

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh status WhatsApp karyawan Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Kuningan terhadap literasi keuangan nasabah. Latar belakang penelitian ini didasari oleh fenomena pesatnya perkembangan teknologi komunikasi, di mana WhatsApp kini tidak hanya berfungsi sebagai media sosial, tetapi juga dimanfaatkan sebagai sarana penyebaran informasi dan edukasi keuangan. Penelitian ini melibatkan 393 responden yang merupakan nasabah BRI di Kabupaten Kuningan, Jawa Barat. Karakteristik responden dianalisis berdasarkan faktor demografis, termasuk jenis kelamin, intensitas penggunaan aplikasi BRIMO, dan jenis pekerjaan, yang turut memengaruhi variabel penelitian. Metode penelitian yang digunakan adalah statistika deskriptif dengan menggunakan metode korelasi dan regresi linear. Adapun instrument yang digunakan adalah angket intensitas pemanfaatan status Whatsapp dan literasi keuangan nasabah BRI. Hasil analisis menunjukkan bahwa status WhatsApp karyawan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap literasi keuangan nasabah. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$) dan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,432, yang berarti 43,2% variasi literasi keuangan nasabah dijelaskan oleh variasi status WhatsApp karyawan. Model regresi linear sederhana yang diperoleh adalah Literasi Keuangan = $29,007 + 1,154 \times \text{Status WhatsApp}$, yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu poin kualitas status WhatsApp karyawan diprediksi meningkatkan literasi keuangan nasabah sebesar 1,154 poin, dengan asumsi faktor lain tetap konstan. Uji ANOVA mendukung hasil ini dengan nilai F hitung 299,621 ($p < 0,05$), menegaskan bahwa model regresi signifikan. Penelitian ini menegaskan bahwa media sosial, khususnya fitur status WhatsApp, dapat berfungsi sebagai stimulus sesuai teori Stimulus-Organism-Response (SOR) untuk meningkatkan proses kognitif nasabah, sehingga mendorong pemahaman dan perilaku finansial yang lebih baik. Komunikasi digital informal ini terbukti menjadi strategi efektif dalam meningkatkan literasi keuangan masyarakat secara berkelanjutan di sektor perbankan.

Kata Kunci : Status Whatsapp, Literasi Keuangan, Stimulus-Organism-Response (SOR)

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kuningan Branch employees' WhatsApp status on customers' financial literacy. The background of this research is based on the rapid development of communication technology, where WhatsApp not only serves as a social media platform but is also utilized as a medium for disseminating information and financial education. The study involved 393 respondents, who are BRI customers in Kuningan Regency, West Java. Respondents' characteristics were analyzed based on demographic factors, including gender, intensity of BRIMO application usage, and type of occupation, which contribute to the research variables. The research method employed descriptive statistics with correlation and linear regression analysis. The instruments used were questionnaires measuring the intensity of WhatsApp status utilization and customers' financial literacy. The analysis revealed that employees' WhatsApp status has a positive and significant influence on customers' financial literacy. This is evidenced by a significance value of 0.000 (< 0.05) and a coefficient of determination (R^2) of 0.432, indicating that 43.2% of the variation in financial literacy can be explained by the variation in employees' WhatsApp status. The simple linear regression model obtained is $Financial\ Literacy = 29.007 + 1.154 \times WhatsApp\ Status$, indicating that each one-point increase in the quality of employees' WhatsApp status is predicted to raise customers' financial literacy scores by 1.154 points, assuming other factors remain constant. ANOVA testing supports this result with an F-value of 299.621 ($p < 0.05$), confirming the model's significance. This study affirms that social media, particularly WhatsApp status features, can function as a stimulus within the Stimulus-Organism-Response (SOR) framework to enhance customers' cognitive processes, thereby fostering improved financial understanding and behavior. Informal digital communication has proven to be an effective strategy for sustainably improving financial literacy within the banking sector.

Keywords: WhatsApp Status, Financial Literacy, Stimulus-Organism-Response (SOR)