

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Evolusi teknologi digital di Indonesia telah mengalami peningkatan yang begitu signifikan. Transformasi digital ini tidak hanya memengaruhi sektor komunikasi dan perdagangan, tetapi juga sektor keuangan melalui hadirnya *financial technology* (fintech). Fintech, yakni penerapan inovasi teknologi pada sektor layanan keuangan, telah merevolusi cara masyarakat dalam mengakses serta memanfaatkan layanan keuangan (Subagja et al., 2024). Fintech berperan dalam memberikan layanan keuangan berbasis teknologi dengan tingkat cepat, praktis, juga efisien dibandingkan dengan layanan keuangan konvensional. Jenis-jenis fintech yang berkembang di Indonesia meliputi berbagai bidang, seperti *Payment Gateway*, Pinjaman Online (P2P Lending), Investasi dan *Wealth Management*, serta *Insurance Technology* (InsurTech), dan Pengiriman Uang (*Remittance*), yang memperluas inklusi keuangan bagi masyarakat yang sebelumnya belum dapat mengakses lembaga keuangan formal.

Berdasarkan Ginting (2024), riset dari Lokadata.id menunjukkan sebanyak 78% masyarakat Indonesia, khususnya dari kalangan milenial dan generasi Z, memanfaatkan aplikasi fintech seperti dompet digital, layanan pinjaman, hingga pembayaran digital dalam aktivitas sehari-hari. Lebih dari separuh generasi Z juga tercatat secara konsisten menyusun perencanaan keuangan bulanan, yang terhubung dengan layanan belanja online, sekaligus aktif melakukan investasi.

Fakta ini menggambarkan bahwa fintech sudah menjadi bagian integral dari kehidupan finansial masyarakat modern, terutama generasi muda yang semakin mengandalkan teknologi dalam mengelola keuangan. Namun, tingkat adopsi yang tinggi belum tentu sejalan dengan kemampuan mengatur keuangan secara tepat, sehingga literasi keuangan telah menjadi aspek utama untuk ditelaah lebih dalam. Oleh sebab itu, penting untuk mengetahui bagaimana tingkat pemahaman keuangan (*financial literacy*) serta pengaruh sosial (*social influence*) berperan dalam membentuk perilaku pengelolaan (*financial management behavior*) serta kesejahteraan *financial* individu (*financial well-being*).

Untuk memahami perilaku penggunaan fintech secara lebih mendalam, penting untuk mengidentifikasi karakteristik generasi penggunanya, yakni Generasi Z. Dimock (2019), dalam *Pew Research Center* menjelaskan bahwa Generasi Z terdiri dari seseorang yang dilahirkan antara tahun 1997 sampai dengan 2012, sehingga periode itu ditandai oleh stabilitas dalam aspek sosioekonomi serta percepatan signifikan dalam kemajuan teknologi informasi. Sebagai generasi yang berkembang bersama terhadap internet serta teknologi digital sejak dini, Generasi Z mampu dengan cepat menyesuaikan diri dan menggunakan layanan keuangan digital di Indonesia. Kehadiran mereka bukan sekadar mencerminkan tingkat adopsi teknologi yang tinggi, tetapi juga menandakan perubahan pola perilaku keuangan masyarakat yang kini kian mengandalkan solusi digital dalam melakukan transaksi, mengatur keuangan, hingga berinvestasi (Elsalonika, 2025). Generasi Z tumbuh dengan teknologi digital, sehingga cepat mengadopsi fintech. Namun, tingkat adopsi tinggi tidak menjamin kemampuan mengelola keuangan secara bijak. Inilah

alasan literasi keuangan berperan sebagai konsep penting yang menentukan kualitas pengambilan keputusan maupun pengelolaan finansialnya.

Berdasarkan Otoritas Jasa Keuangan (2024), literasi keuangan bisa diartikan sebagai, kecakapan, pemahaman serta kepercayaan mempengaruhi pandangan serta tindakan individu dalam mengembangkan mutu penentuan pilihan juga pengendalian dana agar dapat meraih kemakmuran finansial. Hal yang sama juga dikatakan oleh Dwitri & Pradikto (2025), yakni literasi keuangan ialah kemampuan yang patut dimanfaatkan pribadi agar membantu menciptakan pilihan keuangan baik sampai akhirnya dapat mengoptimalkan kemakmuran hidupnya.

Berdasarkan OJK (2024) melalui Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2024, angka literasi keuangan penduduk Indonesia mengalami peningkatan awalnya 38,03% di 2019 jadi 49,68% di 2022, dan mencapai 65,43% pada 2024. Di sisi lain, mengalami peningkatan dari 76,19% pada 2019 menjadi 85,10% pada 2022, dan tercatat sebesar 75,02% pada 2024. Perbandingan antara literasi dan inklusi ini menunjukkan adanya penurunan gap awalnya 38,16% di 2019 jadi 35,42% pada 2022, dan mengecil lebih signifikan menjadi 9,59% pada 2024. Untuk kelompok usia 18–25 tahun (Generasi Z), indeks literasi keuangan pada 2024 tercatat 70,19% dengan tingkat inklusi 79,21%. Meskipun demikian, data OCBC Indonesia mengindikasikan walaupun Generasi Z mempunyai taraf akses yang tinggi terhadap layanan digital, literasi keuangan mereka justru lebih rendah dibanding kelompok usia lainnya. Kondisi ini menegaskan bahwa tingginya jangkauan pada layanan keuangan digital tidak senantiasa berbanding lurus dengan kemampuan pengelolaan keuangan yang efektif.

Tabel 1.1 Perbandingan Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan

No	Indeks	2019	2022	2024
1	Literasi	38,03%	49,68%	65,43%
2	Inklusi	76,19%	85,10%	75,02%
3	Gap	38,16%	35,42%	9,59%

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2026)

Tabel 1.1 memperlihatkan adanya tren peningkatan signifikan pada indeks literasi keuangan nasional dari tahun 2019 hingga 2024, yang menunjukkan kemajuan kemampuan masyarakat dalam memahami konsep dan pengelolaan keuangan. Namun, penurunan indeks inklusi keuangan pada tahun 2024 menjadi indikasi bahwa pengetahuan keuangan yang meningkat belum sepenuhnya diiringi oleh pemanfaatan layanan keuangan secara optimal. Kesenjangan antara literasi dan inklusi keuangan ini mengimplikasikan bahwa tingkat pemahaman finansial yang tinggi tidak otomatis mendorong penggunaan produk keuangan secara bijak. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan tindakan sikap finansial (*financial management behavior*) agar literasi keuangan yang dimiliki dapat benar-benar berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan finansial (*financial well-being*) individu.

Bagi Generasi Z, kondisi ini mencerminkan bahwa meskipun mereka termasuk kelompok yang paling terpapar teknologi dan mempunyai jangkauan luas fasilitas finansial digital, kemampuannya mengurus finansialnya secara efektif masih menjadi tantangan. Artinya, tingginya tingkat adopsi fintech tidak selalu diikuti oleh penerapan literasi keuangan pada keputusan finansial sehari-hari.

Hal ini sejalan dengan temuan Citra & Komara (2025), yang meneliti Generasi Z di Jawa Barat. Penelitian ini mengonfirmasi literasi finansial dan pemanfaatan fintech *payment* memiliki dampak signifikan pada sikap pengelolaan keuangan pribadi. Secara implisit, kondisi tersebut menunjukkan akses terhadap

teknologi finansial hanya akan menawarkan faedah optimal ketika diikuti tingkat literasi finansial cukup. Kondisi ini mendukung urgensi untuk menganalisis kaitannya literasi finansial (*financial literacy*), *social influence*, perilaku pengurusan finansial (*financial management behavior*), dan kesejahteraan finansial (*financial well-being*), khususnya pada Generasi Z pengguna layanan pembayaran digital di wilayah Jabodetabek.

Faktor sosial sosial turut memiliki peran esensial menciptakan tindakan finansial individu, khususnya pada Generasi Z yang sangat terhubung secara digital. *Social influence* menunjukkan sejauh mana keputusan keuangan individu mendapat pengaruh dari lingkungan sosialnya, seperti keluarga, teman sebaya, maupun figur publik di media sosial, serta aktivitas dan tren di platform digital seperti TikTok, Instagram, forum investasi online, atau grup komunitas digital.

Penelitian Shim et al. (2010) mengungkapkan sosialisasi finansial dari orang tua dan teman berdampak signifikan pada peningkatan *financial literacy* mahasiswa. Menurut Hafizha & Arifin (2025), proses sosialisasi keuangan melalui interaksi sosial, baik dengan orang tua maupun rekan sebaya, menghasilkan dampak signifikan pada pembentukan perilaku finansial generasi muda. Hasil ini selaras dengan penelitian Dewanti & Asandimitra (2021) menunjukkan *financial socialization* punya peranan penting untuk meningkatkan perilaku pengelolaan keuangan individu melalui pembelajaran yang diperoleh dari lingkungan sosialnya.

Dalam konteks generasi digital, opini dan kebiasaan finansial yang muncul di media sosial juga berperan sebagai rujukan utama untuk Generasi Z dalam mengambil keputusan keuangan, seperti kebiasaan menabung, berinvestasi, hingga

melakukan pembelian secara daring (Nie, 2023). Selain pengaruh keluarga dan teman sebaya, media sosial juga menjadi faktor penting bisa berdampak pada perilaku finansial Generasi Z. Riset Safitri & Dewa (2022) menandakan pemanfaatan media sosial, khususnya Instagram, berdampak signifikan pada pengelolaan finansial Generasi Z, di mana generasi ini cenderung meniru tips menabung, rekomendasi investasi, atau strategi pengelolaan uang yang mereka temui di platform digital.

Fenomena ini didukung Sahabuddin et al. (2025), yang menunjukkan yakni Generasi Z sering mengikuti tren dan saran finansial dari platform seperti TikTok, Instagram, dan YouTube, yang dapat mempengaruhi keputusan keuangan mereka, baik secara positif maupun negatif. Lebih lanjut, (Martaningrat & Kurniawan, 2024) menekankan bahwa *financial* influencers mempunyai dampak signifikan terhadap perilaku investasi Generasi Z.

Laporan Digital 2024: Indonesia oleh *We Are Social* (2024) menyatakan 139 juta pemakai aktif sosial media di Indonesia Januari 2024, atau sekitar 49,9% dari total populasi, memperlihatkan sosial media berkontribusi sebagai alat utama bagi Generasi Z memperoleh informasi dan berinteraksi dengan lingkungan sosial mereka. Paparan konten finansial melalui platform digital ini dapat membentuk kebiasaan finansial, seperti menabung, berinvestasi, atau mengikuti tren pengelolaan uang, sekaligus memengaruhi *financial well-being* generasi z. Mekanisme pengaruh sosial dapat mendorong perilaku positif, seperti menabung dan berinvestasi, namun juga berpotensi memicu konsumsi impulsif jika pengaruh yang diterima negatif. Kondisi ini menunjukkan bahwa interaksi sosial digital dan

paparan konten finansial di sosial media tidak sekadar menciptakan kebiasaan finansial, melainkan juga memengaruhi kesejahteraan finansial (*financial well-being*).

Oleh karena itu, *social influence* merupakan faktor penting yang secara langsung memengaruhi literasi finansial (*financial literacy*) juga perilaku pengelolaan finansial (*financial management behavior*). Mekanisme efek sosial dapat mendorong perilaku positif seperti kebiasaan menabung dan berinvestasi, namun juga berpotensi menimbulkan perilaku konsumtif apabila pengaruh yang diterima bersifat negatif.

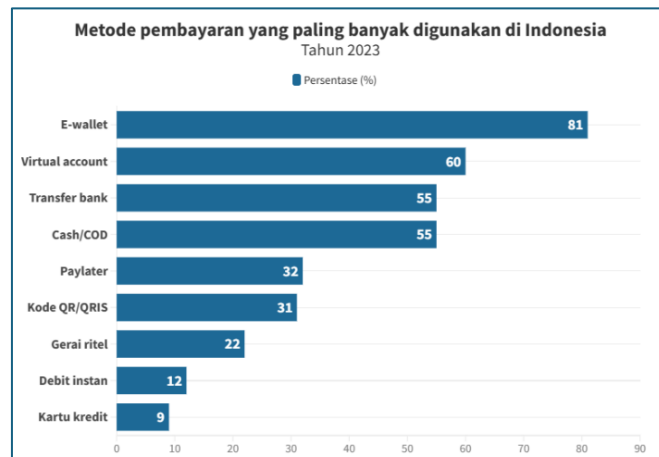
Selain pengaruh sosial, perilaku dalam mengelola keuangan pun menjadi penentu penting untuk mencapai kesejahteraan finansial. Perilaku ini mencakup kemampuan individu dalam merencanakan, mengatur, menabung, berinvestasi, dan mengendalikan pengeluaran agar dapat menggapai tujuan keuangan jangka panjang. Tapi, pada kenyataannya, generasi muda belum menerapkan perilaku pengelolaan keuangan yang baik meskipun telah terbiasa menggunakan layanan keuangan digital.

Fenomena seperti gaya hidup konsumtif, pembelian impulsif, serta rendahnya kesadaran untuk menabung dan berinvestasi masih sering ditemukan di kalangan Generasi Z pengguna e-wallet seperti OVO, ShopeePay, Dana. Hasil penelitian Putra et al. (2024) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif juga signifikan pada *financial well-being* Generasi Z, artinya pemahaman finansial bisa memaksimalkan terbentuknya tindakan pengelolaan finansial yang baik dan menunjang langsung pada kemakmuran finansial seseorang.

Hal ini diperkuat oleh penelitian Robb dan Woodyard (2011) yang menemukan *financial literacy* secara langsung meningkatkan *financial management behavior* juga kemahiran individu menetapkan keputusan finansial rasional. Seseorang yang memiliki tingkat literasi finansial yang tinggi berpeluang dapat merencanakan finansial, menabung secara konsisten, juga menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan.

Hasil ini menegaskan bahwa peningkatan literasi keuangan (*financial literacy*) harus diiringi dengan penguatan perilaku pengelolaan keuangan (*financial management behavior*) agar kesejahteraan finansial (*financial well-being*) dapat tercapai secara optimal. Dengan demikian, perilaku keuangan yang baik tidak hanya menjadi dampak dari literasi keuangan yang tinggi, tetapi juga menjadi faktor kunci dalam membentuk kesejahteraan finansial pada Generasi Z pengguna pembayaran digital.

Kecenderungan ini selaras dengan temuan berbagai laporan industri yang menegaskan bahwa peran layanan keuangan digital semakin dominan dalam keseharian masyarakat. Mengacu pada hasil laporan East Ventures (2023) pada *Digital Competitiveness Index 2023: Equitable Digital Nation* (Gambar 1.1), e-wallet tercatat sebagai metode pembayaran paling populer di Indonesia pada tahun 2023, mengungguli penggunaan kartu debit maupun kartu kredit.



Gambar 1.1 Metode Pembayaran Paling Banyak Digunakan di Indonesia tahun 2023

Sumber: *East Ventures* (2023)

Gambar 1.1 menunjukkan bahwa e-wallet menjadi metode pembayaran paling populer di Indonesia pada tahun 2023, melampaui penggunaan kartu debit dan kartu kredit. Dominasi e-wallet ini menggambarkan adanya pergeseran preferensi masyarakat terhadap layanan keuangan digital yang lebih cepat, mudah, dan efisien. Hal ini sekaligus merefleksikan transformasi dalam manajemen keuangan modern, di mana dompet digital bukan hanya berfungsi menjadi alat pembayaran, tapi juga sebagai instrumen dalam pengelolaan transaksi dan literasi keuangan generasi muda.

Tren nasional tersebut memperlihatkan bahwa masyarakat Indonesia semakin terbiasa dengan layanan keuangan digital. Tetapi, tingkat adopsi dan perilaku pengelolaan keuangan tidak bersifat merata di seluruh wilayah, sehingga diperlukan kajian yang lebih spesifik pada kawasan dengan aktivitas ekonomi dan digitalisasi tertinggi seperti Jabodetabek, yang juga menjadi pusat pertumbuhan pengguna pembayaran digital di Indonesia.

Dalam konteks tersebut, Generasi Z menjadi kelompok yang paling menarik untuk diteliti karena mereka merupakan pengguna aktif pembayaran digital sekaligus kelompok yang sangat terpapar pengaruh sosial (*social influence*) melalui media digital. Kondisi ini membuka peluang untuk menelusuri lebih jauh bagaimana *social influence*, *financial literacy*, dan *financial management behavior* memiliki peran untuk membentuk tingkat *financial well-being* di era keuangan digital.

Dalam konteks geografis, wilayah Jabodetabek memegang peranan penting dalam perkembangan ekosistem fintech nasional. Sebagai pusat aktivitas ekonomi dan teknologi, kawasan ini memiliki tingkat adopsi layanan keuangan digital tertinggi di Indonesia. Berdasarkan *Annual Members Survey 2022/2023* yang dilakukan UOB–Asosiasi Fintech Indonesia, sekitar 92% pelaku fintech di Indonesia berbasis di wilayah Jabodetabek (Aftech, 2023).

Kondisi ini menunjukkan bahwa ekosistem fintech nasional sangat terkonsentrasi di Jabodetabek, sehingga penelitian mengenai perilaku pengguna fintech di wilayah ini menjadi sangat relevan. Selain itu, sebagai wilayah dengan aktivitas ekonomi dan penetrasi digital tertinggi, Jabodetabek juga menjadi representasi ideal untuk melihat bagaimana literasi keuangan (*financial literacy*), pengaruh sosial (*social influence*), dan perilaku pengelolaan keuangan (*financial management behavior*) membentuk tingkat kesejahteraan finansial (*financial well-being*) di kalangan Generasi Z.

Setelah memahami literasi keuangan serta penggunaan fintech Generasi Z, penting juga untuk menyoroti bagaimana perilaku pengelolaan keuangan mereka berlangsung dalam praktik sehari-hari.

Selain dari sisi ekosistem industri, perilaku pengguna di wilayah ini juga menunjukkan tingkat adopsi yang sangat tinggi, hasil Survei Populix (2024) yang berjudul *Bank Digital RI Tumbuh Pesat Gegara Gen Z* juga menegaskan bahwa responden Generasi Z di kawasan Jabodetabek umumnya menggunakan 2–3 aplikasi bank digital sekaligus guna menunjang kebutuhan transaksi harian (Gading, 2024). Fakta ini menegaskan bahwa Jabodetabek bukan hanya pusat ekosistem fintech, tetapi juga merupakan kawasan dengan tingkat adopsi *digital financial service* yang sangat tinggi, khususnya di kalangan Generasi Z.

Temuan ini menunjukkan bahwa kemudahan jangkauan bukan satu-satunya indikator literasi finansial yang baik, karena perilaku pengelolaan keuangan masih bergantung pada pengetahuan dan kesadaran individu. Namun, penggunaan banyak aplikasi ini tidak selalu diikuti dengan pengaturan pengeluaran yang sistematis, alokasi tabungan, atau perencanaan investasi jangka panjang. Faktor-faktor seperti kenyamanan transaksi, promo, dan integrasi layanan lebih sering menjadi alasan utama penggunaan, bukan karena dorongan untuk menerapkan pengelolaan keuangan yang disiplin.

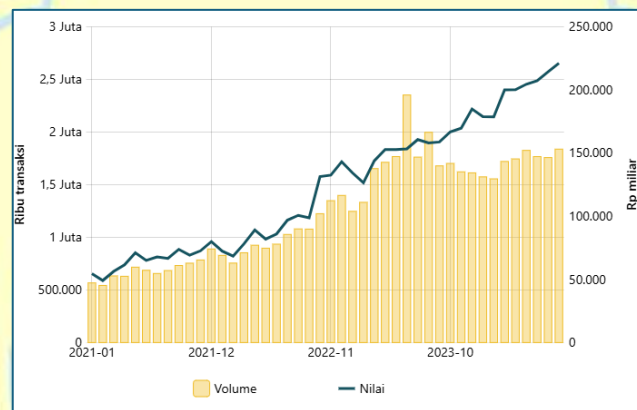
Kondisi ini mencerminkan bahwa perilaku pengelolaan keuangan (*financial management behavior*) di kalangan Generasi Z pengguna pembayaran digital yang belum optimal, meskipun akses terhadap teknologi tinggi. Perilaku pengelolaan keuangan merupakan kemampuan seseorang dalam mengelola keuangan harian

melalui kegiatan seperti perencanaan, penyusunan anggaran, pengawasan, pengendalian, serta pengelolaan dan penyimpanan dana secara teratur (Azib et al., 2021). Dengan kata lain, meskipun Generasi Z aktif melakukan transaksi digital, kemampuan mereka dalam mengatur keuangan pribadi masih sangat dipengaruhi oleh tingkat literasi keuangan (*financial literacy*) dan pengaruh sosial (*social influence*) yang mereka terima dari lingkungan sekitar.

Selain mengetahui berapa banyak aplikasi yang digunakan, penting juga untuk memahami faktor-faktor yang melatarbelakangi Generasi Z dalam memilih layanan bank digital atau pembayaran digital. Hasil riset oleh Populix (2024) yang berjudul *Studi Analisis Ekosistem dan Persepsi terhadap Bank Digital di Indonesia* ditemukan alasan utama Generasi Z memanfaatkan layanan bank *digital* atau *digital payment*, dimana keamanan data serta transaksi jadi fokus utama sebesar 31 %, diikuti fleksibilitas kemudahan mengakses aplikasi dan kelengkapan fitur aplikasi masing-masing sebesar 12 %, integrasi dengan layanan keuangan lain 11 %, serta terdapat promo khusus seperti diskon atau *cashback* 10 % sebagai faktor pendorong penggunaan.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa keputusan Generasi Z dalam menggunakan layanan keuangan digital tidak hanya dipengaruhi oleh aspek fungsional seperti kemudahan dan keamanan, tetapi juga oleh pengaruh sosial (*social influence*) misalnya tren penggunaan aplikasi tertentu di kalangan teman sebaya atau figur publik di media sosial. Dengan demikian, perilaku adopsi layanan digital juga menjadi bagian dari dinamika sosial yang membentuk preferensi dan kebiasaan keuangan Generasi Z.

Temuan tersebut sejalan dengan peningkatan transaksi uang elektronik secara nasional. Berdasarkan Kusnandar (2024) dalam Databoks (Katadata *Media Network*), nilai transaksi uang elektronik di Indonesia sepanjang Januari–Agustus 2024 berada sekitar Rp1,6 kuadriliun, atau tumbuh sebesar 35,76% apabila dibandingkan pada periode yang sama tahun 2023. Temuan ini menunjukkan adanya pertumbuhan signifikan dalam penggunaan layanan pembayaran digital di Indonesia.



Gambar 1.2 Nilai transaksi uang elektronik di Indonesia pada Januari–Agustus 2024.

Sumber: Kusnandar (2024)

Sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1.2, tren peningkatan nilai transaksi uang elektronik ini menggambarkan pergeseran perilaku finansial masyarakat, terutama di kalangan Generasi Z, ke arah penggunaan layanan keuangan berbasis digital. Meskipun volume transaksi terus meningkat, hal ini tidak serta merta menunjukkan kemampuan pengelolaan keuangan yang optimal. Kemudahan bertransaksi secara digital berpotensi mendorong perilaku konsumtif, sehingga diperlukan literasi keuangan yang memadai agar mampu mengambil keputusan finansial secara bijak.

Selain itu, dalam konteks sosial digital, pengaruh sosial (*social influence*) juga berperan penting dalam membentuk cara Generasi Z mengelola dan memandang keuangan. Tren, rekomendasi, serta perilaku finansial yang ditampilkan oleh lingkungan sosial baik teman sebaya maupun figur publik di media sosial dapat mendorong individu untuk berperilaku konsumtif atau, sebaliknya, memotivasi mereka untuk mengelola keuangan secara lebih disiplin.

Dengan demikian, literasi keuangan berperan sebagai dasar pengetahuan yang menciptakan perilaku pengelolaan keuangan (*financial management behavior*), sementara pengaruh sosial menjadi faktor eksternal yang memperkuat atau melemahkan penerapan perilaku tersebut. Ketika perilaku ini diterapkan secara bijak dan terencana, individu memiliki peluang lebih besar untuk mencapai kesejahteraan finansial (*financial well-being*).

Keterkaitan antara *social influence*, *financial management behavior*, dan *financial well-being* inilah yang jadi fokus utama penelitian ini, khususnya dalam konteks Generasi Z yang semakin mengandalkan layanan keuangan digital di wilayah Jabodetabek.

Layanan fintech yang berkembang pesat di Indonesia adalah e-wallet seperti OVO, ShopeePay, Dana. Platform pembayaran digital ini hadir dengan berbagai fitur, mulai dari pembayaran transaksi *offline* dan *online*, pembelian pulsa, layanan investasi reksa dana hingga program loyalitas berupa *cashback* dan poin. Sejak kemunculannya, e-wallet ini tumbuh sebagai bagian penting dalam aktivitas keuangan masyarakat, terutama Generasi Z yang menjadikannya sebagai sarana pembayaran utama dalam aktivitas sehari-hari.

Berbagai layanan e-wallet seperti OVO, ShopeePay, DANA, dan GoPay menjadi bagian penting dalam kehidupan finansial Generasi Z. Tingginya penetrasi penggunaan e-wallet tersebut menunjukkan bahwa masyarakat, khususnya generasi muda, semakin terbiasa melakukan transaksi digital dalam kehidupan sehari-hari. Jayani (2019) menyebutkan bahwa OVO sempat menduduki peringkat pertama sebagai dompet digital dengan total pengguna terbanyak di Indonesia pada tahun 2019. Mengindikasikan pesatnya perkembangan layanan keuangan digital di Indonesia.

Fenomena ini relevan dengan penelitian yang berfokus pada perilaku pengguna layanan keuangan digital secara umum. Interaksi pengguna dengan berbagai e-wallet mencerminkan dinamika terhadap literasi keuangan, pengaruh sosial, dan perilaku pengelolaan keuangan yang bisa berpengaruh pada tingkat kesejahteraan finansial mereka. Oleh sebabnya, penelitian ini tidak menitikberatkan pada satu platform tertentu, tetapi pada pengguna layanan keuangan digital secara umum, sehingga model kausalitas yang dianalisis (*social influence*, *financial literacy*, *financial management behavior*, dan *financial well-being*) dapat menggambarkan pola perilaku finansial Generasi Z secara lebih komprehensif.

Dalam konteks pengguna, Generasi Z merupakan salah satu segmen yang paling aktif dalam menggunakan layanan pembayaran digital. Generasi ini tumbuh bersama teknologi, memiliki kecenderungan untuk serba cepat, praktis, serta mengutamakan kenyamanan dalam bertransaksi. Meskipun Generasi Z sangat aktif menggunakan fintech, adopsi teknologi ini tidak otomatis menjamin pengelolaan keuangan yang optimal. Hal ini menegaskan bahwa penggunaan aplikasi keuangan

digital perlu dilihat bersamaan dengan faktor *social influence*, literasi keuangan dan perilaku pengelolaan keuangan.

Meskipun penggunaan layanan pembayaran digital terus meningkat, fenomena ini tidak hanya perlu dilihat dari sisi kepuasan atau loyalitas pengguna, tetapi juga dari dampaknya terhadap kesejahteraan finansial (*financial well-being*) generasi muda. *Financial well-being* ialah ukuran kesejahteraan finansial individu, yang menggambarkan bahwa tingkat *financial well-being* yang lebih dominan berkaitan pada kemampuan yang lebih tinggi dalam hal menghadapi tantangan keuangan, meningkatkan kekayaan, juga memperoleh kebebasan finansial dalam jangka panjang (Oktavianus et al., 2025).

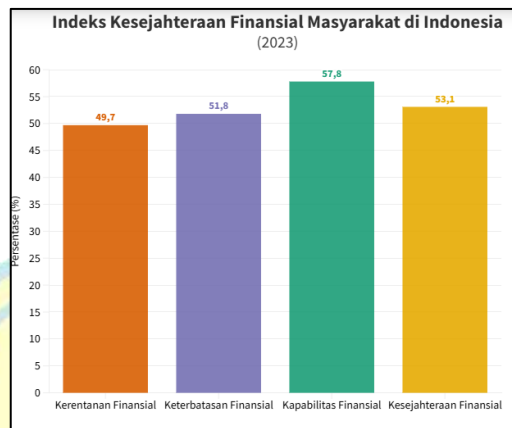
Hal ini didukung oleh laporan dari *Consumer Financial Protection Bureau* CFPB (2015), yang menegaskan bahwa perilaku pengelolaan keuangan yang baik, seperti kebiasaan menyimpan dana rutin, mengatur anggaran, juga menjauhi utang konsumtif, berkontribusi signifikan dalam upaya meningkatkan *financial well-being*. Penelitian Joo (2008) dan Xiao (2016) juga menunjukkan bahwa perilaku keuangan merupakan prediktor terkuat (*strongest predictor*) dari kesejahteraan finansial seseorang. Pribadi yang perilaku keuangannya baik umumnya merasa aman dari segi finansial, dapat melengkapi keperluan tanpa tekanan berlebih, serta memiliki perencanaan keuangan jangka panjang yang lebih stabil. Hal yang sama dikemukakan oleh Oktavianus et al. (2025), bahwa sikap keuangan yang baik mampu meningkatkan kesejahteraan finansial generasi muda di tengah pesatnya perkembangan layanan keuangan digital.

Fenomena peningkatan penggunaan OVO menunjukkan bahwa generasi muda semakin mengandalkan layanan keuangan digital untuk berbagai kebutuhan harian, seperti belanja online sampai pembayaran tagihan, yang mencerminkan pergeseran gaya hidup ke arah digitalisasi keuangan. Namun, kemudahan ini juga menuntut kualitas layanan yang baik dan tingkat kepercayaan yang tinggi agar pengguna merasa aman dalam melakukan transaksi, serta mampu mengelola keuangan secara efektif.

Financial well-being memengaruhi kemampuan seseorang untuk tetap mampu menjaga stabilitas dalam menghadapi risiko yang tidak diharapkan serta sejauh mana individu efektif menggunakan dana simpanan yang telah dikumpulkan seiring waktu guna memenuhi kebutuhan di masa mendatang (Mehta, 2024). Namun, di sisi lain, hal ini juga menghadirkan tantangan, seperti risiko pengeluaran berlebihan dan kurangnya perencanaan finansial, yang dapat memengaruhi tingkat *financial well-being*. Dengan demikian, *social influence*, literasi keuangan serta perilaku pengelolaan keuangan berperan sebagai faktor penting agar generasi muda dapat memanfaatkan layanan digital tanpa mengorbankan kesejahteraan finansial mereka.

Gambar 1.3 Menunjukkan data dari DataIndonesia (2023), yang merujuk pada Survei Indeks Kesejahteraan Finansial Warga RI oleh LM FEB UI, menunjukkan bahwa indeks kesejahteraan finansial masyarakat Indonesia berada di angka 53,1%, yang berarti masih terdapat ruang untuk peningkatan kemampuan pengelolaan keuangan di kalangan masyarakat. Tren ini relevan bagi Generasi Z di Jabodetabek, yang semakin mengandalkan layanan keuangan digital untuk berbagai kebutuhan sehari-hari. Meskipun kemudahan akses terhadap layanan digital semakin

meningkat, hal tersebut tidak selalu diiringi dengan perilaku pengelolaan keuangan yang efektif, sehingga kesejahteraan finansial belum dapat tercapai sepenuhnya.



Gambar 1.3 Indeks Kesejahteraan Finansial Warga RI 2023.

Sumber: DataIndonesia (2023)

Dalam konteks penelitian ini, *financial well-being* dipandang sebagai hasil akhir dari penerapan *social influence*, *financial literacy* dan perilaku pengelolaan keuangan (*financial management behavior*). Artinya, pemahaman keuangan yang baik, pengaruh sosial yang positif, serta perilaku keuangan yang terencana menjadi faktor utama dalam meningkatkan kesejahteraan finansial individu.

Berdasarkan model yang dikemukakan oleh Huston (2010) literasi keuangan tidak hanya berperan penting dalam membentuk pengetahuan dan pemahaman individu tentang konsep keuangan, tetapi juga memengaruhi bagaimana seseorang mengelola perilakunya pada aktivitas sehari-hari. Model ini mengindikasikan pemahaman keuangan yang baik dapat mendorong sikap keuangan yang positif, serta akhirnya memberikan kontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan finansial (*financial well-being*).

Dengan mengacu pada model tersebut, penelitian ini berupaya menganalisis bagaimana *social influence*, *financial literacy*, dan *financial management behavior* secara langsung berpengaruh pada *financial well-being* pada pengguna layanan keuangan digital di kalangan Generasi Z di wilayah Jabodetabek.

Selanjutnya, untuk mengukur tingkat *financial well-being* dalam penelitian ini digunakan indikator yang diadaptasi dari *Financial well-being Framework* (CFPB, 2015), yang menilai sejauh mana seseorang merasa dapat mencukupi kebutuhan finansial, mengendalikan pengeluaran, memiliki rasa aman secara finansial, dan puas terhadap kondisi keuangannya saat ini. Pengukuran ini berfokus pada persepsi responden terhadap kondisi keuangan pribadinya, bukan berdasarkan nominal pendapatan yang dimiliki.

Hal ini selaras dengan hasil penelitian Oktavianus et al., (2025) yang menemukan bahwa *financial literacy*, *self-control*, dan *financial behavior* berpengaruh positif terhadap *financial well-being* pada kelompok Generasi Z di Indonesia.

Oleh karena itu, pertumbuhan literasi keuangan serta penerapan perilaku pengelolaan keuangan yang baik jadi kunci upaya mewujudkan *financial well-being*, terutama bagi Generasi Z pengguna fintech, yang saat ini berada di garis depan transformasi keuangan digital.

Meskipun penelitian mengenai fintech dan perilaku keuangan digital di Indonesia sudah cukup banyak dilakukan, masih terdapat beberapa *research gap*. Pertama, mayoritas penelitian sebelumnya lebih banyak mengkaji pada tingkat adopsi teknologi, frekuensi transaksi, atau preferensi penggunaan e-wallet,

sedangkan pengaruh *Social influence* serta *Financial Literacy* pada *Financial Management Behavior*, serta peran *financial well-being* sebagai penentu, belum banyak dieksplorasi secara komprehensif.

Kedua, penelitian terdahulu seringkali dilakukan secara umum tanpa membedakan karakteristik demografis maupun konteks geografis tertentu. Padahal, Generasi Z sebagai *digital native* memiliki perilaku finansial dan pola penggunaan fintech yang unik dibandingkan generasi lainnya, sehingga memerlukan kajian yang lebih spesifik. Selain itu, wilayah Jabodetabek sebagai pusat aktivitas ekonomi dan penyumbang terbesar pengguna layanan digital di Indonesia memiliki karakteristik ekosistem keuangan yang berbeda dengan daerah lain. Namun, kajian yang secara khusus menelaah hubungan antara *Social Influence*, *Financial Literacy*, *Financial Management Behavior*, dan *Financial Well-Being* pada Generasi Z di wilayah ini masih sangat terbatas.

Ketiga, studi yang menggabungkan *Social influence* dan *financial literacy* secara simultan terhadap *financial well-being* dalam konteks penggunaan layanan keuangan digital, masih jarang ditemukan. Sebagian penelitian masih bersifat parsial atau hanya meneliti hubungan langsung antarvariabel tanpa melihat faktor sosial dan literasi keuangan secara simultan dapat memengaruhi perilaku keuangan dan kesejahteraan finansial.

Selain itu, meski penggunaan layanan digital terus meningkat, literasi keuangan dan perilaku pengelolaan keuangan Generasi Z belum tentu meningkat seiring pertumbuhan ini. Interaksi sosial, promosi fintech, dan tren *digital lifestyle* menjadi faktor yang memengaruhi keputusan finansial mereka, sehingga menekankan

pentingnya *social influence*. Penelitian sebelumnya juga belum cukup memberikan *insight* aplikatif terhadap perusahaan fintech atau para pembuat kebijakan dalam mengembangkan strategi literasi keuangan yang efektif.

Berbeda dengan penelitian terdahulu yang sebagian besar hanya menganalisis hubungan langsung antarvariabel secara parsial, penelitian ini menghadirkan model kausalitas yang mengintegrasikan keempat variabel utama *social influence*, *financial literacy*, *financial management behavior*, dan *financial well-being* untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif terkait faktor-faktor yang memengaruhi kesejahteraan finansial Generasi Z di era digital.

Dalam penelitian ini, *financial management behavior* berperan menjadi variabel yang berdampak langsung terhadap *financial well-being*. Sementara itu, *financial literacy* dan *social influence* berperan sebagai faktor yang membentuk perilaku pengelolaan keuangan individu, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang akhirnya menentukan tingkat kesejahteraan finansial seseorang.

Berdasarkan berbagai fenomena serta temuan penelitian terdahulu, bisa disimpulkan bahwa literasi keuangan, perilaku pengelolaan keuangan, serta pengaruh sosial memiliki peran yang signifikan dalam menentukan kesejahteraan finansial individu, khususnya Generasi Z yang sangat lekat dengan penggunaan teknologi digital. Namun, penelitian sebelumnya pada umumnya masih hanya meneliti hubungan antara literasi keuangan dan perilaku keuangan secara umum, tanpa menggabungkan peran *social influence* sebagai faktor eksternal yang turut membentuk perilaku finansial dan kesejahteraan keuangan. Selain itu, konteks penggunaan pembayaran digital di wilayah Jabodetabek juga belum banyak dikaji

secara komprehensif. Oleh karena itu, Penelitian ini dilakukan guna mengisi kesenjangan tersebut dengan mengkaji pengaruh *Social influence* dan *Financial Literacy* terhadap *Financial Management Behavior* serta dampaknya pada *Financial Well-Being* pada Generasi Z pengguna pembayaran digital di wilayah Jabodetabek.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Mengacu pada penjelasan latar belakang penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, maka rumusan pertanyaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *social influence* terhadap *financial literacy* pada Generasi Z pengguna pembayaran digital di Jabodetabek?
2. Bagaimana pengaruh *financial literacy* terhadap *financial management behavior* pada Generasi Z pengguna pembayaran digital di Jabodetabek?
3. Bagaimana pengaruh *financial management behavior* terhadap *financial well-being* pada Generasi Z pengguna pembayaran digital di Jabodetabek?
4. Bagaimana pengaruh *social influence* terhadap *financial management behavior* pada Generasi Z pengguna pembayaran digital di Jabodetabek?
5. Bagaimana *Financial Management Behavior* memediasi pengaruh *Social Influence* terhadap *Financial Well-Being* pada Generasi Z pengguna pembayaran digital di Jabodetabek?
6. Bagaimana *Financial Management Behavior* memediasi pengaruh *Financial Literacy* terhadap *Financial Well-Being* pada Generasi Z pengguna pembayaran digital di Jabodetabek?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk menganalisis pengaruh *social influence* terhadap *financial literacy* pada Generasi Z pengguna pembayaran digital di Jabodetabek.
2. Untuk menganalisis pengaruh *financial literacy* terhadap *financial management behavior* pada Generasi Z pengguna pembayaran digital di Jabodetabek.
3. Untuk menganalisis pengaruh *financial management behavior* terhadap *financial well-being* pada Generasi Z pengguna pembayaran digital di Jabodetabek.
4. Untuk menganalisis pengaruh *social influence* terhadap *financial management behavior* pada Generasi Z pengguna pembayaran digital di Jabodetabek.
5. Untuk menganalisis pengaruh tidak langsung *Social Influence* terhadap *Financial Well-Being* melalui *Financial Management Behavior* pada Generasi Z pengguna pembayaran digital di Jabodetabek.
6. Untuk menganalisis pengaruh tidak langsung *Financial Literacy* terhadap *Financial Well-Being* melalui *Financial Management Behavior* pada Generasi Z pengguna pembayaran digital di Jabodetabek.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara teoretis maupun praktis.

1.4.1 Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan kajian ilmu manajemen keuangan, khususnya dalam mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi

financial well-being pada Generasi Z. Melalui pengujian hubungan antara *social influence*, *financial literacy*, *financial management behavior*, dan *financial well-being*, penelitian ini dapat memperkuat serta memperluas teori-teori perilaku keuangan *financial behavior theory* dan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya yang membahas kesejahteraan finansial dalam konteks penggunaan pembayaran digital di Indonesia.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam memberikan gambaran untuk generasi muda, khususnya Generasi Z pengguna pembayaran digital di Jabodetabek, dalam memahami pentingnya literasi keuangan dan perilaku pengelolaan keuangan yang baik untuk mencapai *financial well-being*. Penelitian ini juga bisa menjadi masukan bagi lembaga keuangan, perusahaan fintech, serta pihak pemerintah dalam merancang program edukasi keuangan yang lebih efektif dan relevan berdasarkan karakteristik pengguna digital muda. Selain itu, penelitian ini dapat membantu masyarakat memahami bagaimana pengaruh sosial di lingkungan sekitar, termasuk media sosial, dapat membentuk perilaku finansial yang lebih sehat dan berkelanjutan.