

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Generasi Z, khususnya mahasiswa di Jakarta, hidup dalam ekosistem digital yang sangat dinamis. Mereka rutin menggunakan layanan e-wallet dan fintech seperti GoPay, OVO, dan ShopeePay dalam keseharian (Sari & Sanistasya, 2025). Platform digital ini mempermudah transaksi, bahkan tanpa uang tunai, tapi juga memicu konsumsi impulsif. Strategi flash sale dan promo daring yang agresif sering ditawarkan melalui aplikasi e-commerce. Jakarta sebagai pusat fintech nasional memiliki penetrasi teknologi yang sangat tinggi, menjadikan mahasiswa semakin mudah bertransaksi digital (Adfioni & Sari, 2025). Namun, penggunaan yang praktis ini tidak disertai pemahaman mendalam akan risiko keuangan, seperti overdraft atau bunga tersembunyi. Studi ini penting untuk mengungkap sejauh mana literasi digital dapat menjadi penahan terhadap sikap konsumtif.

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah merevolusi berbagai aspek kehidupan, terutama dalam hal konsumsi dan keuangan. Meningkatnya penggunaan internet, smartphone, dan media sosial memberikan dampak signifikan terhadap kebiasaan masyarakat, termasuk dalam melakukan transaksi keuangan. Generasi Z, sebagai digital native, sangat dekat dengan teknologi dan memanfaatkannya dalam hampir seluruh aspek kehidupan sehari-hari. Aktivitas belanja yang sebelumnya konvensional kini beralih ke platform digital seperti e-commerce dan marketplace. Hal ini memunculkan perubahan dalam preferensi dan perilaku belanja yang lebih cepat, instan, dan impulsif (Theocharis & Tsekouropoulos, 2025).

Kemudahan akses informasi finansial juga membuat Gen Z menjadi target utama bagi para pelaku industri digital. Oleh karena itu, pemahaman terhadap dampak digitalisasi sangat penting untuk mengevaluasi perubahan perilaku finansial Gen Z. Generasi Z dikenal memiliki karakteristik konsumsi yang unik karena terbentuk dari budaya digital yang serba cepat dan dinamis. Mereka cenderung lebih konsumtif dibanding generasi sebelumnya, karena pengaruh media

sosial dan budaya FOMO (*Fear of Missing Out*). Iklan digital dan endorsement dari influencer sering kali memicu keinginan belanja yang tidak rasional (Dinh et al., 2023). Kecenderungan ini dapat berkembang menjadi perilaku shopaholic, yaitu dorongan kuat untuk berbelanja secara berlebihan meski tidak diperlukan.

Perilaku shopaholic pada Gen Z sering kali tidak disadari karena terbungkus dalam tren dan gaya hidup digital. Ketidakseimbangan antara pemasukan dan pengeluaran menjadi konsekuensi serius yang harus diwaspadai. Oleh karena itu, penting untuk memahami karakter konsumsi Gen Z agar dapat membentuk gaya hidup finansial yang lebih sehat.

Lingkungan sebaya memiliki peran besar dalam membentuk keputusan dan kebiasaan keuangan seseorang, terutama di kalangan mahasiswa Gen Z. Interaksi sosial dengan teman sebaya bisa menjadi sumber tekanan sosial (*peer pressure*) untuk mengikuti gaya hidup tertentu, termasuk dalam hal pengeluaran dan konsumsi. Misalnya, keinginan untuk tampil sesuai tren atau mengikuti kegiatan hiburan bersama kelompoknya dapat mendorong pengeluaran yang tidak sesuai dengan kemampuan finansial. Selain itu, diskusi atau sharing informasi seputar belanja, investasi, dan penggunaan uang juga turut memengaruhi sikap finansial Gen Z.

Dalam konteks mahasiswa, pergaulan kampus sangat memengaruhi pola konsumsi dan keputusan keuangan sehari-hari. Fenomena ini menunjukkan bahwa aspek sosial sangat berpengaruh terhadap pembentukan gaya hidup finansial. Maka, penelitian terhadap variabel ini menjadi sangat penting. Salah satu pertanyaan mendasar dalam penelitian ini adalah apakah literasi ekonomi digital berpengaruh terhadap gaya hidup finansial Gen Z. Literasi ekonomi digital mencakup kemampuan memahami, mengakses, dan menggunakan informasi finansial berbasis teknologi secara bijak. Gen Z seringkali dianggap melek digital, tetapi tidak semua memiliki pemahaman yang baik tentang keuangan digital, seperti manajemen e-wallet, transaksi online, atau keamanan data pribadi. Rendahnya literasi digital dapat menyebabkan perilaku konsumsi yang tidak terkendali dan meningkatkan risiko finansial. Oleh karena itu, mengukur sejauh mana tingkat literasi ini memengaruhi keputusan keuangan sangat penting.

Hal ini tidak hanya berdampak pada individu, tetapi juga dapat memberikan gambaran bagi kebijakan ekonomi berbasis generasi. Penelitian ini bertujuan mengisi celah tersebut. Perilaku shopaholic adalah fenomena psikologis yang semakin marak di era digital, terutama di kalangan Gen Z. Dorongan belanja berlebihan tanpa kontrol ini dapat berdampak negatif terhadap kesehatan finansial seseorang. Perilaku ini bisa menyebabkan ketergantungan terhadap pinjaman atau pemborosan uang saku, bahkan sampai menimbulkan stres keuangan. Dalam penelitian ini, penting untuk mengkaji apakah perilaku tersebut sekadar impulsif sesaat atau telah menjadi bagian dari gaya hidup yang mengakar. Dampaknya terhadap keputusan keuangan seperti menabung, investasi, dan alokasi pengeluaran sangat relevan untuk ditelusuri.

Selain itu, perilaku ini juga dapat dikaitkan dengan kondisi psikologis, seperti kecemasan dan kebutuhan validasi sosial. Pemahaman ini akan membantu merumuskan solusi yang lebih tepat sasaran dalam edukasi keuangan. Pengaruh teman sebaya terhadap perilaku finansial tidak bisa dipandang sebelah mata. Dalam teori sosial, individu cenderung menyesuaikan diri dengan norma kelompok, termasuk dalam hal pengeluaran. Gaya hidup yang dipengaruhi oleh kelompok sebaya dapat menyebabkan tekanan untuk mengonsumsi barang atau jasa tertentu agar tetap diterima secara sosial. Penelitian ini mencoba mengeksplorasi sejauh mana kekuatan sosial tersebut memengaruhi gaya hidup finansial Gen Z. Interaksi yang sering terjadi di kampus, komunitas, maupun media sosial menjadi medium utama penyebaran nilai dan norma keuangan ini. Jika tidak disertai dengan kontrol diri dan literasi yang baik, individu dapat terjebak dalam siklus konsumsi yang tidak sehat. Oleh karena itu, perlu dianalisis seberapa signifikan lingkungan sosial dalam memengaruhi keputusan finansial mahasiswa Gen Z di Jakarta.

Memahami gaya hidup finansial Gen Z menjadi penting di tengah transformasi digital yang sedang berlangsung. Gen Z memiliki posisi strategis sebagai generasi produktif yang akan mendominasi pasar tenaga kerja dan konsumsi dalam beberapa tahun ke depan. Oleh karena itu, memahami kebiasaan mereka dalam mengelola keuangan menjadi kunci untuk membentuk masa depan ekonomi yang sehat. Gaya hidup finansial yang tidak terkendali dapat menimbulkan masalah jangka panjang,

seperti utang konsumtif dan ketidakstabilan ekonomi pribadi. Riset yang membedah faktor-faktor yang memengaruhi gaya hidup tersebut menjadi sangat relevan. Hasil dari studi ini juga dapat digunakan sebagai dasar untuk menyusun strategi edukasi keuangan yang lebih tepat sasaran. Maka dari itu, penelitian ini memiliki nilai strategis bagi pembangunan ekonomi generasi muda. Rendahnya literasi keuangan menjadi tantangan global, dan Indonesia tidak terkecuali. Data dari OJK menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan di kalangan anak muda masih tergolong rendah. Hal ini mendorong perlunya intervensi pendidikan keuangan sejak dini, terutama bagi generasi digital seperti Gen Z.

Penelitian ini berupaya mendukung upaya literasi keuangan dengan memberikan gambaran empiris mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku keuangan mahasiswa. Jika literasi ekonomi digital dapat dibuktikan berpengaruh terhadap gaya hidup finansial, maka strategi peningkatan pengetahuan finansial berbasis digital perlu ditingkatkan. Selain itu, hasil riset ini juga dapat menjadi rujukan dalam merancang kurikulum pendidikan keuangan di perguruan tinggi. Dengan demikian, urgensi penelitian ini sangat erat kaitannya dengan pembangunan karakter finansial yang sehat di masa depan. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menganalisis seberapa besar pengaruh literasi ekonomi digital, perilaku shopaholic, dan lingkungan sebaya terhadap gaya hidup finansial mahasiswa Gen Z.

Pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengukur hubungan antar variabel tersebut secara empiris dan terukur. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan bukti ilmiah atas dugaan - dugaan teoretis yang selama ini berkembang. Selain itu, analisis ini juga dapat mengidentifikasi variabel mana yang memiliki pengaruh paling dominan dalam membentuk perilaku finansial.

Dengan demikian, temuan penelitian ini dapat menjadi dasar untuk pengambilan kebijakan, baik oleh lembaga pendidikan, organisasi mahasiswa, maupun pemerintah. Penelitian ini juga dapat menjadi kontribusi ilmiah dalam bidang pendidikan ekonomi digital dan perilaku konsumen. Selain menganalisis, penelitian ini juga bertujuan memberikan rekomendasi praktis bagi para pemangku kepentingan. Hasil temuan akan dirancang menjadi bahan rekomendasi untuk

program literasi keuangan yang lebih relevan dan efektif untuk Gen Z. Rekomendasi tersebut bisa mencakup penguatan kurikulum, peningkatan kampanye keuangan digital, serta pendekatan edukatif berbasis media sosial.

Dengan strategi yang tepat, mahasiswa dapat lebih bijak dalam mengambil keputusan finansial di tengah gempuran budaya konsumtif digital. Selain itu, rekomendasi ini juga dapat membantu institusi pendidikan dalam mengembangkan intervensi yang lebih personal dan kontekstual. Maka dari itu, keberhasilan penelitian ini tidak hanya berdampak akademis, tetapi juga praktis dalam membentuk generasi yang cerdas finansial.

Berdasarkan latar belakang ini, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi ekonomi digital, perilaku *shopaholic* dan lingkungan sebaya terhadap gaya hidup finansial Gen Z di kalangan mahasiswa DKI Jakarta. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang bermanfaat bagi akademisi, pelaku bisnis, dan pembuat kebijakan dalam memahami pola konsumsi dan gaya hidup generasi masa depan.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dalam penelitian ini, maka muncul rumusan masalah penelitian sebagai berikut :

- a. Bagaimana pengaruh literasi ekonomi digital terhadap gaya hidup finansial mahasiswa Gen Z di DKI Jakarta?
- b. Apakah perilaku *shopaholic* berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup finansial mahasiswa Gen Z di DKI Jakarta?
- c. Sejauh mana lingkungan sebaya memengaruhi gaya hidup finansial mahasiswa Gen Z di DKI Jakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah pada penelitian ini, maka terdapat beberapa tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- a. Untuk menganalisis pengaruh literasi ekonomi digital terhadap gaya hidup finansial mahasiswa Gen Z di DKI Jakarta.
- b. Untuk menguji apakah perilaku *shopaholic* berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup finansial mahasiswa Gen Z di DKI Jakarta.

- c. Untuk mengetahui sejauh mana lingkungan sebaya memengaruhi gaya hidup finansial mahasiswa Gen Z di DKI Jakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam penyusunannya, penelitian ini diharap mampu memberikan manfaat baik secara teoritis ataupun praktis. Beberapa manfaat dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- a. Manfaat Teoritis

Hasil perhitungan dan analisis dari penelitian ini dapat memberikan kontribusi untuk meningkatkan wawasan serta memperkaya bidang pengetahuan tentang keuangan dan dapat dijadikan sebagai rujukan bagi peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian terkait gaya hidup gen z.

- b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman lebih dalam tentang bagaimana literasi ekonomi digital, shopaholic dan lingkungan sebaya mempengaruhi gaya hidup finansial gen z. Selain itu, diharapkan juga mampu memberikan wawasan untuk mengelola keuangan pribadi dengan lebih baik dan mengurangi perilaku shopaholic yang merugikan diri sendiri

- c. Manfaat bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan pengetahuan pada bidang keuangan serta memberikan pengalaman berpikir dan keterampilan dalam menulis karya ilmiah

Intelligentia - Dignitas