

# BAB I

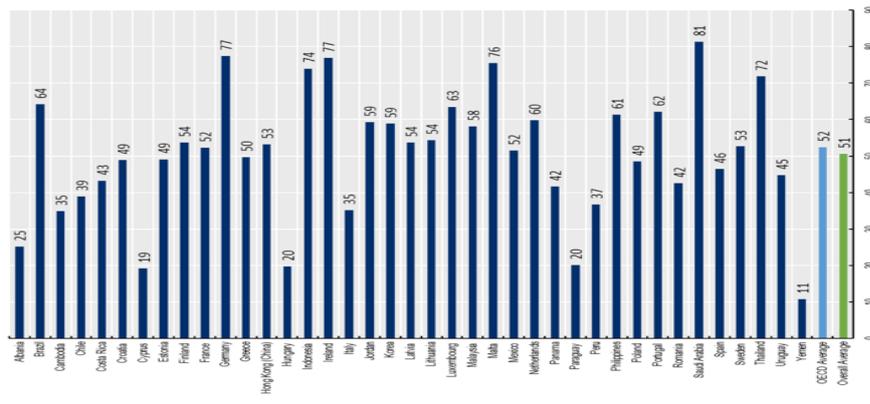
## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar belakang masalah

Perilaku keuangan telah menjadi isu yang krusial dalam beberapa tahun terakhir, khususnya di kalangan Gen Z karena mereka tumbuh di era digital yang penuh dengan pilihan keuangan kompleks dan beragam (Dian Setyorini et al., 2024). Perilaku keuangan yang dimaksud digambarkan sebagai cara individu menangani, mengawasi, dan memanfaatkan sumber daya keuangan mereka. Perkembangan teknologi digital mendorong munculnya berbagai aplikasi keuangan berbasis teknologi (*financial technology*) yang menyediakan berbagai kemudahan dalam membuat pengelolaan keuangan lebih cepat, efisien, dan aksesibel bagi pengguna menjadi faktor utama yang menarik atensi gen Z untuk terlibat dalam transaksi keuangan digital (Katadata.com, 2021) . Sebanyak 68 % gen Z terlibat dalam aktivitas yang berkaitan dengan penggunaan aplikasi keuangan (Databoks, 2023). Nisak & Santoso (2023) mengidentifikasi tabungan, investasi, manajemen kredit, dan asuransi sebagai faktor kunci yang digunakan untuk mengevaluasi perilaku keuangan. Pentingnya pemahaman mengenai keuangan memiliki dampak signifikan pada pengambilan keputusan yang memengaruhi masa depan. Perilaku keuangan menjadi sangat penting dalam kehidupan individu dan masyarakat, karena keputusan keuangan yang diambil dapat mempengaruhi kesejahteraan baik dalam jangka pendek maupun panjang (Ulffy Safryani et al., 2020)

Organisasi kerja sama ekonomi dan pembangunan, *Economic Cooperation and Development* (OECD) menyoroti masalah rendahnya tingkat perilaku keuangan yang bijak di berbagai negara. Berikut adalah grafik perilaku keuangan di berbagai negara di dunia pada tahun 2022 (OECD, 2023):

**Gambar 1. 1 Minimum Target Financial Behaviour 2022**



Sumber: oecd-ilibrary.org

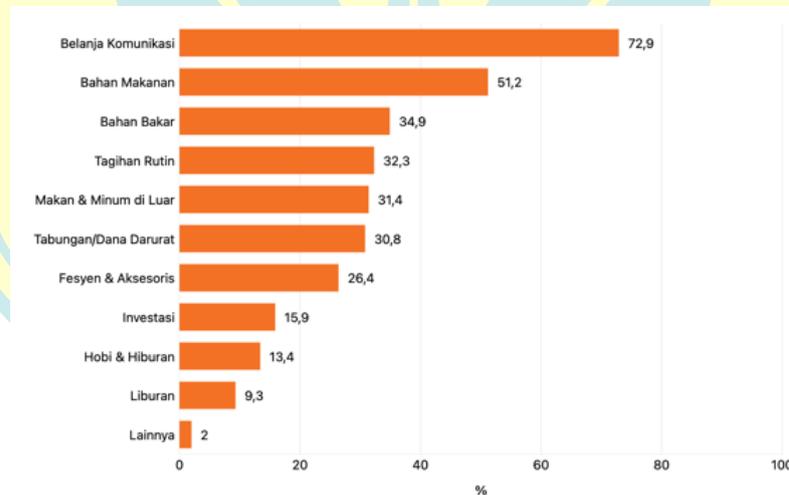
Permasalahan yang didapat dari penelitian tentang perilaku keuangan diatas adalah hanya 26% masyarakat yang membandingkan produk keuangan dari berbagai penyedia, yang menunjukkan kurangnya kebiasaan melakukan penelitian sebelum membuat keputusan keuangan penting. Selain itu, hanya 24% masyarakat yang mencari nasihat dari sumber independen sebelum membeli produk atau layanan keuangan, yang mengindikasikan bahwa banyak orang mungkin membuat keputusan tanpa memperoleh pandangan yang tidak bias. Meskipun sekitar 77% orang membayar tagihan tepat waktu dan tidak meminjam dalam setahun terakhir untuk memenuhi kebutuhan, angka ini masih menunjukkan bahwa ada 23% masyarakat yang mungkin memiliki masalah dengan pengelolaan keuangan dasar. Data ini mencerminkan adanya kesenjangan dalam pemahaman dan penerapan perilaku keuangan yang bijak, menunjukkan perlunya peningkatan pendidikan

keuangan di berbagai negara dan ekonomi. Secara keseluruhan, artikel ini menegaskan bahwa meskipun ada beberapa perilaku keuangan yang positif, masih ada banyak ruang untuk meningkatkan pemahaman dan praktik keuangan untuk memastikan keputusan keuangan yang lebih baik dan lebih informatif.

Data penduduk global yang dirilis oleh (DataIndonesia.id, 2023) menunjukkan bahwa Gen Z adalah kelompok penduduk dengan persentase tertinggi yakni sekitar 27,94% dari total penduduk global pada tahun 2020. Kemajuan teknologi khususnya dibidang digital kerap melekat dengan generasi yang lahir dikisaran tahun 1995-2010 tersebut. Gen- Z adalah generasi yang tumbuh besar dengan teknologi canggih. Mereka juga dikenal dengan sebutan *native digital* (melek digital). Ketergantungan Gen Z pada teknologi dapat dilihat dari penggunaan aplikasi keuangan, media sosial dan *social commerce*. Hampir setiap hari masyarakat khususnya Gen Z mengakses informasi melalui *platform* digital mulai dari bangun tidur hingga beristirahat kembali. Katadata.co.id (2022) merilis bahwa sebanyak 28,6% penduduk Gen Z menggunakan *platform* digital pada tahun 2021. Ketergantungan Gen Z pada media sosial juga kerap dikaitkan dengan perilaku keuangan mereka. Pasalnya, sebanyak 58% Gen Z berbelanja dengan menggunakan aplikasi. Katadata.com (2021) mencatat mayoritas Gen Z paling sering menggunakan *Shopee Pay* dan *e-money* untuk bertransaksi. Tercatat, masing-masing 77,8% dan 75% responden memilih metode tersebut. Selanjutnya, responden memilih menggunakan DANA, LinkAja, dan OVO masing-masing 60%, 50%, dan 30%. Namun penggunaan *fintech* dikalangan Gen Z berbasis digital tersebut ternyata menimbulkan masalah baru.

Data yang dirilis oleh (OJK.go.id, 2023), Gen Z dan Milenial memiliki utang yang lebih besar dibandingkan dengan generasi lainnya. Hal ini terlihat dari data kepemilikan rekening dan jumlah pinjaman yang masih belum lunas pada *fintech P2P lending*. Tercatat bahwa 62% rekening *fintech P2P lending* dimiliki oleh nasabah berusia 19-34 tahun. Selain itu, 60% pinjaman dari *fintech P2P lending* juga disalurkan kepada nasabah dalam rentang usia tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna *fintech P2P lending* didominasi oleh Gen Z dan Milenial. Diagram berikut menggambarkan bahwa mayoritas pengeluaran Gen Z digunakan untuk berbelanja kebutuhan dan hanya sedikit yang sadar untuk menabung dan berinvestasi.

**Gambar 1. 2 Kebutuhan rutin bulanan Gen-Z ( September 2021)**



Sumber : databoks (2022)

Hasil survei Katadata *Insight Center (KIC)* dan Zigi menunjukkan bahwa Gen Z mengalokasikan sebagian besar pengeluaran bulanan mereka, yakni 72,9%, untuk kebutuhan komunikasi seperti membeli pulsa dan internet. Setelah itu, kebutuhan bulanan terbesar kedua adalah belanja bahan makanan, dengan 51,2%

Gen Z yang mengaku rutin melakukannya setiap bulan. Sebanyak 34,9% Gen Z secara rutin menghabiskan uang mereka untuk bahan bakar. Pengeluaran rutin berikutnya adalah untuk membayar tagihan, seperti cicilan rumah dan kendaraan, yang mencapai 32,3%. Kemudian, 31,4% Gen Z secara rutin mengeluarkan uang untuk makan dan minum di luar rumah. Pengeluaran terendah adalah untuk hiburan, dengan hanya 9,3% responden Gen Z yang membelanjakan uang untuk liburan. Selain itu, 13,4% Gen Z memiliki pengeluaran rutin untuk hobi dan hiburan. Survei ini juga menggali perilaku keuangan dan persepsi terhadap investasi.

Sehari-hari Gen-Z menghabiskan waktu menggunakan internet rata-rata sekitar 8 jam 50 menit (Siregar et al., 2024). Media sosial yang paling sering digunakan adalah *Instagram, Tiktok, Youtube, Whatsapp, X dan Facebook*. Kemahiran dalam menggunakan teknologi digital dan sosial media menjadikan profesi wirausaha sebagai preferensi dalam berkarir ketimbang sebagai pekeria kantor. Pohan & Novien Rialdy (2024) dalam penelitiannya menyatakan bahwa 72 % Gen- Z bercita-cita ingin memiliki bisnis sendiri. Sebagian besar mereka tidak suka diatur dan ingin membangun bisnis sendiri. Tidak sedikit dari mereka yang bahkan sudah merealisasikan keinginan tersebut dengan mendirikan usaha dengan mengkolaborasikan *platform social media* sebagai *social commerce* untuk mempromosikan produk mulai dari skala kecil hingga besar. Kemudahan memulai bisnis di era digital menarik perhatian Gen Z untuk berbisnis meski dengan pengalaman yang minim. Namun demikian tidak sedikit wirausaha Gen Z yang gagal dalam berbisnis meskipun mereka melek digital. Faturokhman et al., (2020) meneliti bahwa ada 75 % pebisnis gagal di tiga tahun pertama dan sebagian besar

diantaranya adalah Gen Z. Hal ini sebagai implikasi dari perilaku keuangan yang kurang baik dan minimnya literasi keuangan.

Gen Z seringkali dikagumi karena sikap progresif dan kecenderungan mereka untuk berinovasi, terdapat beberapa aspek perilaku keuangan yang bisa dianggap negatif ketika mereka terlibat dalam dunia wirausaha, fenomena menunjukkan bahwa wirausaha Gen-Z menghadapi sejumlah tantangan keuangan yang berdampak pada stabilitas bisnis mereka. Beberapa tantangan yang dihadapi Gen Z dalam hal perilaku keuangan. Pertama ketidakpastian finansial. Dari data survei terbaru yang melibatkan responden Gen Z yang terlibat dalam wirausaha, sekitar 50% dari mereka cenderung terlibat dalam gaya hidup konsumtif, yang tercermin dalam pengeluaran yang signifikan. Dalam konteks ini, hanya 30% yang melaporkan kebiasaan menabung sebagai cadangan keuangan, menyoroti ketidakpastian dalam mengelola keuangan pribadi mereka. Anggarini et al., (2021). Kedua ketergantungan tinggi pada kartu kredit dan pembayaran digital menjadi fenomena umum. Lebih dari 60% wirausaha Gen Z menggunakan metode pembayaran ini sebagai alat utama, sementara hanya 20% yang memiliki rencana pengelolaan utang yang terstruktur, menciptakan potensi risiko keuangan. Dalam hal investasi, sekitar 40% wirausaha Gen Z terlibat tanpa riset yang memadai, meningkatkan risiko finansial mereka. Hanya 25% yang memiliki pemahaman yang memadai terkait pasar keuangan dan strategi investasi yang efektif, mencerminkan kurangnya kesiapan dalam membuat keputusan investasi yang cerdas. Kurangnya pemahaman keuangan umum juga menjadi tantangan, dengan lebih dari 60% Gen-Z mengakui kesulitan memahami konsep keuangan bisnis. Data ini menyoroti

kebutuhan mendesak akan pendidikan keuangan yang lebih spesifik, mentorship fokus pada manajemen keuangan, dan pelatihan keterampilan yang disesuaikan untuk membantu mereka mengelola ketidakstabilan keuangan, menciptakan pondasi yang kuat bagi keberlanjutan bisnis mereka (Katadata.com, 2021).

Ketergantungan Gen Z pada utang juga menjadi tantangan ketiga. Gen Z mudah tergoda untuk menggunakan opsi utang dengan mudah, seperti kartu kredit atau pinjaman tanpa pertimbangan yang matang. Terlalu mengandalkan utang tanpa perencanaan dapat mengakibatkan beban keuangan yang berlebihan dan risiko likuiditas yang tinggi. Kelompok usia yang terdiri dari Gen Z tersebut memiliki nilai akumulasi gagal bayar utang sebesar Rp763,65 miliar, atau berkontribusi sekitar 44,14% dari total kredit macet pinjol nasional (Databoks, 2023). Keempat, kurangnya fokus wirausaha Gen Z pada profitabilitas menjadi hal yang perlu diketahui penyebabnya. Gen Z cenderung yang hanya fokus pada visi atau misi sosial tanpa perhatian yang cukup pada profitabilitas bisnis dapat menjadi perilaku negatif. Meskipun keberlanjutan dan tanggung jawab sosial adalah hal penting, bisnis yang tidak menghasilkan keuntungan tidak dapat bertahan dalam jangka panjang. Lalu poin perhatian berikutnya adalah ketidakmampuan wirausaha Gen Z dalam mengelola resiko dengan baik. Dalam berwirausaha diperlukan keberanian dalam mengambil resiko. Tingginya tantangan dalam berwirausaha terutama dalam meminimalkan kerugian finansial memerlukan pengetahuan yang cukup akan manajemen resiko. Gen Z yang masih tergolong muda tentu perlu banyak belajar tentang bagaimana bijak dalam berbisnis guna keberlangsungan usaha jangka panjang.

Tantangan kelima adalah kurangnya pendidikan keuangan dimana mereka mungkin tidak memiliki pemahaman yang memadai tentang konsep keuangan bisnis. Kekurangan ini dapat mengakibatkan keputusan yang kurang tepat terkait pengelolaan kas, investasi, dan strategi keuangan lainnya. Data tahun 2019 menunjukkan tingkat literasi keuangan penduduk Indonesia hanya 38,3% (Dasra Viana et al., 2021), jauh di bawah negara maju seperti Denmark, Norwegia, dan Swedia yang memiliki indeks 71% (Klapper, 2015). Selain itu, banyak wirausaha Gen Z lebih fokus pada aspek kreatif dan inovatif daripada manajemen keuangan yang solid, yang dapat menyebabkan ketidakseimbangan antara visi kreatif dan keberlanjutan finansial jangka panjang. Sikap impulsif dalam keputusan keuangan juga menjadi masalah, seperti investasi tidak terencana atau pengeluaran yang tidak diperhitungkan dengan baik, yang menimbulkan risiko finansial signifikan. Riset Katadata Insight Center (2021) mengungkapkan bahwa banyak Gen Z tidak mengalokasikan tabungan secara khusus dan lebih memprioritaskan pembelian barang daripada pengeluaran tetap atau wajib (Cherly Ramadani et al., 2022). Mereka juga cenderung fokus pada keuntungan atau pertumbuhan bisnis jangka pendek tanpa mempertimbangkan dampak jangka panjang keputusan keuangan mereka.

Menjawab tantangan wirausaha Gen Z dalam mengubah perilaku keuangan yang impulsif memerlukan literasi digital yang memadai (Wardana et al., 2023). Literasi digital adalah kunci untuk pemahaman yang komprehensif, terutama dalam pemasaran produk, dan merupakan indikator penting dalam pencapaian ekonomi kreatif. Wirausaha memiliki peran signifikan dalam perekonomian dan harus

mempercepat penguasaan IPTEK untuk meningkatkan daya saing, inovasi, dan keberlanjutan usaha jangka panjang melalui peningkatan literasi, termasuk literasi digital (Aulia et al., 2021). Literasi digital sangat vital bagi semua elemen masyarakat yang terlibat dalam dunia bisnis. Peningkatan literasi ini penting karena banyak wirausaha yang masih kurang bijak dalam mengelola keuangan, bersifat impulsif dalam alokasi dana, memiliki tingkat utang yang tinggi, pengetahuan keuangan yang rendah, dan kurang memperhatikan dampak jangka panjang terkait investasi. Perilaku keuangan wirausaha Gen Z perlu diperbaiki melalui literasi digital (Amelia Putri Andiani et al., n.d.). Berdasarkan fenomena yang terjadi di lapangan, banyak pelaku UMKM yang belum mampu memahami digitalisasi, sehingga pemanfaatan *platform* niaga online kurang maksimal, yang berdampak pada penurunan kinerja terutama dalam memahami literasi digital, keuangan, serta perilaku keuangan.

Literasi keuangan memainkan peran penting dalam mempengaruhi perilaku keuangan wirausaha (Zakiah & Lasmanah, 2021). Hasil penelitian menunjukkan bahwa wirausaha dengan pendapatan yang lebih tinggi cenderung memiliki tingkat literasi keuangan yang lebih baik. Hal ini memungkinkan mereka untuk merencanakan dan mengelola keuangan dengan lebih efektif. Literasi keuangan sendiri adalah keterampilan hidup yang sangat penting bagi individu untuk mencapai kesejahteraan finansial (Klapper, n.d.). Literasi keuangan tidak hanya membantu individu menghindari instrumen keuangan yang berisiko, tetapi juga meningkatkan kemampuan mereka dalam perencanaan keuangan (Amelia Putri Andiani & Maria, 2023). Selain itu, akses terhadap produk dan layanan keuangan

digital memberikan keuntungan tambahan bagi wirausaha. Dengan akses ini, mereka dapat memaksimalkan keuntungan dalam berbisnis, serta menghindari penipuan dan kesalahan yang dapat merugikan bisnis mereka (Liew et al., 2020). Layanan keuangan digital yang mudah diakses memungkinkan wirausaha untuk lebih efisien dalam mengelola keuangan mereka, memastikan bahwa mereka dapat membuat keputusan keuangan yang lebih baik dan terinformasi. Secara keseluruhan, literasi keuangan yang baik dan akses terhadap layanan keuangan digital merupakan kombinasi penting yang dapat mendukung kesuksesan dan keberlanjutan bisnis wirausaha.

Kreativitas wirausaha sebagai variable mediasi dalam penelitian ini berhubungan erat dengan perilaku keuangan wirausaha Gen Z. Gen Z, yang tumbuh dengan teknologi digital, memiliki perilaku keuangan yang khas dan lebih inovatif dalam pengelolaan keuangan mereka. Studi menunjukkan bahwa perilaku keuangan yang baik dan kreatif dapat meningkatkan kemampuan wirausaha untuk menciptakan inovasi baru dan mengatasi tantangan bisnis (Desai & Patel, 2017). Entrepreneurial creativity tidak hanya membutuhkan ide-ide segar, tetapi juga pengelolaan sumber daya keuangan yang efektif untuk merealisasikan ide tersebut (Domenico, 2019). Oleh karena itu, memahami perilaku keuangan wirausaha Gen Z sangat penting untuk meningkatkan kreativitas dan keberhasilan mereka dalam berwirausaha.

Berdasarkan latar belakang uraian tersebut, masih terdapatnya *empirical gap* dan *literatur gap*, maka penelitian perilaku keuangan wirausaha Gen Z ini penting untuk dilakukan melalui penerapan variable literasi digital dan literasi keuangan

serta *entrepreneurial creativity* sebagai variable mediasi. Adapun topik dalam penelitian ini adalah “Pengaruh literasi digital dan literasi keuangan terhadap perilaku keuangan wirausaha Gen Z dimediasi oleh *entrepreneurial creativity*”. Dengan memahami hubungan antara ketiga variabel ini, diharapkan dapat ditemukan strategi yang efektif untuk meningkatkan perilaku keuangan wirausaha Gen Z melalui peningkatan literasi digital dan literasi keuangan, serta pengembangan kreativitas kewirausahaan.

## 1.2. Rumusan masalah

Adapun rumusan masalah berdasarkan latar belakang masalah di atas adalah sebagai berikut:

1. Apakah literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap *entrepreneurial creativity* wirausaha Gen Z Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) Jakarta?
2. Apakah literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan wirausaha Gen Z Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) Jakarta?
3. Apakah literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *entrepreneurial creativity* wirausaha Gen Z Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) Jakarta ?
4. Apakah literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan wirausaha Gen Z Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) Jakarta?

5. Apakah *entrepreneurial creativity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan wirausaha Gen Z Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) Jakarta?
6. Apakah literasi digital berpengaruh positif dan signifikan apabila di mediasi oleh *entrepreneurial creativity* pada wirausaha Gen Z Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) Jakarta?
7. Apakah literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan apabila di mediasi oleh *entrepreneurial creativity* pada wirausaha Gen Z Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) Jakarta?

### 1.3. Tujuan penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh literasi digital terhadap *Entrepreneurial creativity* pada wirausaha Gen Z Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) Jakarta
2. Untuk mengetahui pengaruh literasi digital terhadap perilaku keuangan wirausaha Gen Z pada wirausaha Gen Z Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) Jakarta
3. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap *Entrepreneurial creativity* pada wirausaha Gen Z Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) Jakarta
4. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku keuangan pada wirausaha Gen Z Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) Jakarta

5. Untuk mengetahui pengaruh *Entrepreneurial creativity* terhadap perilaku keuangan pada wirausaha Gen Z Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) Jakarta
6. Untuk mengetahui pengaruh literasi digital terhadap perilaku keuangan apabila dimediasi oleh *Entrepreneurial creativity* pada wirausaha Gen Z Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) Jakarta
7. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku keuangan apabila dimediasi oleh *Entrepreneurial creativity* pada wirausaha Gen Z Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) Jakarta

#### **1.4. Manfaat penelitian**

Dengan diterapkannya tujuan penelitian di atas, penelitian ini diharapkan memberikan manfaat, baik manfaat teoritis dan praktis. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis
  - a. Menambah wawasan serta pengetahuan penulis di bidang literasi digital dan literasi keuangan, *entrepreneurial creativity* dan pengaruhnya terhadap perilaku keuangan wirausaha Gen Z
  - b. Hasil penelitian menambah khasanah ilmu pengetahuan tentang literasi digital dan literasi keuangan Gen Z
2. Manfaat praktis
  - a. Hasil penelitian ini dapat dipergunakan sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang membutuhkan

- b. Hasil penelitian ini bisa dijadikan bahan evaluasi untuk meningkatkan literasi digital dan literasi keuangan pada wirausaha khususnya Gen Z

