalam Pengambilan Keputusan**

Fungsi pengendalian mencakup pemantauan kondisi keuangan secara berkala, evaluasi terhadap kesesuaian antara rencana dan realisasi, serta penyesuaian strategi apabila diperlukan. Faudu (2023) menyatakan bahwa mengelola keuangan pribadi memastikan setiap individu mengetahui tujuan apa yang perlu dicapai dan memanfaatkan sumber daya keuangan yang dikelola sebaik-baiknya untuk tujuan tersebut. Evaluasi berkala juga memungkinkan individu untuk memperbarui tujuan finansialnya sesuai dengan perubahan kondisi dan kebutuhan.

Dalam konteks perancangan aplikasi *financial assistant* ini, ketiga fungsi tersebut dapat diaplikasikan ke dalam fitur-fitur inti aplikasi. Fungsi perencanaan diwujudkan melalui fitur penetapan anggaran bulanan berbasis *take-home pay* dan pemilihan metode alokasi yang disesuaikan dengan *financial persona* pengguna. Fungsi pelaksanaan didukung oleh fitur pencatatan transaksi harian, pengingat (reminder) pengeluaran, dan *dashboard* arus kas yang dapat diakses secara *real-time*. Sementara itu, fungsi pengendalian dan evaluasi dihadirkan melalui laporan keuangan berkala, visualisasi progres terhadap tujuan finansial, serta rekomendasi adaptif yang menyesuaikan saran berdasarkan pola pengeluaran aktual pengguna.

#### **2.2.4 Komponen Manajemen Keuangan**

Manajemen keuangan pribadi yang efektif mencakup pengelolaan terhadap beberapa komponen keuangan utama yang saling berkaitan. Garman & Forgue (2021) dalam Personal Finance mengidentifikasi komponen-komponen utama manajemen keuangan pribadi yang perlu dikelola secara seimbang oleh individu. Komponen-komponen tersebut juga sejalan dengan berbagai penelitian di Indonesia, sebagaimana dipaparkan berikut ini:

##### **1. Pendapatan (*Income*)**

Pendapatan merupakan komponen pertama dalam manajemen keuangan pribadi karena seluruh perencanaan keuangan didasarkan pada jumlah penghasilan yang dimiliki. Pendapatan dapat bersumber dari gaji tetap, usaha mandiri, freelance, maupun kombinasi dari ketiganya. Kurniawan (2023) menekankan bahwa pemahaman terhadap sumber dan besaran pendapatan secara akurat merupakan langkah pertama yang harus dilakukan sebelum menyusun perencanaan keuangan apapun, karena seluruh alokasi dana bergantung pada kapasitas penghasilan individu tersebut.

Dalam konteks pekerja yang menerima gaji sebagai sumber pendapatan utama, angka yang tertera dalam kontrak kerja tidak selalu

identik dengan uang yang benar-benar diterima. Angka yang diterima setiap bulan yang dikenal sebagai *take-home pay*, merupakan pendapatan bersih (*net income*) setelah dipotong dua kewajiban utama. Pertama, Pajak Penghasilan Pasal 21 (PPh 21) yang dipotong langsung oleh pemberi kerja berdasarkan tarif progresif sesuai Undang-Undang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP) Nomor 7 Tahun 2021. Bagi pekerja lajang dengan penghasilan di bawah Penghasilan Tidak Kena Pajak (PTKP) sebesar Rp54.000.000 per tahun atau Rp4.500.000 per bulan, potongan PPh 21 tidak dikenakan. Kedua, iuran jaminan sosial melalui BPJS Kesehatan sebesar 1% dan BPJS Ketenagakerjaan yang mencakup Jaminan Hari Tua (JHT) 2% dan Jaminan Pensiun (JP) 1% dari gaji, sebagaimana diatur dalam Peraturan Presiden Nomor 82 Tahun 2018 dan Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2015. Secara keseluruhan, pekerja menanggung potongan BPJS sekitar 3–4% dari gaji bulanan. Oleh karena itu, perencanaan keuangan yang akurat harus didasarkan pada *take-home pay*, bukan pendapatan kotor (*gross income*).

## **2. Pengeluaran**

Pengelolaan pengeluaran merupakan komponen yang paling langsung berdampak pada kondisi keuangan harian individu. Pengeluaran perlu diklasifikasikan ke dalam kebutuhan pokok (*needs*) dan keinginan (*wants*) agar individu dapat memprioritaskan alokasi dana secara tepat. Afandy & Niangsih (2020) menyatakan bahwa ketidakmampuan membedakan kebutuhan dan keinginan merupakan salah satu penyebab utama ketidakstabilan keuangan pribadi, terutama pada kelompok usia muda yang rentan terhadap perilaku konsumtif dan impulsive buying.

Erwantiningsih et al. (2024) membuktikan bahwa gaya hidup seseorang yang tercermin dari aktivitas, minat, dan opininya, secara signifikan memengaruhi pola pengeluaran dan kemampuan manajemen keuangan pribadinya. Sebagai panduan alokasi yang praktis bagi pekerja

pemula, Warren & Tyagi (2005) merekomendasikan aturan 50/30/20, yaitu 50% *take-home pay* untuk kebutuhan, 30% untuk keinginan, dan 20% untuk tabungan serta investasi. Proporsi ini memberikan kerangka sederhana yang dapat langsung diterapkan tanpa memerlukan sistem pencatatan yang rumit.

### **3. Tabungan**

Tabungan merupakan selisih positif antara pendapatan dan pengeluaran yang disisihkan secara berkala untuk memenuhi kebutuhan di masa depan. Garman & Forgue (2021) merekomendasikan alokasi tabungan minimal sebesar 10–20% dari penghasilan bulanan sebagai standar kesehatan keuangan pribadi. Faudu (2023) mencatat bahwa kesadaran akan pentingnya menabung merupakan salah satu indikator dengan nilai tertinggi dalam perilaku keuangan yang sehat, meskipun implementasinya dalam kehidupan nyata masih menjadi tantangan tersendiri bagi banyak individu.

### **4. Investasi**

Investasi merupakan pengalokasian sebagian dana untuk instrumen yang diharapkan memberikan imbal hasil di masa depan, seperti reksa dana, saham, emas, atau deposito. Kurniawan (2023) menyatakan bahwa perbedaan utama antara tabungan dan investasi terletak pada tujuan dan horizon waktunya. Tabungan bersifat lebih likuid dan untuk kebutuhan jangka pendek, sedangkan investasi ditujukan untuk pertumbuhan kekayaan dalam jangka menengah hingga panjang. Menurut Erwantiningsih et al. (2024), *financial literacy* yang mencakup pemahaman tentang investasi terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemampuan individu dalam mengelola keuangan pribadinya.

### **5. Asuransi**

Asuransi merupakan instrumen perlindungan finansial yang berfungsi untuk memitigasi risiko keuangan akibat kejadian tak terduga

seperti sakit, kecelakaan, atau kehilangan. Garman & Forgue (2021) menempatkan asuransi sebagai komponen wajib dalam manajemen keuangan pribadi yang sehat karena tanpa perlindungan yang memadai, satu kejadian darurat dapat menghapus seluruh tabungan yang telah dibangun. Busman et al. (2022) juga mencatat bahwa kesadaran terhadap pentingnya asuransi masih relatif rendah di kalangan pekerja muda, menjadikannya area yang membutuhkan edukasi lebih lanjut. Dalam konteks pekerja formal di Indonesia, BPJS Kesehatan yang sudah dipotong dari gaji merupakan lapisan perlindungan dasar yang dimiliki, namun perlindungan tambahan seperti asuransi jiwa atau asuransi kesehatan swasta tetap direkomendasikan seiring meningkatnya kemampuan finansial.

## **6. Dana Darurat**

Dana darurat merupakan cadangan keuangan yang disiapkan khusus untuk menghadapi situasi darurat yang tidak terduga, terpisah dari tabungan reguler maupun investasi. Kurniawan (2023) merekomendasikan dana darurat sebesar 3-6 kali pengeluaran bulanan bagi individu yang belum memiliki tanggungan. Ketersediaan dana darurat yang memadai merupakan indikator penting kesiapan finansial seseorang, karena tanpanya individu akan rentan mengambil keputusan finansial yang berisiko ketika menghadapi situasi darurat.

Keenam komponen di atas membentuk sistem keuangan pribadi yang saling berhubungan. Bagi pekerja pemula, memahami alur dari pendapatan kotor menuju *take-home pay*, kemudian mengalokasikannya secara proporsional ke pengeluaran, tabungan, investasi, asuransi, dan dana darurat, merupakan fondasi literasi keuangan praktis yang perlu diinternalisasi sejak awal masa kerja. Dari sini, aplikasi bisa dirancang dengan menyertakan komponen-komponen ini dalam praktik manajemen keuangan.



### 2.2.5 Metode Manajemen Keuangan

Berbagai metode manajemen keuangan telah dikembangkan untuk membantu individu mengalokasikan pendapatan secara terstruktur, masing-masing dengan pendekatan dan tingkat kompleksitas yang berbeda-beda. Pemilihan metode yang tepat perlu mempertimbangkan karakteristik pengguna, karena tidak ada satu metode yang secara universal optimal bagi semua individu (Garman & Forgue, 2021).

#### 1. Metode 50/30/20

Metode 50/30/20 dipopulerkan oleh Warren & Tyagi (2005) dalam buku *All Your Worth: The Ultimate Lifetime Money Plan* sebagai kerangka alokasi anggaran yang membagi *take-home pay* ke dalam tiga kategori: 50% untuk kebutuhan (*needs*), 30% untuk keinginan (*wants*), dan 20% untuk tabungan serta investasi. Metode ini dirancang agar mudah dipahami dan langsung dapat diterapkan tanpa memerlukan pencatatan yang rumit, menjadikannya metode yang ideal bagi individu yang baru mulai mengelola keuangan pribadi secara mandiri.

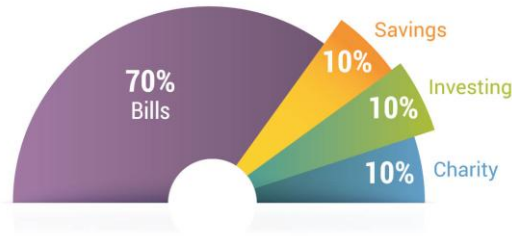
Meski demikian, metode ini memiliki keterbatasan dalam konteks pekerja pemula bergaji rendah di area Jabodetabek. Proporsi 30% untuk keinginan dapat terasa tidak realistis apabila kebutuhan pokok seperti sewa dan transportasi sudah mengonsumsi lebih dari separuh pendapatan. Oleh karena itu, metode ini lebih tepat digunakan sebagai panduan proporsional yang fleksibel atau lebih umum.

#### 2. Metode *Pay Yourself First*

Metode *Pay Yourself First* berlandaskan prinsip yang dipopulerkan oleh Clason (1926) dalam *The Richest Man in Babylon*. Buku menyatakan untuk menyisihkan sebagian penghasilan untuk diri sendiri dalam bentuk tabungan atau investasi sebelum mengalokasikan dana untuk kebutuhan dan pengeluaran lainnya. Prinsipnya sederhana, yaitu minimal 10% dari *take-home pay* disisihkan di awal setiap kali gaji, dan sisa 90% baru digunakan untuk kebutuhan sehari-hari.



### Pay Yourself First The 3 Piggy Bank System



Gambar 2. 4 Skema Pay Yourself First  
Sumber: <https://richdad.com/pay-yourself-first/>

Metode ini lebih efektif untuk individu yang sulit menabung karena uang cenderung habis sebelum sempat disisihkan. Thaler & Sunstein (2008) menjelaskan mekanisme ini melalui konsep *commitment device*, atau sebuah pengaturan yang mengunci perilaku yang diinginkan di masa depan, sehingga membuat pengguna lebih disiplin. Dalam konteks aplikasi, metode ini dapat diwujudkan melalui fitur auto-save yang secara otomatis mengalokasikan persentase tertentu dari pendapatan ke tabungan sebelum anggaran lainnya dihitung.

### 3. Metode Amplop (*Envelope Method*)

Metode amplop merupakan salah satu pendekatan penganggaran tertua yang berasal dari praktik pengelolaan uang tunai secara fisik, di mana pendapatan dibagi ke dalam amplop-amplop berlabel kategori pengeluaran, seperti makan, transportasi, hiburan, dan tagihan. Begitu uang dalam satu amplop habis, tidak ada lagi pengeluaran untuk kategori tersebut hingga periode berikutnya. *National Foundation for Credit Counseling* (NFCC) mengidentifikasi metode ini sebagai salah satu pendekatan paling efektif untuk membangun kesadaran pengeluaran karena sifatnya yang konkret dan visual.



Gambar 2. 5 Skema Envelope Method  
 Sumber: <https://mybellataylor.com/...>

Dalam konteks aplikasi digital, metode amplop diadaptasi menjadi sistem budget kategori di mana setiap kategori pengeluaran memiliki batas anggaran tersendiri dan pengguna mendapat notifikasi ketika mendekati atau melampaui batas tersebut. Metode ini paling cocok untuk individu dengan karakter terstruktur yang ingin kontrol penuh atas setiap kategori pengeluaran.

#### 4. Zero-Based Budgeting

*Zero-based budgeting* (ZBB) adalah metode penganggaran di mana seluruh pendapatan dialokasikan ke berbagai kategori tertentu hingga sisa anggaran mencapai nol. Hal ini bukan berarti tidak ada uang tersisa, melainkan setiap rupiah sudah memiliki tujuan yang jelas. Metode ini dikembangkan oleh Pyhrr (2012) dalam konteks korporat dan kemudian dipopulerkan untuk keuangan pribadi oleh Ramsey (2013) melalui konsep *Every Dollar Has a Job*. Formula dasarnya: pendapatan dikurangi seluruh alokasi pengeluaran, tabungan, dan investasi sama dengan nol.

Metode ini menghasilkan perencanaan keuangan yang paling akurat dan menyeluruh, namun memerlukan komitmen dan kedisiplinan yang tinggi dalam pencatatan. Schwartz (2004) mengingatkan bahwa terlalu banyak keputusan alokasi yang harus dibuat setiap bulan dapat menimbulkan *decision fatigue* bagi pengguna yang belum terbiasa. Hal

ini menjadikan metode ini lebih tepat sebagai fitur lanjutan bagi pengguna yang sudah melewati tahap awal pengelolaan keuangan.

#### **4. Aturan 10/20 (*Debt Management Rule*)**

Berbeda dari empat metode sebelumnya yang berfokus pada alokasi pendapatan, aturan 10/20 yang dirumuskan oleh Garman & Forgue (2021) secara khusus dirancang untuk mengelola utang konsumtif. Aturan ini menetapkan dua batas maksimum, yaitu total cicilan utang tidak boleh melebihi 20% dari *take-home pay* bulanan, dan khusus untuk utang konsumtif seperti kartu kredit dan paylater, batasnya adalah 10% dari *take-home pay*.

Metode ini relevan dalam konteks pekerja pemula yang terpapar layanan Buy Now Pay Later (BNPL) dan kredit digital yang mudah diakses. OJK (2024) mencatat bahwa penggunaan pinjaman online di kalangan usia 18–25 tahun terus meningkat, dengan sebagian besar digunakan untuk konsumsi dan bukan kebutuhan produktif. Dalam konteks aplikasi, aturan 10/20 dapat diwujudkan sebagai fitur *debt warning* yang memberi peringatan ketika alokasi cicilan pengguna mendekati atau melampaui ambang batas yang sehat.

Kelima metode di atas bersifat saling melengkapi tergantung pada profil dan kebutuhan pengguna. Dalam konteks perancangan aplikasi *financial assistant* ini, pemilihan metode yang direkomendasikan kepada pengguna disesuaikan dengan *financial persona* yang teridentifikasi pada tahap *onboarding*. Pendekatan personalisasi ini sejalan dengan prinsip *nudge theory* (Thaler & Sunstein, 2008) yang menekankan bahwa efektivitas intervensi perilaku keuangan sangat bergantung pada kesesuaian antara metode yang ditawarkan dengan karakteristik spesifik penggunaannya.

### 2.2.6 Konsep *Financial Persona*

Setiap individu memiliki cara yang unik dalam merespons urusan keuangan. Perbedaan ini dipengaruhi oleh besaran pendapatan atau tingkat pendidikan, melainkan juga oleh keyakinan bawah sadar, kebiasaan, dan pola perilaku yang terbentuk sejak dini. Dalam konteks desain aplikasi keuangan, memahami keragaman perilaku finansial pengguna dapat menjadi landasan penting untuk menghadirkan pengalaman yang sesuai.

#### 1. *Money Scripts* dan *Financial Psychology*

Klontz et al. (2011) memperkenalkan konsep *money scripts* sebagai keyakinan bawah sadar tentang uang yang dipelajari sejak masa kanak-kanak dan secara tidak disadari memandu perilaku finansial seseorang di masa dewasa. Melalui penelitian Klontz et al. (2011), ada empat pola keyakinan yang berbeda: *money avoidance* (menghindari urusan uang karena dianggap negatif), *money worship* (meyakini uang adalah solusi atas segala masalah), *money status* (mengidentikkan nilai diri dengan kekayaan materi), dan *money vigilance* (berhati-hati hingga cenderung menghindari pengeluaran apapun). Hal penting dari studi ini adalah bahwa individu muda dengan pendapatan rendah lebih cenderung mengidentifikasi diri dengan pola *money avoidance*. Hal ini sangat relevan dengan profil pekerja pemula sebagai target pengguna aplikasi ini, dimana mereka bisa dipandu dalam manajemen keuangan mereka.

#### 2. Perilaku Keuangan pada Usia Muda

Lučić, Erceg & Ježovit (2025) dalam *Journal of Financial Counseling and Planning* ini menghasilkan empat tipe konsumen muda yang berbeda, yaitu: *extreme impulsives* (individu yang membuat keputusan keuangan secara impulsif dan tidak terencana), *illiterate impulsives* (individu yang impulsif dengan tingkat literasi keuangan rendah), *moderately uninterested* (individu yang tidak terlibat aktif dalam pengelolaan keuangannya), dan *rational planners* (individu yang

membuat keputusan keuangan secara rasional dan terencana). Studi ini juga menekankan bahwa intervensi yang efektif perlu mempertimbangkan tipe perilaku spesifik pengguna, karena kebutuhan edukasi dan motivasi tiap tipe berbeda secara fundamental.

### 3. Nudge Theory

Thaler & Sunstein (2008) dalam *Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness* memperkenalkan konsep nudge sebagai pendekatan desain yang secara halus mendorong individu ke arah keputusan yang lebih baik tanpa memaksa atau membatasi pilihan. Konsep ini lahir dari pengamatan bahwa manusia sering kali tidak bertindak sesuai dengan niat mereka. Fenomena ini dikenal sebagai *intention-action gap*. Dalam konteks keuangan, seseorang yang berniat menabung tidak otomatis akan menabung kecuali ada mekanisme yang memudahkan atau mengingatkan mereka untuk melakukannya.

Penerapan *nudge theory* dalam desain aplikasi keuangan terletak pada kemampuannya untuk mengubah perilaku melalui arsitektur pilihan (*choice architecture*), seperti pengaturan *personalized*, reminder, visualisasi progres, dan *flow* yang efektif. Dari prinsip ini, aplikasi *financial assistant* bisa digunakan sebagai media untuk menggambarkan dan analisa keuangan mereka secara proaktif, sehingga mendorong pengguna untuk mengambil langkah keuangan yang lebih baik sesuai dengan tipe perilaku mereka.

#### 2.2.7 Jenis *Financial Persona*

Berdasarkan penelitian sebelumnya, maka jenis *financial persona* dapat diidentifikasi menjadi lima jenis. Setiap persona merepresentasikan pola perilaku finansial yang berbeda dan memerlukan pendekatan rekomendasi yang berbeda juga. Berikut adalah pembagian ke-lima jenis tersebut:

### **1. *The Spontaneous***

Persona ini mencirikan individu yang cenderung menghabiskan penghasilan secara impulsif, sering kali dalam minggu pertama setelah gaji, dan tidak memiliki perencanaan keuangan yang jelas. Keputusan pengeluaran didorong oleh dorongan sesaat dan bukan berdasarkan kebutuhan. Lučić et al. (2025) mengidentifikasi tipe ini sebagai *extreme impulsives* yang paling rentan terhadap ketidakstabilan finansial. Dari sini, aplikasi perlu memberikan fitur *budget lock*, pengingat *real-time* saat pengeluaran mendekati batas anggaran, serta visualisasi dampak pengeluaran impulsif terhadap tujuan keuangan jangka pendek.

### **2. *The Survivor***

Persona ini menggambarkan individu yang mengelola keuangan secara pasif, seperti cukup untuk memenuhi kebutuhan bulanan, namun tidak memiliki ambisi atau sistem untuk menabung dan berinvestasi. Kahneman (2011) menjelaskan kecenderungan ini melalui konsep status quo bias, di mana individu cenderung bertahan pada kondisi yang ada karena perubahan dianggap berisiko atau melelahkan secara kognitif. Lučić et al. (2025) mengidentifikasinya sebagai tipe *moderately uninterested*. Dari sini, aplikasi perlu menyajikan langkah-langkah kecil yang tidak ribet untuk memulai kebiasaan menabung, disertai edukasi sederhana tentang manfaat jangka panjang dari tindakan finansial kecil yang konsisten.

### **3. *The Planner***

Persona ini menggambarkan individu yang memiliki kesadaran finansial yang baik dan menyukai perencanaan terstruktur, namun sering kali gagal konsisten ketika rencana tidak berjalan sesuai ekspektasi. Thaler & Sunstein (2008) mengidentifikasi *intention-action gap* sebagai hambatan utama tipe ini, dimana niat yang kuat tidak selalu berujung pada tindakan nyata. Lučić et al. (2025) menyebutnya sebagai



*rational planners* yang memiliki potensi paling besar untuk berkembang. Dari sini, aplikasi perlu memberikan fleksibilitas dalam penyesuaian rencana, sistem streak dan pencapaian untuk menjaga motivasi jangka panjang.

#### **4. *The Status Spender***

Persona ini mencirikan individu yang pengeluarannya sangat dipengaruhi oleh lingkungan social dan tren. Klontz et al. (2011) mengidentifikasi pola ini sebagai *money status script*, di mana nilai diri seseorang dikaitkan dengan kepemilikan materi. Akibatnya, gaya hidup yang dijalani sering kali melebihi kapasitas pendapatan yang dimiliki. Dari sini, aplikasi perlu menghadirkan fitur komparasi gaya hidup dengan kondisi keuangan aktual, serta pendekatan edukasi yang tidak menghakimi namun membuka kesadaran tentang dampak jangka panjang dari pola pengeluaran berbasis status.

#### **5. *The Explorer***

Persona ini menggambarkan individu yang sebenarnya memiliki niat dan, punya kemampuan finansial yang memadai, namun mengalami kesulitan dalam pengambilan keputusan (decision paralysis) karena terlalu banyak pilihan atau informasi yang membingungkan. Schwartz (2004) dalam *The Paradox of Choice* menjelaskan bahwa semakin banyak pilihan yang tersedia, semakin tinggi kecemasan yang dirasakan dan semakin rendah kemungkinan individu mengambil tindakan. Dari sini, aplikasi perlu menyederhanakan pilihan menjadi satu atau dua rekomendasi yang jelas dan kontekstual, dengan panduan langkah demi langkah yang mengurangi beban kognitif pengguna.

Dalam konteks desain aplikasi, identifikasi persona dominan melalui *financial personality assessment* di tahap *onboarding* memungkinkan aplikasi untuk bisa menyesuaikan tampilan, rekomendasi, dan pendekatan edukasi secara personal. Pendekatan



berbasis persona ini sejalan dengan prinsip *nudge theory* (Thaler & Sunstein, 2008), di mana efektivitas intervensi perilaku sangat bergantung pada pemahaman yang mendalam terhadap profil dan konteks pengguna yang dituju.

Secara keseluruhan, pemahaman terhadap manajemen keuangan pribadi bisa menjadi konten dalam perancangan. Setiap aspek yang dibahas menunjukkan bahwa pengelolaan keuangan yang efektif bukan sekadar soal angka, melainkan juga soal perilaku, kebiasaan, dan pola pikir yang terbentuk dari waktu ke waktu. Hal ini menegaskan bahwa pendekatan yang tepat dalam merancang aplikasi keuangan harus bersifat personal, kontekstual, dan mampu mendorong perubahan perilaku secara bertahap.

### **2.3 Kebiasaan Keuangan**

Sinnewe (2023) mendefinisikan *financial habits* sebagai pola tindakan dari waktu ke waktu yang mencakup aktivitas seperti mendapatkan penghasilan, menabung, membelanjakan uang, dan memberikan (*earning, saving, spending, and gifting*) (Gudmunson & Danes, 2011, dalam Sinnewe, 2023). Definisi ini membedakan kebiasaan keuangan dari pengambilan keputusan finansial yang bersifat kejadian tunggal (*event-like*), seperti membuka rekening investasi atau mengambil kredit pemilikan rumah.

Dari perspektif psikologi, kebiasaan didefinisikan sebagai asosiasi antara isyarat dan respons dalam memori yang terbentuk secara perlahan melalui pengulangan tindakan dalam situasi yang stabil (Orbell & Verplanken, 2010; dalam Sinnewe, 2023). Kebiasaan dikategorikan sebagai *System 1 thinking*, yaitu proses kognitif yang bekerja secara cepat, otomatis, dan tidak membutuhkan banyak beban kerja memori (Evans & Stanovich, 2013, dalam Sinnewe, 2023). Karena bersifat otomatis, kebiasaan keuangan memiliki dua karakteristik utama, yaitu *goal independence* (terjadi tanpa perlu adanya tujuan spesifik yang sedang dikejar) dan *context dependence* (sangat bergantung pada stabilitas konteks atau lingkungan di mana kebiasaan tersebut terbentuk).

Temuan penting dari Sinnewe (2023) menyatakan bahwa literasi keuangan bukan merupakan faktor utama yang mendorong keterlibatan seseorang dalam pengelolaan keuangan sehari-hari. Sebaliknya, motivasi terbukti menjadi pendorong yang jauh lebih kuat dibandingkan tingkat pengetahuan finansial seseorang. Berarti, seseorang yang memiliki literasi keuangan tinggi belum tentu memiliki kebiasaan keuangan yang baik jika tidak disertai dengan motivasi yang memadai. Namun, literasi keuangan yang bersifat subjektif tampak lebih relevan pada situasi pengambilan keputusan finansial yang bersifat kejadian besar, seperti pertama kali berinvestasi di pasar saham atau mengambil kredit. Pada konteks inilah kurangnya kepercayaan diri terhadap pengetahuan finansial dapat menjadi hambatan nyata bagi seseorang untuk bertindak, meskipun motivasinya sudah ada.

### **2.3.1 Pembentukan Kebiasaan Keuangan**

Sinnewe (2023) secara khusus memilih fase transisi dari dunia pendidikan ke dunia kerja sebagai momen yang lebih kritis dalam pembentukan kebiasaan keuangan. Pada fase ini, individu pertama kali memperoleh pendapatan yang lebih besar dan lebih stabil, yang di satu sisi menawarkan kebebasan finansial yang lebih besar, namun di sisi lain juga berpotensi mendorong terbentuknya kebiasaan pengeluaran yang tidak sehat. Pola perilaku keuangan yang terbentuk saat seseorang pertama kali memasuki dunia kerja cenderung berdampak secara berkelanjutan, dan seringkali tidak disadari terhadap kondisi finansial jangka panjang individu tersebut.

Temuan Sinnewe (2023) menunjukkan bahwa pekerja pemula yang baru memasuki dunia kerja umumnya merasa lebih leluasa dalam membelanjakan uang karena adanya peningkatan pendapatan. Kondisi ini dapat memperkuat kebiasaan konsumtif jika tidak diimbangi dengan motivasi yang cukup untuk mengelola keuangan secara terencana. Sebaliknya, individu yang memiliki motivasi kuat, misalnya karena memiliki tujuan finansial jangka panjang atau dipengaruhi oleh konteks sosial tertentu, cenderung membentuk kebiasaan keuangan yang lebih sehat sejak awal bekerja.

### 2.3.2 Faktor Kebiasaan Keuangan

Sinnewe (2023) mengidentifikasi beberapa faktor utama yang memengaruhi pembentukan dan perubahan kebiasaan keuangan pada pekerja pemula. Faktor-faktor ini berasal dari pengaruh eksternal seperti lingkungan sosial dan pengalaman hidup, yang secara langsung membentuk sikap, motivasi, dan orientasi finansial seseorang dalam mengelola keuangannya sehari-hari.

#### 1. Pengaruh Keluarga

Pengaruh keluarga, khususnya orang tua, merupakan faktor sosialisasi yang paling dominan. Orang tua berfungsi sebagai role model yang mewariskan norma, sikap, dan perilaku keuangan kepada anak-anaknya sejak dini, sehingga individu yang tumbuh dengan orang tua yang memiliki kebiasaan menabung yang baik cenderung mengadopsi kebiasaan serupa saat memasuki dunia kerja.

#### 2. Hubungan Romantis

Hubungan romantis yang serius terbukti menjadi katalis perubahan orientasi finansial yang signifikan. Individu yang berada dalam hubungan romantis jangka panjang cenderung beralih dari orientasi finansial jangka pendek (*present utility*) ke orientasi jangka panjang (*future utility*), yang mendorong mereka untuk lebih aktif menggunakan anggaran secara lebih terstruktur.

#### 3. Pengalaman Kesulitan Finansial

Pengalaman kesulitan finansial, terbukti meningkatkan financial *self-efficacy*, yaitu keyakinan terhadap kemampuan diri dalam mengelola keuangan. Individu yang pernah mengalami tekanan finansial cenderung menunjukkan kontrol yang lebih ketat terhadap pengeluarannya sebagai respons terhadap pengalaman tersebut.

#### 4. Tekanan Sosial & Media Sosial

Tekanan sosial dan paparan gaya hidup ideal di media sosial dapat menjadi penghambat terbentuknya kebiasaan keuangan yang sehat. Fenomena *Fear of Missing Out (FOMO)* yang diperkuat oleh konten media sosial mendorong pengeluaran impulsif dan tidak terencana, terutama pada individu yang belum memiliki orientasi finansial jangka panjang yang kuat (Sinnewe, 2023).

Secara keseluruhan, pemahaman mengenai kebiasaan keuangan menunjukkan bahwa perilaku finansial seseorang tidak hanya dipengaruhi oleh tingkat literasi keuangan, tetapi juga oleh motivasi. Fase awal memasuki dunia kerja menjadi periode yang penting karena individu mulai memiliki pendapatan tetap dan membangun pola pengelolaan keuangan yang berpotensi bertahan dalam jangka panjang. Oleh karena itu, perancangan aplikasi dirancang sebagai fasilitas untuk bisa mendorong terbentuknya kebiasaan finansial yang sehat.

### 2.3 Penelitian yang Relevan

Penelitian yang relevan diperlukan sebagai landasan dalam memahami perkembangan penelitian di bidang yang sama, sekaligus mengidentifikasi apa yang belum terjawab oleh penelitian sebelumnya dan memvalidasi ide yang dirancang. Adapun penelitian yang dicari berfokus pada perancangan UI/UX aplikasi manajemen keuangan, penggunaan metode *Design Thinking*, serta penelitian yang mengkaji perilaku dan literasi keuangan pekerja pemula. Berikut penelitian yang relevan tersebut:

Tabel 2.2 Penelitian yang Relevan

| No. | Judul Penelitian                                                                               | Penulis                  | Hasil Penelitian                                                                                                                                                | Kebaruan                                                                                                         |
|-----|------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.  | <i>Perancangan Desain UI/UX Aplikasi Manajemen Keuangan Menggunakan Metode Design Thinking</i> | Tangka & Lompoliu (2024) | Merancang UI/UX aplikasi manajemen keuangan menggunakan metode <i>Design Thinking</i> dengan tahapan <i>empathize, define, ideate, prototype, dan testing</i> . | Penelitian ini focus merancang aplikasi manajemen keuangan secara umum tanpa menargetkan kelompok usia tertentu. |
| 2.  | <i>Penerapan Metode Design Thinking</i>                                                        | Aditiya et al. (2025)    | Penelitian ini merancang aplikasi manajemen                                                                                                                     | Integrasi tahapan <i>Design Thinking</i> dan                                                                     |

|    |                                                                                                                            |                                                                        |                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                          |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | <i>Dalam Perancangan UI/UX Aplikasi Manajemen Keuangan</i>                                                                 |                                                                        | keuangan berbasis <i>mobile</i> dengan pendekatan <i>Design Thinking</i>                                                                                                                              | <i>user centred</i> sepenuhnya dalam konteks aplikasi manajemen keuangan,                                                                                                                |
| 3. | <i>Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Financial Wellbeing Generasi Z Berpenghasilan di Surabaya, Indonesia</i>                | JIMEA, Vol. 9 No. 1 (2025)                                             | <i>Self-control</i> terbukti menjadi kontributor utama dalam pengelolaan keuangan yang efektif di tengah tekanan konsumsi modern.                                                                     | Penelitian ini menganalisis faktor-faktor pembentuk <i>financial wellbeing</i> .                                                                                                         |
| 4. | <i>Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Menabung Gen Z dengan Moderasi Pengaruh Sosial</i>                                  | Tannia et al. (2025)                                                   | Hasil menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku menabung Gen Z. Artinya, semakin sadar dan paham soal keuangan, semakin cenderung Gen Z akan berperilaku menabung. | Menambahkan moderator pengaruh sosial, yang sebelumnya kurang banyak diteliti dalam konteks hubungan antara literasi keuangan dan perilaku menabung. Ini memberikan insight baru tentang |
| 5. | <i>Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan Paylater, dan Pendapatan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Indonesia</i> | Jurnal HATTA: Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi, Vol. 3 No. 2 (2025) | Generasi muda semakin terdorong untuk melakukan pembelian impulsif seiring dengan kemudahan akses paylater yang kini terintegrasi dalam berbagai platform <i>e-commerce</i> .                         | Penelitian ini menganalisis hubungan antar variabel secara statistik. (Literasi Keuangan, Penggunaan Paylater, dan Pendapatan)                                                           |

Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa sudah ada penelitian yang membahas perancangan aplikasi manajemen keuangan Selain itu, penelitian di bidang UI/UX umumnya belum menargetkan segmen pengguna secara spesifik, sementara penelitian tentang literasi dan perilaku

keuangan pekerja pemula belum menghasilkan solusi produk digital. Kebaruan dari perancangan ini adalah mengintegrasikan aspek-aspek tersebut dalam suatu perancangan aplikasi *mobile* yang ditujukan bagi usia 18–25 tahun di wilayah Jabodetabek yang berada pada fase awal bekerja.



UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA