

## MENYELAMATKAN MASA DEPAN GENERASI Z MELALUI LITERASI KEUANGAN

Ignatius Edbert Hartanto<sup>1</sup>, Chritimulia Purnama Trimurti<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Magister Manajemen, Fakultas Ekonomika, Bisnis dan Humaniora,  
Universitas Dhyana Pura, Jl. Raya Padang Luwih Tegaljaya Dalung Kuta Utara, Bali, Indonesia  
Email: 23311601013@undhirabali.ac.id<sup>1</sup>, christimuliapurnama@undhirabali.ac.id<sup>2</sup>

### ABSTRAK

Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi untuk menggali pemahaman Generasi Z terhadap literasi keuangan, motivasi investasi, serta persepsi terhadap resiko dan keuntungan. Hasil wawancara dengan 10 responden menunjukkan bahwa 2 dari mereka belum memiliki tabungan, meskipun mendapat masukan dari keluarga. Dari responden yang menabung, 6 dari 10 memiliki rekening bank setelah aktif sebagai pekerja, sementara 3 dari 8 telah menabung sejak sekolah. Sebagian besar responden membagi aktivitas menabung menjadi dua jenis: jangka panjang dan untuk tujuan tertentu. Literasi keuangan tercermin dalam pengelolaan dana, di mana 2 dari 10 responden secara konsisten membagi dana untuk menabung, kebutuhan sehari-hari, makanan, dan dana darurat. Motivasi investasi masih rendah, terutama dalam instrumen pasar modal yang dianggap kompleks oleh Generasi Z. Resiko dan keuntungan dari investasi dipahami, namun kekhawatiran terkait resiko tinggi membuat mereka cenderung memilih menabung daripada berinvestasi. Hasil penelitian ini memberikan landasan untuk pengembangan program literasi keuangan yang lebih menarik dan efektif bagi Generasi Z.

**Kata kunci** : Generasi Z, Literasi Keuangan, Investasi, Resiko, Keuntungan

### 1. Pendahuluan

Keberhasilan yang dicapai oleh seseorang seringkali diukur dalam beberapa indikator seperti harta yang didapatkannya, pencapaian karir, tingkat pendidikan yang dapat dicapai. Kesuksesan dan kebahagiaan seseorang dapat terwujud bila uang tidak lagi menjadi fokus hidup, artinya bahwa ia sudah dalam posisi *financial freedom*. Uang sebagai sarana dalam mencapai tujuan yang lebih penting dalam segala aktivitas dan pengambilan keputusan hidup. Uang tidak lagi bisa mengendalikan individu sehingga sikap konsumerisme dapat berkurang untuk dapat memicu adanya budaya berinvestasi. (Wiyanto, et.al.,2022)

Generasi Z merupakan generasi yang terlahir pada periode tahun 1997-2012 dengan era digital yang sudah mapan terutama mahir dalam *smartphone*, media sosial, dan internet. Adanya kekuatiran ketidakstabilan finansial di awal karir pada generasi Millenial dan generasi Z karena generasi milenial dan generasi Z merupakan generasi *sandwich* artinya adanya beban untuk membiayai hidupnya sendiri, membiayai kehidupan orangtuanya, dan membiayai kehidupan pasangan hidupnya dan keturunannya apabila ia sudah berkeluarga. Selain itu, banyak generasi milenial dan generasi Z sering terbawa arus dengan mengikuti gaya hidup yang tinggi dan mengambil cicilan kredit sebagai jalan pintas dalam memenuhi gengsi. Hal inilah yang menjadi pemicu stres tinggi pada generasi milenial dan generasi Z. (Anggarini, et.al., 2021). Gaya hidup ditempatkan menjadi nilai tertinggi dibandingkan hal-hal lainnya oleh Mayoritas Gen-Z. Gen-Z tidak menyadari konsekuensi yang akan terjadi disaat lebih memprioritaskan kesenangan. Gaya hidup hedonistik menjadi gaya hidup yang mempengaruhi hidup Gen-Z dibandingkan pada generasi yang lebih senior (Parker (2020) dalam Bado, et.al. 2023).

Gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan (Putuhena, et.al., 2023). Gaya hidup AIO (*Activity, Interest, Opinion*) dalam memberikan kepuasan

emosional atau batin pada perilaku generasi Z pada kedai kopi di Indonesia menjadi sebuah fenomena yang terjadi saat ini (Malini, 2021). Taraf hidup seseorang akan menjadi kurang baik akibat perilaku keuangan yang kurang baik (Firlianti, et.al.,2023). Anak-anak yang mendapatkan pendidikan keuangan yang kurang akan mengakibatkan buruknya pengelolaan keuangan, rendahnya kemandirian keuangan, serta rentan terjadinya penipuan. *Fear of Missing Out* (FOMO) yang menjadi salah satu tekanan sosial dapat mempengaruhi kemampuan menabung dan berinvestasi dari anak-anak. Pendidikan finansial sejak dini sangat membantu banyak anak dapat memahami nilai uang, dapat membedakan keinginan dan kebutuhan, dan dapat mengembangkan kebiasaan yang baik pada menabung (Amadi, 2023).

Generasi Z dan milenial Indonesia banyak yang terjebak dalam pinjaman *online* (Pinjol). Pinjaman *online* yang mudah didapatkan secara digital digunakan untuk memenuhi gaya hidup sehingga Generasi Z Indonesia sebagai penyumbang terbesar kredit macet perusahaan teknologi finansial sebesar Rp. 763 Milyar atau sekitar 47% di tahun 2023 (Finansial Bisnis, 28/8/2023). Budaya FOMO (*Fear of Missing Out*) anak muda dengan tidak ingin ketinggalan momen atau informasi yang turut andil dalam mempengaruhi tingkat konsumsi anak muda yang tak mau ketinggalan tren (Finansial Bisnis, 28/8/2023). Data dari OJK menyebutkan bahwa literasi keuangan di Indonesia hingga tahun 2023 masih sekitar 49,6% (Finansial Bisnis, 28/8/2023). Financial Technology berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keuangan mahasiswa (Siskawati & Ningtyas, 2022).

Terjadinya penurunan jumlah tabungan sebesar 3,9% di bulan Agustus 2023 pada Generasi Z di Amerika Serikat dimana tiga dari empat generasi Z lebih memilih kualitas hidup yang lebih baik daripada uang ekstra di bank. Generasi Z Amerika Serikat lebih mengalokasikan uangnya pada hobi dibandingkan menabung (CNBC, 24/10/2023). Literasi keuangan menjadi sesuatu yang sangat penting untuk didapatkan bagi semua orang termasuk Generasi Z. Para peneliti seperti Renata & Saputra (2021), Siskawati & Ningtyas (2022), Anwar (2022), Haqiqi & Pertiwi (2022), Safitri & Dewa (2022), Wahyuni & Setiawati (2022), Charista, et.al. (2022), Sheda (2023), Putuhena, et.al. (2023) telah menemukan Literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan.

## 2. Metode Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode fenomenologi dengan pendekatan kualitatif pada Generasi Z di wilayah Provinsi Bali. Metode Fenomenologi adalah suatu metode dari penelitian kualitatif melalui mendengar dan melihat secara dekat dan lebih rinci pada penjelasan dan pemahaman individual terkait berbagai pengalaman yang didupatkannya, khususnya pada Generasi Z di Provinsi Bali. Penelitian ini menggunakan teknik sampling yaitu *Purposive Sampling*. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara serta dokumentasi. Penelitian ini menggunakan model Miles & Huberman yang berisikan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan verifikasi atau penarikan kesimpulan.

## 3. Hasil dan Pembahasan

### Literasi Keuangan

Temuan yang didapatkan dari wawancara yang telah dilakukan, 2 dari 10 responden yang ada, masih terdapat responden yang belum memiliki tabungan. Walaupun responden tersebut mendapat masukan dan saran dari lingkungan yang paling dekat yakni keluarga, namun responden tersebut masih belum aktif dalam menabung. Dan dari responden yang

diwawancarai memiliki tabungan, 6 dari 10 responden memiliki rekening bank saat sudah aktif sebagai pekerja, dan diminta oleh instansi pekerjaan untuk membuat rekening. 3 dari 8 responden yang ada sudah melakukan aktivitas menabung sejak di bangku sekolah, sedangkan lainnya dilakukan setelah memiliki penghasilan yang tetap. Aktivitas menabung tersebut dibagi menjadi 2 jenis yakni memang dengan tujuan menabung jangka panjang untuk masa mendatang, dan terdapat pula yang memang disiapkan untuk tujuan tertentu atau target untuk membeli sesuatu. 6 dari 8 responden yang menabung memiliki 2 akun bank terpisah, yang satu memang digunakan untuk fokus menabung dan lainnya untuk transaksi kebutuhan primer hingga tersier, sehingga dalam proses menabung pun dapat terjaga. Terdapat 2 dari 8 responden hanya memang konstan menabung untuk jangka panjang.

Tabel 1. Partisipan Penelitian

No	Kode	Usia	Jenis Kelamin
1	P1	24 Tahun	Perempuan
2	P2	26 Tahun	Perempuan
3	P3	24 Tahun	Perempuan
4	P4	26 Tahun	Perempuan
5	P5	25 Tahun	Perempuan
6	P6	24 Tahun	Perempuan
7	L7	20 Tahun	Laki – laki
8	L8	26 Tahun	Laki – laki
9	L9	22 Tahun	Laki – laki
10	L10	23 Tahun	Laki – laki

Mengenai literasi keuangan yang didapatkan dari responden, 2 dari 10 responden yang ada menyatakan mendapat pemahaman dalam membagi dana yang ada dengan presentase yang konstan untuk menabung, kebutuhan sehari – hari, makanan dan dana darurat. Sedangkan lainnya tidak melakukannya secara konstan namun tetap terdapat pembagian dari dana yang dimiliki. Hal tersebut terjadi karena penghasilan yang dimiliki responden tersebut berubah – ubah dan kebutuhan primer yang berubah mengikuti situasi yang sedang dihadapi responden. 3 dari 10 responden pernah menggunakan fitur *pay later* saat sedang berbelanja *online*, dengan intensitas pembelian antara 5-10 transaksi dalam kurun waktu satu bulan. Penggunaan fitur *Pay later* tersebut dilatar karena tawaran pembelian secara *online*, namun pembayarannya menggunakan fitur *pay later* akan memberikan *cashback* atau pengembalian dana berupa poin dalam akun *e-commerce* tertentu. Sehingga penggunaan yang dalam hal ini adalah responden tertarik untuk menggunakan hal tersebut. *Pay later* ataupun *Credit card* bagi responden, penggunaanya disiapkan sebagai tambahan untuk dana darurat.

Pembelian secara online yang dilakukan terhadap barang – barang kebutuhan primer yang lebih murah pada saat waktu atau periode dan tanggal tertentu, Pembelian secara *online* dirasa lebih murah dan terjangkau, apalagi dari situs atau *e-commerce* yang menjual barang tersebut memberikan banyak keuntungan salah satunya potongan harga berupa biaya pengiriman, selain itu pembeli memiliki banyak pilihan dan tawaran harga.

Dalam hal pembayaran saat bertransaksi, penggunaan fitur digital menjadi populer selain karena mudah dan praktis dalam penggunaannya. Penggunaan produk pembayaran digital dapat mempermudah responden dalam mengecek serta menganalisis pengeluaran yang telah dilakukan. Hal tersebut sangat membantu dalam mengontrol pengeluaran berlebih yang akan timbul nantinya. Catatan keuangan yang di hasilkan dari transaksi digital mudah dipahami dan praktis bagi penggunanya.

### **Motivasi Investasi**

Motivasi berinvestasi dirasa masih kurang, dikarenakan kurangnya pemahaman atau pengetahuan dari responden, sehingga semua responden belum ada ketertarikan untuk berinvestasi dalam *instrument* seperti saham, obligasi, reksa dana dan *instrument* investasi lainnya yang berbasis digital. *Input* yang responden dapatkan dan yang diyakini sebagai investasi adalah investasi yang dilakukan terhadap sesuatu yang memang terlihat, seperti emas perhiasan, tanah atau lokasi serta *property*. Investasi model tersebut mereka dapatkan dari informasi yang di ajari dari orang tua maupun orang terdahulu yang memang berhasil dalam berinvestasi dalam model emas, tanah, *property*. Pemikiran yang responden dapatkan bahwa nilai dari model investasi yang terlihat akan terus naik dan jika turun tidak terlalu jauh dari saat responden melakukan pembelian terhadap investasi tersebut. Motivasi untuk berinvestasi dalam *instrument* investasi seperti pasar modal juga kurang, dalam wawancara penulis memberikan sebuah simulasi, dimana jika responden diundang untuk menghadiri sebuah kegiatan berupa seminar secara gratis mengenai pengenalan *instrument* investasi 6 dari 10 responden merasa tidak tertarik untuk ikut, dan merasa belum siap untuk bergabung dalam investasi tersebut.

Generasi Z merasa sulit untuk memahami istilah yang terdapat dalam investasi pasar modal yang ditawarkan. Responden merasa untuk berinvestasi dalam pasar modal memerlukan modal yang tinggi, jika memang memasukkan modal yang rendah, maka keuntungan yang didapat juga rendah. Pemberitaan dalam media sosial dan media digital lainnya juga membuat para responden yakni Generasi Z takut dalam mencoba investasi seperti saham dan lainnya. Terdapat 4 dari 10 responden yang telah memiliki investasi dalam obligasi, saham dan reksadana, terdapat 2 responden yang berinvestasi karena ingin mencoba, tapi tidak dilanjutkan pembelian investasi secara berulang. Transaksi yang dilakukan hanya sekali. Untuk dana yang sudah dimasukkan dibiarkan tertinggal dalam akun investasinya. Dan hanya terdapat 1 responden yang masih aktif dalam bertransaksi dalam saham maupun reksa dana.

### **Resiko dan Keuntungan yang diharapkan dalam Investasi**

Responden mengetahui mengenai resiko dan keuntungan yang bisa didapatkan dari berinvestasi, semakin tinggi resiko yang diambil, semakin tinggi juga pengembalian atau keuntungan yang akan didapatkan sebagai investor. Dengan berinvestasi dalam pasar modal, responden membayangkan nilai yang merupakan keuntungan akan semakin tinggi tanpa dipantau, seolah tanpa mengerjakan sesuatu, mendapatkan keuntungan yang maksimal. Selain itu responden mengetahui informasi mengenai pembagian dividen atau bagian dari keuntungan perusahaan yang dibagikan kepada pemegang saham. Dividen yang didapat dari Perusahaan tertentu. Berinvestasi dalam pasar modal dapat diartikan sebagai asset yang merupakan jangka panjang, yang hasilnya dinikmati di kemudian hari. Mengenai resiko yang akan muncul dari berinvestasi 6 dari 10 responden menjawab dapat kehilangan nilai saham yang signifikan, yang membuat kerugian besar dalam berinvestasi. Hal tersebut menjadi ancaman yang serius dalam keinginan responden dalam berinvestasi.

Pemahaman responden Generasi Z berpikir dalam melakukan analisis terlampau sulit dimengerti, istilah yang terdapat dalam investasi yang kurang *familiar* dirasakan Generasi Z, sehingga minat dalam berinvestasi menjadi kurang. Dari responden yang tersedia, dihadapkan dalam sebuah simulasi dimana responden diminta untuk memilih antara melakukan aktivitas menabung dan investasi, atau melakukan pembelian terhadap suatu barang yang merupakan hobi dan dapat memuaskan serta menimbulkan kesenangan namun bukan sebuah barang yang dibutuhkan, 9 dari 10 responden menjawab dan memilih aktivitas menabung. Menabung atau berinvestasi dirasa sangat aman, selain itu menambah tabungan berarti menambahkan asset responden. Resiko yang akan timbul tergolong kecil dari menabung. Responden memiliki pemahaman bahwa dengan menabung saldo yang terdapat dalam tabungan akan bertambah nilainya. Selain itu tabungan yang sudah dikumpulkan dapat menjadi dana darurat sewaktu, yang dapat dicairkan saat dibutuhkan. Sampai saat ini 1 Responden yang memilih untuk membeli barang yang memberikan kepuasan ataupun merupakan hobi, karena belum ada ketertarikan untuk berinvestasi. Responden ini sedang berfokus pada kebahagiaan dalam diri responden.

Generasi Z yang merupakan responden dari penelitian ini akan berpikir berulang kali untuk membeli barang yang hanya membuat mereka senang yang sebenarnya tidak mereka butuhkan. Namun dalam pemilihan sesuatu barang mereka akan memilih untuk membeli barang yang memiliki value dan atau sesuatu yang nyaman bagi responden dalam melakukan setiap kegiatan yang mereka jalani untuk menunjang produktifitas dari pekerjaannya. Pemberian edukasi dan literasi dengan kemasan yang menarik dan istilah yang mudah dimengerti tentu akan mempermudah dalam menimbulkan rasa motivasi untuk berinvestasi.

#### 4. Simpulan

Literasi keuangan berperan penting dalam kehidupan, terutama dalam Generasi Z saat ini, yang dikenal sebagai generasi konsumtif. Literasi keuangan berhubungan erat dengan motivasi untuk berinvestasi, Generasi Z belum melek, dan kurang percaya terhadap instrument investasi yang ada saat ini. Pengetahuan mengenai resiko dan keuntungan yang diharapkan dalam investasi berhubungan dengan motivasi untuk berinvestasi. Dalam mengelola keuangan atau pendapatan, dari hasil dan pembahasan, setelah bekerja Generasi Z akan dapat mengelola keuangan mereka, meminimalisir dan menahan pengeluaran yang tidak dibutuhkan.

#### Daftar Pustaka

- Amadi Aunur Shabur Maajid, et.al., 2023, Pemahaman Pendidikan Finansial Sejak Dini, 4(3), 2023, 1419-1428, Journal of Education Research
- Anggarini Defia Riski, et.al., 2021, Literasi Keuangan untuk Generasi Z di MAN 1 Pesawaran, Vol. 1, No. 1 September 2021, Hal. 147-152, P-ISSN 2807-6605, Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia (JAMSI)
- Anwar Muhammad Randy Fadhila, 2022, Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Financial Behavior pada Generasi Z di DKI Jakarta, Vol 8, No 2, 2022, P-ISSN = 2774-7026, Jurnal Ilmu Manajemen Saburai
- Bado Basri, et.al., 2023, Studi Social Climber Gen-Z dan Perilaku Ekonominya, Volume 4, Number 1 (June) 2023, p-ISSN: 2722-3744, Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies

- Charista Bernadicta Thasia, et.al., 2022, Pengaruh Financial Knowledge, Financial Attitude, Dan Financial Self Efficacy Terhadap Saving Behavior Pada Pengguna E-Commerce Generasi Z, Vol. 10, No. 2 – September 2022, hal. 141-154, P-ISSN: 0853-9571, Jurnal Distribusi
- Firlianti, et.al, 2023, Literasi Keuangan Dan Perilaku Keuangan Syariah Mahasiswa UM.Palopo: Mediasi Financial Teknologi dan Personal Finance, Vol. 10 No. 2 Mei-Agustus, 944-962, ISSN 2356-3966, Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi
- Haqiqi Azza Fiika Zahra & Pertiwi Tri Kartika, 2022, Pengaruh Financial Technology, Literasi Keuangan dan Sikap Keuangan terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z di Era Pandemi Covid-19 pada Mahasiswa UPN "Veteran" Jawa Timur, 5(2) 2022, SEIKO: Journal of Management & Business
- Malini Helma, 2021, Gaya Konsumsi dan Perilaku Konsumen Generasi Z di Warung Kopi, No.ISBN: 978-602-53460-8-8, Prosiding Seminar Nasional SATIESP 2021
- Putuhena Dwitri Pebrihan, et.al., 2023, Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Pendapatan, Locus ff Control, Wealth Style dan Life Style Terhadap Perilaku keuangan Generasi Z di Kota Mataram, Vol.1 No.2 Juni 2023, Jurnal Keuangan Universitas Mataram
- Renata Analycia W. & Saputra Boby Wiryawan, 2021, Perilaku Keuangan Pada Generasi Milenial Studi Kasus Pada Beberapa Perguruan Tinggi Swasta di Bandung, Vol. 6, No. 1, Maret 2021, Journal of Accounting and Business Studies
- Safitri Lina Ayu & Dewa Chriswardana Bayu, 2022, Analisa Pengaruh Literasi Keuangan Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Pengelolaan Keuangan Generasi-Z, Vol. 5, No. 2 (2022): Desember, pp. 65-73, Asset: Jurnal Manajemen Dan Bisnis
- Sheda Ghagana Ariel, 2023, Analisis Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Lifestlye Terhadap Perilaku Finansial Pada Igeneration (Z), Vol. 6 No. 1 Tahun 2023, ISSN: 2715-0186, Jurnal Papatung
- Siskawati Erly Nabila & Ningtyas Mega Noerman, 2022, Literasi Keuangan, Financial Technology dan Perilaku Keuangan Mahasiswa, Volume 7 Nomor 2 (September 2022) 102 – 113, P-ISSN: 2502-4094, Dialektika: Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial
- Wahyuni Ulan Sri & Setiawati Rieke, 2022, Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z di Provinsi Jambi, Vol.10. No.4, Oktober-Desember 2022 ISSN: 2338-123X (print), Jurnal Dinamika Manajemen
- Wiyanto Hendra, et.al., 2022, Edukasi Perilaku Keuangan Generasi Z Pada Cashless Society Di SMK Bhinneka Tunggal Ika, Seri Seminar Nasional ke-IV Universitas Tarumanegara Tahun 2022