

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perilaku keuangan individu dan rumah tangga memiliki keterkaitan langsung dengan kondisi perekonomian nasional (Li et al., 2025). Menurut Mankiw (2022), konsumsi rumah tangga merupakan komponen terbesar dalam pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) suatu negara, yang secara langsung mencerminkan pola pengelolaan keuangan masyarakat. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2024), nilai konsumsi rumah tangga Indonesia pada kuartal II 2024 mencapai Rp3.019,1 triliun atau setara dengan 54,53% dari PDB harga berlaku nasional. Besarnya kontribusi ini menunjukkan bahwa cara individu dan rumah tangga menggunakan uang memiliki dampak yang signifikan, tidak hanya bagi kondisi keuangan pribadi, tetapi juga bagi aktivitas ekonomi secara luas.

Perilaku keuangan merupakan cara individu mengelola sumber daya keuangan yang dimiliki secara keseluruhan. Menurut Xiao (2023), perilaku keuangan dapat didefinisikan sebagai setiap perilaku manusia yang berkaitan dengan pengelolaan uang yang dilakukan oleh konsumen. Dalam pembahasannya, perilaku keuangan dapat mencakup perilaku jangka pendek, seperti pengelolaan uang dan pinjaman, serta perilaku jangka panjang, seperti menabung dan berinvestasi. Definisi ini menunjukkan bahwa perilaku keuangan tidak hanya terbatas pada pengeluaran sehari-hari, tetapi juga mencakup keputusan keuangan yang berhubungan dengan kesiapan dan kesejahteraan finansial pada masa mendatang. Sejalan dengan itu, Menurut Cappelli et al. (2024), perilaku

pengelolaan keuangan dapat dikelompokkan ke dalam lima aspek utama, yaitu menyusun anggaran, menabung atau membangun dana, membelanjakan uang, meminjam, dan melunasi utang. Dengan demikian, perilaku keuangan mencerminkan kemampuan individu dalam menentukan prioritas pengeluaran, mengelola arus kas, menyisihkan dana, serta memenuhi kewajiban keuangan secara bertanggung jawab.

Di Indonesia, kondisi perilaku keuangan masyarakat masih menunjukkan sejumlah tantangan, terutama dalam aspek pengeluaran, tabungan, pinjaman, dan penyusunan anggaran. Hasil Survei oleh Konsumen Bank Indonesia (2024) mencatat bahwa rata-rata proporsi pendapatan masyarakat untuk konsumsi mencapai 74,5%, sedangkan proporsi untuk tabungan sebesar 15,0% dan pembayaran utang atau cicilan sebesar 10,5%. Kondisi ini sejalan dengan Survei oleh GoodStats (2024) mengenai kesadaran finansial warga Indonesia pada tahun 2024 dan menyebutkan bahwa hanya 30,1% responden yang memiliki tabungan, sementara 34,5% responden cenderung langsung membelanjakan seluruh penghasilannya.

Dalam hal perencanaan anggaran, hanya 37,5% responden yang membuat anggaran bulanan secara rutin, sedangkan 62,5% sisanya belum melakukannya. Kondisi ini menunjukkan bahwa sebagian besar pendapatan masyarakat masih terserap untuk konsumsi, sehingga kemampuan menyisihkan dana dan menjaga kestabilan keuangan menjadi aspek penting dalam perilaku keuangan. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa perilaku keuangan masyarakat masih menghadapi persoalan dalam hal pengendalian pengeluaran dan kemampuan menyisihkan dana untuk kebutuhan masa depan. Kondisi tersebut turut tercermin dalam rendahnya

tingkat kesehatan finansial masyarakat Indonesia. Menurut *Bank for International Settlements* (2024), kesehatan finansial merupakan kondisi ketika individu atau keluarga mampu mengelola kewajiban keuangan dan memiliki keyakinan terhadap masa depan keuangannya. Kesehatan finansial mencakup kemampuan mengelola pengeluaran sehari-hari, menghadapi guncangan keuangan, mencapai tujuan keuangan, serta merasa aman dan memiliki kendali terhadap kondisi keuangan. *Financial Fitness Index OCBC* (2024) juga mencatat bahwa skor kesehatan finansial masyarakat Indonesia berada pada angka 41,25 dari skala 100, yang tergolong rendah. Laporan yang sama juga menyebutkan bahwa sebanyak 39% anak muda menjadikan kebutuhan gaya hidup sebagai tujuan utama menabung, bukan kebutuhan jangka panjang seperti dana darurat atau pensiun. Temuan ini menunjukkan bahwa persoalan perilaku keuangan bukan sekadar soal ada atau tidaknya pendapatan, melainkan juga berkaitan dengan orientasi dan prioritas penggunaan uang.

Dalam konteks Indonesia, salah satu kelompok yang penting untuk dikaji perilaku keuangannya adalah Generasi Z, yakni mereka yang lahir pada rentang tahun 1997 hingga 2012. Generasi ini juga menghadapi tantangan finansial akibat perubahan ekonomi, seperti pandemi COVID-19, kenaikan inflasi, dan stagnasi upah (Spohn, 2024). Indonesia diperkirakan sedang berada pada periode bonus demografi pada rentang 2012–2035, dengan puncaknya diprediksikan terjadi sekitar tahun 2020–2030 (Badan Pusat Statistik, 2022). Dalam struktur ini, Generasi Z termasuk kelompok usia produktif yang akan semakin besar perannya dalam perekonomian nasional ke depan.

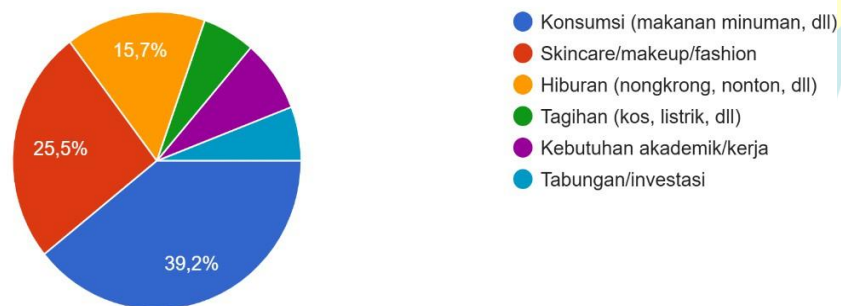
Penelitian mengenai perilaku keuangan pada kelompok usia 18–29 tahun menjadi penting karena kelompok ini sedang beralih dari ketergantungan finansial menuju pengelolaan keuangan secara mandiri, termasuk dalam mengatur pengeluaran, tabungan, pinjaman, dan investasi (Sundarasen et al., 2025). Jiang et al. (2023) menjelaskan bahwa dewasa muda saat ini menghadapi kesulitan finansial yang lebih besar dibandingkan generasi sebelumnya ketika beralih menuju kemandirian finansial, sehingga kemampuan mengelola keuangan secara mandiri menjadi keterampilan yang semakin kritis. Perilaku keuangan yang tidak dikelola dengan baik pada fase ini dapat menimbulkan konsekuensi jangka panjang dan tekanan finansial di kemudian hari (Sundarasen et al., 2025).

Dalam praktiknya, perilaku keuangan Generasi Z masih menghadapi berbagai tantangan. Safarida dan Midesia (2023) menunjukkan bahwa Generasi Z cenderung melakukan pembelian impulsif dan konsumtif yang dipengaruhi oleh motivasi hedonis serta kebutuhan sosial untuk mengikuti tren. Salsabilla dan Wicaksono (2025) juga menemukan bahwa gaya hidup hedonis berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z, yang tercermin dari kebiasaan berbelanja tanpa mempertimbangkan kebutuhan secara objektif. Selain itu, Sugeng et al. (2024) menjelaskan bahwa kedekatan Generasi Z dengan teknologi membawa risiko berupa miskonsepsi keuangan digital, pembelian impulsif, dan pengambilan keputusan keuangan yang kurang tepat. Kondisi ini menunjukkan bahwa perilaku keuangan Generasi Z tidak hanya berkaitan dengan kemampuan memperoleh uang, tetapi juga dengan bagaimana mereka mengatur, mengendalikan, dan memprioritaskan penggunaan uang dalam kehidupan sehari-hari.

Fenomena ini juga terlihat dari pola pengeluaran Generasi Z secara nasional. Survei oleh Populix (2024) menunjukkan bahwa mayoritas pengeluaran bulanan Generasi Z Indonesia terkonsentrasi pada pembelian makanan (69%), diikuti produk kecantikan (14%), transportasi (9%), hiburan (5%), dan liburan (3%).

Untuk memperoleh gambaran awal yang lebih sesuai dengan konteks penelitian, peneliti melakukan prasurvei kepada 51 responden Generasi Z berusia 17–29 tahun pada wilayah Jabodetabek. Jakarta sebagai pusat utama kawasan Jabodetabek memiliki kedudukan sebagai Pusat Perekonomian Nasional dan Kota Global berdasarkan Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2024. Selain itu, Jabodetabek merupakan kawasan aglomerasi yang saling terhubung secara fungsional meskipun berbeda secara administratif. Selain itu, Prasurvei ini bertujuan untuk melihat kecenderungan awal perilaku keuangan, khususnya terkait alokasi pengeluaran terbesar dalam satu bulan dan kendala yang dihadapi dalam mengatur keuangan.

51 jawaban



Gambar 1. 1 Pengeluaran Terbesar Gen Z dalam 1 Bulan

Sumber: Data Prasurvei Peneliti (2025)

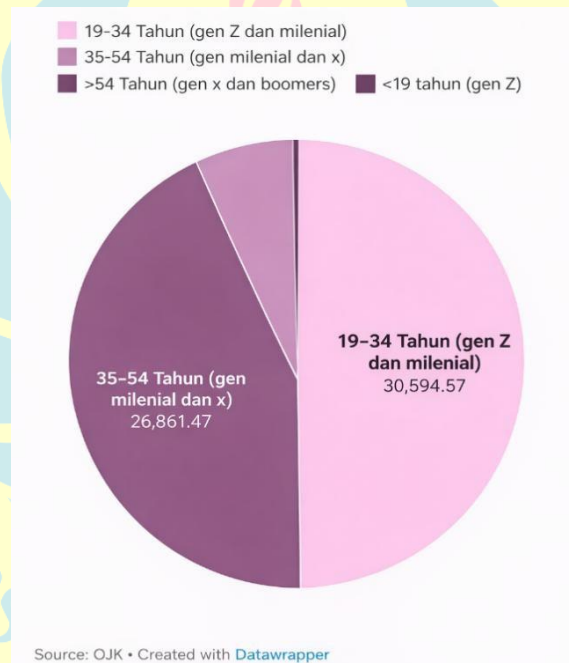
Berdasarkan hasil prasurvei pada Gambar 1.1, alokasi pengeluaran terbesar responden dalam satu bulan paling banyak digunakan untuk konsumsi makanan dan

minuman (39,2%), *skincare*, *makeup*, atau *fashion* (25,5%), dan hiburan seperti nongkrong atau menonton (15,7%). Adapun responden yang mengalokasikan pengeluaran terbesar untuk kebutuhan akademik atau kerja sebesar 7,8%, tagihan sebesar 5,9%, dan tabungan atau investasi hanya sebesar 5,9%. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden belum menjadikan tabungan sebagai prioritas utama dalam pengelolaan keuangan bulanannya, yang sejalan dengan temuan Sabri et al. (2022) bahwa dewasa muda cenderung mengutamakan konsumsi jangka pendek dibandingkan perencanaan keuangan jangka panjang.

Selain pola alokasi pengeluaran, hasil prasurvei melalui pertanyaan terbuka juga mengungkap berbagai kendala yang dihadapi responden dalam mengatur keuangan pribadi. Kendala yang paling banyak muncul berkaitan dengan kesulitan menyusun anggaran, pengeluaran yang lebih besar daripada pemasukan, kurangnya kebiasaan mencatat arus kas, dorongan konsumtif seperti belanja *online* dan *FOMO* (*fear of missing out*), serta adanya kebutuhan mendadak di luar rencana. Temuan ini memperkuat gambaran bahwa perilaku keuangan Generasi Z masih menghadapi tantangan dalam aspek perencanaan, pengendalian pengeluaran, dan penentuan prioritas penggunaan uang.

Tantangan perilaku keuangan Generasi Z juga tercermin dari meningkatnya penggunaan layanan pinjaman *online* (pinjol) dan skema beli sekarang bayar nanti (*buy now pay later/BNPL*). Furqan et al. (2025) menunjukkan bahwa niat menggunakan BNPL pada anak muda di Jakarta berkaitan erat dengan perilaku belanja yang kurang terkendali, di mana kemudahan cicilan jangka pendek dapat mendorong pengeluaran berlebihan jika tidak diimbangi pemahaman yang memadai mengenai konsekuensi kredit. Restiyanti dan Yadiati (2024) juga

mencatat adanya kekhawatiran terkait rendahnya pengetahuan dan kontrol diri pengguna pinjaman *online* di kalangan Generasi Z, yang berpotensi memengaruhi perilaku pengelolaan keuangan mereka secara keseluruhan. Rismaya et al. (2025) menunjukkan bahwa literasi keuangan berperan penting dalam meminimalkan dampak negatif penggunaan *PayLater*, yaitu perilaku kredit berisiko. Temuan ini menunjukkan bahwa kemudahan akses kredit digital perlu diimbangi dengan pemahaman keuangan dan kemampuan mengendalikan diri agar individu tidak terjebak pada keputusan kredit yang kurang bijak.



Gambar 1. 2 Diagram Total *Outstanding Fintech Lending* Berdasarkan Generasi

Sumber : Komparatif (2024)

Berdasarkan Gambar 1.5, Generasi Z termasuk kelompok dengan *outstanding pinjaman fintech lending* yang terus berkembang. Kondisi ini menunjukkan bahwa Generasi Z tidak hanya aktif sebagai konsumen produk digital,

tetapi juga semakin terpapar pada produk kredit berbasis teknologi. Kemudahan akses layanan keuangan digital di satu sisi membuka peluang pemenuhan kebutuhan jangka pendek, namun di sisi lain menghadirkan risiko perilaku keuangan yang tidak bertanggung jawab apabila tidak disertai pemahaman dan pengendalian diri yang memadai (Sugeng et al., 2024; OJK, 2023).

Berbagai temuan di atas menunjukkan bahwa perilaku keuangan Generasi Z tidak terbentuk secara terpisah, melainkan dipengaruhi oleh sejumlah faktor yang saling berkaitan. Sundarasen et al. (2025) menemukan bahwa penelitian perilaku keuangan usia muda berkembang dalam tiga aspek utama, yaitu literasi dan kapabilitas keuangan, faktor psikososial-demografis, serta sosialisasi keuangan. Penelitian ini berfokus pada tiga faktor yang diduga memengaruhi perilaku keuangan Generasi Z, yaitu literasi keuangan, konformitas teman sebaya, dan kecemasan finansial.

Faktor pertama yang memengaruhi perilaku keuangan adalah literasi keuangan. OJK (2023) mendefinisikan literasi keuangan sebagai pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang memengaruhi kualitas pengambilan keputusan serta pengelolaan keuangan seseorang. Ketika literasi keuangan rendah, individu lebih berisiko mengambil keputusan yang kurang terukur, termasuk saat menggunakan produk kredit jangka pendek Sekarlaras et al. (2025). Agung et al. (2025) menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan, dengan *locus of control* sebagai mediator parsial. Setiawati dan Primadineska (2025) juga menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan Generasi Z. Namun, temuan berbeda juga ditemukan, Santoso et al. (2024) menunjukkan

bahwa *financial experience* berpengaruh positif terhadap perilaku keuangan, sedangkan *financial knowledge* justru berpengaruh negatif. Widyakto et al. (2022) juga menemukan bahwa pada mahasiswa kelas karyawan manajemen, literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan, sementara *financial attitude* justru berpengaruh positif signifikan. Adanya inkonsistensi temuan ini menunjukkan bahwa hubungan antara literasi keuangan dan perilaku keuangan Generasi Z masih perlu dikaji lebih lanjut, khususnya dalam konteks di Indonesia. Faktor kedua adalah konformitas teman sebaya. Generasi Z dikenal sebagai generasi yang sangat terkoneksi secara sosial, baik secara langsung maupun melalui media sosial, sehingga tekanan kelompok sebaya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku sehari-hari, termasuk keputusan keuangan.

Badawi et al. (2024) menemukan bahwa perilaku belanja Generasi Z dalam *social commerce* dipengaruhi oleh norma subjektif, yang mencerminkan tekanan sosial dari lingkungan sekitar. Vauzianah dan Setiyono (2022) juga menyebutkan bahwa kuatnya pengaruh media sosial pada Generasi Z cenderung mendorong konsumsi berlebihan dan pembelian impulsif demi mendapatkan validasi sosial dan mengikuti tren pergaulan. Salsabilla dan Wicaksono (2025) memperkuat temuan ini dengan menunjukkan bahwa tekanan sosial untuk menyesuaikan diri dengan gaya hidup teman sebaya mendorong perilaku konsumtif yang tidak terencana pada Generasi Z. Kondisi ini menunjukkan bahwa konformitas terhadap kelompok teman sebaya berperan dalam membentuk cara Generasi Z mengambil keputusan keuangan sehari-hari.

Faktor ketiga adalah kecemasan finansial. Kecemasan finansial merupakan kondisi psikologis berupa perasaan khawatir, cemas, atau tertekan yang berkaitan

dengan kondisi dan keputusan keuangan seseorang (Lee et al., 2023). Survei oleh Deloitte (2025) menunjukkan bahwa pada kelompok Generasi Z yang merasa stres atau cemas hampir sepanjang waktu, faktor yang paling banyak disebut adalah ketidakpastian kondisi keuangan jangka panjang sebesar 48% dan tekanan keuangan sehari-hari sebesar 45%. Temuan ini menunjukkan bahwa kecemasan finansial merupakan persoalan nyata yang dihadapi Generasi Z, terutama dalam menghadapi kebutuhan finansial saat ini maupun perencanaan keuangan di masa depan. menunjukkan bahwa kecemasan finansial merupakan persoalan nyata yang dihadapi Generasi Z.

Ketika individu mengalami kecemasan finansial, pengambilan keputusan keuangan cenderung menjadi kurang rasional dan terfokus pada pemenuhan kebutuhan jangka pendek untuk meredakan rasa cemas, alih-alih melakukan perencanaan keuangan jangka panjang (Sabri et al., 2022). Pada fase dewasa muda, tekanan finansial cenderung semakin terasa karena individu mulai menghadapi tuntutan untuk mandiri secara ekonomi, mengatur kebutuhan pribadi, serta membuat keputusan keuangan secara lebih bertanggung jawab. Dewasa muda saat ini juga menghadapi kesulitan finansial yang lebih besar dibandingkan generasi sebelumnya dalam proses transisi menuju kemandirian, sehingga mereka lebih rentan mengalami tekanan dan kekhawatiran finansial (Jiang et al., 2023).

Ketika individu mengalami kecemasan finansial, pengambilan keputusan keuangan cenderung menjadi kurang rasional dan lebih berfokus pada pemenuhan kebutuhan jangka pendek untuk meredakan rasa cemas, dibandingkan melakukan perencanaan keuangan jangka panjang (Sabri et al., 2022). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kecemasan finansial tidak hanya berkaitan dengan perasaan

khawatir terhadap kondisi keuangan, tetapi juga dapat berdampak pada cara individu mengelola keuangan sehari-hari.

Selain itu, kecemasan finansial juga dapat menjadi prediktor terhadap perilaku pengelolaan keuangan. Individu dengan tingkat kecemasan finansial yang tinggi cenderung lebih rentan menghindari aktivitas keuangan, sehingga kemampuan dalam mengambil keputusan dan mengelola keuangan secara optimal dapat terhambat (Xin et al., 2023). Dalam konteks Indonesia, *financial stress* juga ditemukan berpengaruh negatif terhadap *financial behavior*, terutama pada individu yang lebih muda (Badrudin et al., 2025). Oleh karena itu, kecemasan finansial relevan untuk diteliti sebagai salah satu faktor yang memengaruhi perilaku keuangan Generasi Z. Hal ini menjadikan kecemasan finansial sebagai faktor penting untuk dipahami dalam konteks perilaku keuangan Generasi Z.

Berdasarkan uraian di atas, perilaku keuangan Generasi Z merupakan isu yang penting untuk dikaji secara mendalam. Generasi Z sedang berada pada fase kritis pembentukan kebiasaan keuangan, di tengah tekanan gaya hidup, kemudahan akses kredit digital, pengaruh sosial, dan kondisi psikologis yang kompleks.

Hasil dari berbagai penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pengeluaran responden masih diarahkan pada konsumsi, *skincare/makeup/fashion*, dan hiburan, sedangkan alokasi untuk tabungan atau investasi masih relatif kecil. Selain itu, jawaban terbuka pada prasurvei peneliti juga menunjukkan adanya kendala dalam mengatur keuangan, seperti kesulitan menyusun anggaran, pengeluaran yang lebih besar daripada pemasukan, kurangnya kebiasaan mencatat pemasukan dan pengeluaran, dorongan konsumtif, serta adanya kebutuhan mendadak di luar rencana.

Temuan ini menunjukkan bahwa perilaku keuangan Generasi Z masih menghadapi tantangan dalam aspek perencanaan, pengendalian pengeluaran, dan penentuan prioritas penggunaan uang. Berdasarkan kondisi tersebut, peneliti memandang bahwa perilaku keuangan Generasi Z dipengaruhi oleh berbagai hal seperti pengetahuan, lingkungan sosial, dan kondisi psikologis.

Maka dari itu, berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul: **“Pengaruh Literasi Keuangan, Konformitas Teman Sebaya, dan Kecemasan Finansial terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z di Jabodetabek”**

1.2 Pertanyaan Penelitian

1. Apakah Literasi Keuangan berpengaruh terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z di Jabodetabek?
2. Apakah Konformitas Teman Sebaya berpengaruh terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z di Jabodetabek?
3. Apakah Kecemasan Finansial berpengaruh terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z di Jabodetabek?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z di Jabodetabek.
2. Menganalisis pengaruh Konformitas Teman Sebaya terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z di Jabodetabek.
3. Menganalisis pengaruh Kecemasan Finansial terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z di Jabodetabek.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memperluas cakupan kajian *behavioral finance* melalui integrasi tiga dimensi pembentuk Perilaku Keuangan, yaitu kapasitas kognitif yang direpresentasikan oleh Literasi Keuangan, tekanan sosial melalui Konformitas Teman Sebaya, serta respons emosional melalui Kecemasan Finansial.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan pemahaman yang lebih kontekstual mengenai Perilaku Keuangan Generasi Z di Jabodetabek sebagai kelompok yang tumbuh dalam lingkungan metropolitan, memiliki akses tinggi terhadap layanan keuangan digital, dan menghadapi paparan konsumsi serta tekanan sosial yang semakin intensif.
3. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris mengenai perbedaan kekuatan pengaruh faktor pengetahuan, sosial, dan psikologis dalam menjelaskan keputusan keuangan Generasi Z, sehingga Perilaku Keuangan tidak hanya dipahami sebagai hasil dari kemampuan mengelola uang, tetapi juga sebagai respons terhadap lingkungan dan kondisi emosional individu.
4. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan konseptual bagi pengembangan model Perilaku Keuangan yang lebih adaptif terhadap perubahan karakter generasi, pola interaksi sosial, serta transformasi layanan keuangan berbasis digital.

1.5 Manfaat Praktis

1. **Bagi generasi muda**, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kerangka reflektif untuk mengevaluasi dasar pengambilan keputusan keuangan, sehingga individu mampu membedakan keputusan yang dibangun atas pertimbangan rasional dengan keputusan yang dipengaruhi oleh tekanan sosial, tren, atau kekhawatiran finansial.
2. **Bagi lembaga pendidikan**, penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar dalam memetakan kebutuhan edukasi keuangan Generasi Z secara lebih utuh, tidak hanya pada penguasaan pengetahuan, tetapi juga pada pembentukan kemandirian finansial, ketahanan terhadap pengaruh sosial, dan kesiapan menghadapi tekanan keuangan.
3. **Bagi lembaga jasa keuangan**, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai karakter pengambilan keputusan pengguna muda sebagai dasar untuk mengembangkan komunikasi, edukasi konsumen, dan layanan keuangan yang lebih transparan, relevan, dan responsif terhadap kebutuhan Generasi Z.
4. **Bagi pemangku kebijakan dan otoritas terkait**, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam perumusan kebijakan dan strategi perlindungan konsumen muda yang tidak hanya berorientasi pada perluasan akses terhadap layanan keuangan, tetapi juga memperhatikan tingkat literasi, pengaruh lingkungan sosial, serta kesiapan psikologis Generasi Z dalam mengambil keputusan keuangan.