

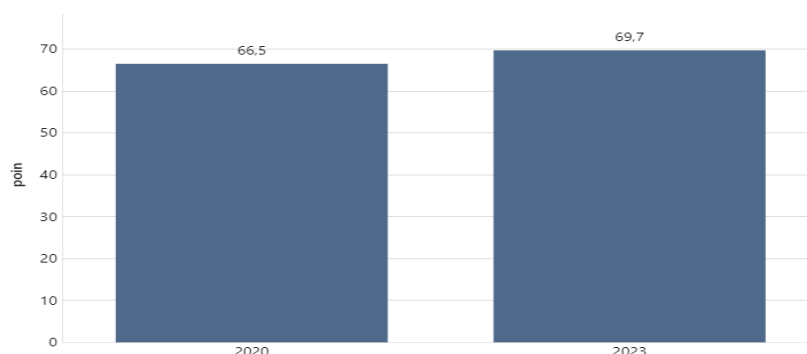
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan pada era generasi muda, khususnya Generasi Z (Gen Z) dalam hal berinteraksi dengan keuangan. Gen Z, yang terdiri dari individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, tumbuh di tengah kemajuan digital yang pesat, termasuk dalam hal transaksi keuangan. Salah satu inovasi yang paling signifikan adalah munculnya *e-wallet* (dompet digital), yang memudahkan transaksi keuangan sehari-hari. Di sisi lain, literasi keuangan memainkan peran penting dalam kemampuan individu untuk mengelola keuangan mereka dengan bijak.

Menurut Lusardi dan Mitchell (2014), penguasaan literasi keuangan dapat membantu individu mengambil keputusan yang lebih baik terkait pengelolaan uang. Literasi keuangan merupakan kemampuan individu untuk memahami dan menggunakan berbagai informasi keuangan dalam pengambilan keputusan. Dalam konteks Gen Z, literasi keuangan menjadi semakin penting mengingat kompleksitas produk keuangan yang tersedia. Literasi keuangan yang baik dapat membantu mereka mengelola keuangan pribadi, menghindari utang yang tidak perlu, dan membuat keputusan investasi yang lebih bijak. Dengan meningkatnya akses terhadap informasi keuangan melalui internet, Gen Z memiliki peluang untuk meningkatkan literasi keuangan mereka, meskipun tantangan tetap ada, seperti maraknya informasi yang tidak akurat. Berikut hasil survei indeks literasi keuangan sumber databoks.com.



Gambar 1. 1 Grafik indeks literasi keuangan

Sumber databoks.com

Hasil riset Katadata Insight Center (KIC) menunjukkan, indeks literasi keuangan Indonesia mencapai 69,7 poin dari skala 0-100 poin pada 2023. Nilai ini meningkat dari 2020 yang menunjukkan poin sebesar 66,5 poin pada 2020.

Ada tiga komponen penilaian literasi keuangan. Pertama, perilaku keuangan (*behavior*) dengan skor 34,3 poin dari skala 0-45 poin. Kedua, pengetahuan keuangan (*knowledge*) sebesar 23,3 poin dari skala 0-35 poin. Ketiga, sikap terkait keuangan (*attitude*) sebesar 12,1 poin dari skala 0-20 poin.

Seluruh komponen itu pun naik dibandingkan dengan 2020. Rinciannya, perilaku keuangan 31,5 poin, pengetahuan keuangan 18,5 poin, dan sikap terkait keuangan 16,5 poin pada 2020. Riset ini menggunakan acuan pengukuran literasi keuangan dan inklusi keuangan 2018 dari OECD/INFE. Survei dilakukan pada 12–26 Juni 2023 terhadap 5.000 responden penduduk Indonesia berusia 18-55 tahun di 34 provinsi yang tersebar secara proporsional sesuai jumlah penduduk. Komposisinya terdiri atas 56,6% laki-laki dan 43,4% perempuan. Survei dilakukan secara online dengan non-probability sampling melalui platform data collection survey. Adapun toleransi kesalahan (*margin of error*) sekitar 1,39% pada tingkat kepercayaan sebesar 95%.

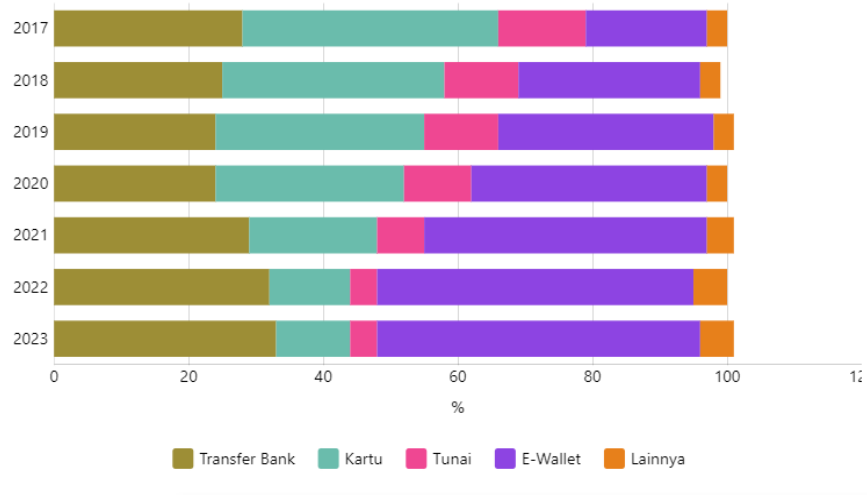
Kemudahan berbelanja online didukung oleh sistem pembayaran digital yang semakin meluas di Indonesia. Dengan kemajuan teknologi sistem pembayaran, transaksi dapat dilakukan melalui seluler. Financial Technology menjadi suatu inovasi yang memudahkan sistem transaksi sehari-hari. Dompet digital (*e-wallet*) beberapa tahun terakhir populer di kalangan masyarakat sebagai alat transaksi. Dompet digital adalah salah satu alat pembayaran tidak tunai (*cashless*), dimana dalam penggunaannya konsumen mengisi kartu atau aplikasi pada sistem atau bank yang telah dipercaya, kemudian konsumen melakukan pembayaran dengan aplikasi atau kartu tersebut untuk bertransaksi. Sebagai salah satu *Financial Technology*, dompet digital (*e-wallet*) juga bisa digunakan untuk menyimpan uang secara digital.

Menurut penelitian oleh PwC (2021), penggunaan *e-wallet* telah meningkat secara signifikan, terutama di kalangan generasi muda yang mengutamakan kepraktisan. Penggunaan *e-wallet* semakin populer di kalangan Gen Z karena kemudahan dan kenyamanannya. *E-wallet* memungkinkan pengguna untuk melakukan pembayaran tanpa harus membawa uang tunai atau kartu kredit fisik. Fitur-fitur seperti cashback, diskon, dan promo menarik lainnya sering kali menjadi daya tarik tersendiri

bagi Gen Z. Namun, kemudahan ini juga dapat memicu perilaku konsumtif yang berlebihan, di mana pengguna merasa lebih mudah mengeluarkan uang tanpa mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang. Ada begitu banyak promosi yang ditawarkan oleh ritel online dengan beberapa kriteria, seperti minimal pembelian barang bisa mendapatkan diskon, ongkos kirim gratis, atau beli satu gratis satu. Orang-orang yang tadinya hanya ingin sekedar membeli kebutuhan saja bisa terpengaruh dengan promosi yang ditawarkan sehingga membeli barang yang berlebihan hanya untuk sekedar memanfaatkan promosi meskipun barang yang dibeli tidak dibutuhkan. Hal tersebut juga sudah diteliti sebelumnya oleh Fadillah dkk (2020) yang menyatakan bahwa promosi digital berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif.

Dalam beberapa tahun terakhir, penggunaan *e-wallet* di kalangan Gen Z meningkat pesat. Aplikasi seperti OVO, GoPay, dan DANA menjadi pilihan populer untuk transaksi harian, mulai dari pembelian makanan hingga pembayaran tagihan. Dengan adanya fitur seperti cashback dan promosi, pengguna cenderung lebih sering melakukan pembelian impulsif. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Bock et al. (2018) yang menunjukkan bahwa kemudahan akses pembayaran dapat meningkatkan frekuensi dan volume pembelian.

Sementara *e-wallet* memberikan kemudahan, ada kekhawatiran bahwa penggunaannya dapat mendorong perilaku konsumtif yang tidak terencana. Gen Z cenderung lebih mudah terjebak dalam belanja impulsif, karena transaksi digital yang cepat membuat mereka merasa tidak terlalu "mengeluarkan uang." Hal ini dapat menyebabkan pengeluaran berlebihan dan kesulitan dalam mengelola keuangan. Ada hubungan yang erat antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif. Individu dengan literasi keuangan yang tinggi cenderung lebih bijaksana dalam pengeluaran mereka, meskipun mereka menggunakan *e-wallet*. Sebaliknya, kurangnya pemahaman tentang manajemen keuangan dapat membuat Gen Z lebih rentan terhadap perilaku konsumtif yang tidak terencana. Berikut hasil survei terkait metode transaksi menggunakan *e-wallet*.



Gambar 1. 2 Grafik Metode Pembayaran E-Commerce Melalui E-Wallet

Sumber databoks.com

Statista memproyeksikan metode pembayaran dengan menggunakan *e-wallet* (dompet digital) semakin digemari untuk transaksi *e-commerce*. Pada 2017, penetrasi penggunaan *e-wallet* masih sebesar 18% atau ketiga terendah dari metode pembayaran lainnya. Adapun yang tertinggi adalah dengan menggunakan kartu, baik kredit, debit, dan prabayar sebesar 38% dan transfer bank sebesar 28%.

Pada 2018 pembayaran menggunakan *e-wallet* berhasil menggeser metode transfer bank, yaitu sebesar 27% sedangkan transfer bank sebesar 25%. Pembayaran melalui kartu masih mendominasi pada tahun tersebut, yaitu sebesar 33%.

Pada 2019, diproyeksikan *e-wallet* memimpin dalam metode pembayaran *e-commerce*. Secara berturut-turut *e-wallet* menguasai sebesar 32%, sedangkan kartu sebesar 31% dan transfer bank sebesar 24%. Pada tahun-tahun selanjutnya porsi pembayaran menggunakan *e-wallet* semakin besar, yaitu diproyeksikan mencapai 45% pada 2021, 49% pada 2022, dan sebesar 50% pada 2023.

Dari hasil survei tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa banyak masyarakat Indonesia saat ini memiliki kecenderungan berbelanja di pasar *e-commerce* menggunakan *e-wallet*, *e-commerce* sendiri membuat belanja online lebih praktis dan mudah menemukan barang yang diinginkan. Olii (2020) mengatakan bahwa manusia modern memanfaatkan teknologi untuk efektivitas dan efisiensi waktu, dalam hal berbelanja masyarakat tidak menghabiskan waktu lama di toko untuk mencari barang yang diinginkan, karena melalui *e-commerce* bisa dilakukan kapan saja dan dimana saja

bahkan sambil bersantai di rumah. Warsidi (2021:10) Mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai perilaku individu yang ditunjukkan dengan mengkonsumsi secara berlebihan dan tidak terencana terhadap jasa dan barang yang kurang atau bahkan tidak diperlukan. Perilaku ini lebih banyak dipengaruhi oleh nafsu dan semata-mata untuk memuaskan kesenangan serta lebih mementingkan keinginan daripada kebutuhan.

Meskipun Gen Z memiliki akses yang lebih baik terhadap informasi keuangan dibandingkan generasi sebelumnya, tingkat literasi keuangan di kalangan mereka masih bervariasi. Banyak dari mereka yang tidak mendapatkan pendidikan formal mengenai pengelolaan keuangan, yang mengakibatkan kesulitan dalam membuat keputusan keuangan yang bijak. Kurangnya pemahaman tentang konsep seperti utang, investasi, dan penganggaran dapat memperburuk perilaku konsumtif. Beberapa studi menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif. Misalnya, penelitian oleh Hsu et al. (2020) menunjukkan bahwa individu dengan literasi keuangan tinggi cenderung lebih bijak dalam pengeluaran dan menghindari utang yang tidak perlu.

Media sosial juga berperan dalam membentuk perilaku konsumtif Gen Z. Influencer dan iklan yang ditargetkan seringkali mempromosikan gaya hidup konsumtif, mendorong mereka untuk mengikuti tren tanpa mempertimbangkan dampak jangka panjang terhadap keuangan pribadi mereka.

Kombinasi antara literasi keuangan yang beragam dan peningkatan penggunaan *e-wallet* menciptakan dinamika yang menarik dalam perilaku konsumtif Gen Z. Untuk mengatasi tantangan ini, penting bagi pihak-pihak terkait seperti lembaga pendidikan, pemerintah, dan perusahaan *fintech* untuk berkolaborasi dalam meningkatkan literasi keuangan di kalangan generasi muda. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang manajemen keuangan, Gen Z dapat memanfaatkan teknologi dengan cara yang lebih bijak dan bertanggung jawab.

Kota Solo Raya, yang mencakup Surakarta dan sekitarnya, memiliki populasi Generasi Z yang cukup besar dan aktif menggunakan teknologi digital. Oleh karena itu, penting untuk memahami pengaruh literasi keuangan dan penggunaan *e-wallet* terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di wilayah ini. Apakah literasi keuangan yang mereka miliki sudah cukup untuk menyeimbangkan kemudahan bertransaksi melalui *e-*

wallet dengan pengelolaan keuangan yang bijak? Ataukah justru penggunaan *e-wallet* memperburuk perilaku konsumtif mereka?

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh literasi keuangan dan penggunaan *e-wallet* terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Solo Raya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Solo Raya?
- b. Apakah penggunaan *e-wallet* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Solo Raya?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:.

- a. Untuk menganalisis signifikansi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Solo Raya.
- b. Untuk menganalisis signifikansi pengaruh penggunaan *e-wallet* terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Solo Raya.

1.4 Manfaat Penelitian

- a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan teori tentang literasi keuangan, teknologi finansial, dan perilaku konsumtif, khususnya dalam konteks penggunaan *e-wallet* oleh Generasi Z. Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi studi lebih lanjut dalam topik yang sejenis.

- b. Manfaat Praktis

1. Bagi Generasi Z: Penelitian ini dapat memberikan wawasan kepada Generasi Z tentang pentingnya literasi keuangan dalam mengelola keuangan

pribadi, serta bagaimana penggunaan *e-wallet* yang bijak dapat membantu mengurangi perilaku konsumtif.

2. Bagi Pemerintah dan Lembaga Pendidikan: Hasil penelitian ini dapat dijadikan dasar untuk merancang program peningkatan literasi keuangan bagi generasi muda, khususnya di Solo Raya, guna mendukung pengelolaan keuangan yang lebih baik di era digital.

3. Bagi Peneliti Lain: Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian lain yang ingin mengkaji topik terkait pengaruh teknologi finansial terhadap perilaku konsumtif di kalangan generasi muda.