

## Peran Teknologi dan Media Sosial terhadap Literasi Keuangan Gen Z

Made Selvia Marchella Magdalena F<sup>1</sup>, Christimulia Purnama Trimurti<sup>2</sup>

Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomika, Bisnis dan Humaniora, Universitas Dhyana Pura, Jalan Raya Padang Luwih Tegal Jaya, Dalung Kuta Utara, Bali, Indonesia<sup>1,2</sup>

[\\*24311601013@undhirabali.ac.id](mailto:*24311601013@undhirabali.ac.id)

### ABSTRAK

Kurangnya literasi keuangan di kalangan masyarakat Indonesia, termasuk Gen-Z, telah menjadi masalah yang signifikan dalam pengambilan keputusan keuangan. Hal ini dapat menimbulkan konsekuensi negatif seperti kesulitan dalam merencanakan masa depan keuangan, pengambilan keputusan keuangan yang buruk, dan meningkatnya risiko penipuan keuangan. Oleh karena itu, sangat penting untuk meningkatkan literasi keuangan di kalangan Gen-Z agar mereka dapat membuat keputusan keuangan yang bijak dan meningkatkan kesejahteraan finansial mereka. Tujuan utama dari artikel ini adalah untuk menekankan peran penting teknologi dan media sosial dalam meningkatkan literasi keuangan bagi Gen-Z. Pendekatan yang digunakan dalam artikel ini adalah metode tinjauan literatur, yang mencakup berbagai teknik pengumpulan data literatur, membaca dan mencatat, serta mengelola bahan penelitian. Hasil dari artikel ini adalah mengetahui bahwa teknologi dan media sosial berperan penting dalam meningkatkan literasi keuangan bagi Gen-Z.

**Kata Kunci:** Literasi Keuangan, Gen-Z, technology and social media

### 1. Pendahuluan

Di era globalisasi saat ini, perubahan terjadi dengan sangat cepat di berbagai aspek kehidupan. Akses informasi dan teknologi menjadi semakin mudah, menciptakan peluang besar bagi kemajuan. Kemajuan teknologi yang pesat ini mempengaruhi perkembangan berbagai sektor termasuk ekonomi (Oktavia, 2020). Teknologi telah mempermudah manusia dalam memenuhi kebutuhannya, dan kegiatannya ekonomi kini mengalami inovasi digitalisasi (Sri, 2019). Namun, kemudahan ini juga membawa dampak positif dan negatif, terutama bagi Generasi Z, dimana mereka lebih cenderung terbawa arus globalisasi dan paling terbuka pada arus tren yang ada di dunia ini. Generasi ini tumbuh di tengah arus digital yang terus berkembang, sehingga mereka lebih cepat terpapar informasi, namun juga lebih rentan terhadap pengaruh

negatif yang dapat timbul dari lingkungan online dan sosial media.

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), pada tahun 2024, Generasi Z adalah generasi yang berusia 15-17 tahun. Generasi ini memiliki tingkat literasi keuangan terendah dibandingkan kelompok usia lainnya. Meskipun mereka hidup di era digital dengan akses informasi yang luas, pemahaman mereka tentang manajemen keuangan masih terbatas. Hal ini dapat mempengaruhi kemampuan mereka dalam membuat keputusan finansial yang tepat di masa depan.

Generasi Z, yang sangat terhubung dengan teknologi dan media sosial, memanfaatkan platform-platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube sebagai bagian dari gaya hidup mereka. Penggunaan media sosial ini tidak hanya untuk bersosialisasi, tetapi juga untuk mencari informasi, berbelanja, dan mengikuti tren. Misalnya, banyak anggota Gen Z yang mengandalkan media sosial untuk menemukan produk-produk terbaru atau mengikuti influencer yang mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Fenomena ini menunjukkan bagaimana media sosial berperan besar dalam membentuk perilaku konsumtif mereka, baik itu dalam membeli barang-barang fashion terbaru, teknologi, atau produk kecantikan yang sedang populer. Gen Z sangat dipengaruhi oleh teknologi dan internet, menjadikan mereka bergantung pada platform digital untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Mereka lebih memilih berbelanja online karena efisiensi dan kenyamanannya. Gen Z juga cenderung mengikuti tren mode dan tampil menarik, mendorong mereka untuk membeli barang sesuai perkembangan zaman.

Pengaruh media sosial dan influencer membuat mereka mudah terpengaruh oleh iklan atau rekomendasi produk, yang sering kali mendorong perilaku konsumtif berdasarkan keinginan untuk menyesuaikan diri dengan tren sosial dan teknologi, bukan hanya kebutuhan (Asnal.M, 2023)

Era digitalisasi ekonomi telah meningkatkan sifat konsumtif, terutama di kalangan Generasi Z, yang lahir antara tahun 2000 hingga sekarang. Generasi ini lebih memilih gaya hidup yang serba simpel dan efisien, yang mendorong mereka untuk bertransaksi secara online. Dengan perkembangan digital ekonomi, Generasi Z terbiasa melakukan kegiatan ekonomi melalui platform digital karena dinilai lebih praktis dan mudah, mencerminkan kecenderungan mereka untuk menghindari kerumitan dan memilih solusi yang lebih cepat dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka.

Generasi Z sering kali dipengaruhi oleh prinsip *You Only Live Once* (YOLO) dan *Fear of Missing Out* (FOMO), yang memotivasi mereka untuk memenuhi kebutuhan dan gaya hidup mereka saat ini. Pendekatan ini membuat mereka lebih cenderung memprioritaskan kepuasan dan pengalaman langsung daripada memikirkan perencanaan keuangan jangka panjang.

Literasi keuangan adalah kemampuan seseorang untuk mengakses, memahami, dan menilai informasi yang berkaitan dengan keputusan keuangan, dengan mempertimbangkan dampak finansial yang mungkin terjadi (Khrisna, 2010).

Teknologi dan media sosial telah menjadi alat yang sangat berguna dalam meningkatkan literasi keuangan di kalangan Gen-Z (Rahman & Hariyanto, 2024). Namun, meskipun teknologi dan media sosial dapat membantu meningkatkan literasi keuangan di kalangan Gen-Z, masih banyak yang perlu dilakukan untuk memastikan bahwa mereka memahami konsep investasi dengan baik. Oleh karena itu, dalam artikel ini, kita akan membahas peran teknologi dan media sosial dalam meningkatkan literasi keuangan Gen-Z (Wati & Panggiarti, 2021). Diharapkan artikel literatur review ini dapat memberikan wawasan yang berguna bagi para pembaca dalam memahami peran teknologi dan media sosial dalam meningkatkan literasi investasi Gen-Z dan membantu mereka mengambil keputusan finansial yang bijak.

## **2. Metode**

Metode penelitian yang digunakan dalam artikel ini adalah metode tinjauan literatur, yang melibatkan pengumpulan dan analisis data sekunder dari berbagai sumber tertulis, seperti jurnal ilmiah, artikel, dan laporan penelitian. Merujuk pada pandangan O'Leary (2021) dan Muhanum (2021), aktivitas tinjauan literatur pada dasarnya tidak hanya terbatas pada penyusunan kajian dan ringkasan tertulis mengenai teori serta informasi dari masa lalu hingga saat ini, tetapi juga melibatkan pengorganisasian pustaka ke dalam topik-topik yang relevan dan penting untuk mendukung penelitian. Proses ini mencakup pencarian literatur yang terkait dengan topik literasi keuangan di kalangan Gen-Z, khususnya peran teknologi dan media sosial, kemudian membaca, mencatat, dan mengintegrasikan bahan penelitian untuk memperoleh pemahaman yang menyeluruh mengenai peran teknologi dan

media sosial dalam meningkatkan literasi keuangan bagi Gen-Z.

### 3. Hasil dan Pembahasan

Literasi ialah kemampuan membaca dan menulis, menambah pengetahuan dan ketrampilan, berpikir kritis dalam memecahkan masalah, serta kemampuan berkomunikasi secara efektif yang dapat mengembangkan potensi dan berpartisipasi dalam kehidupan masyarakat (Nofranita et al., 2024).

Literasi keuangan adalah pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki seseorang dalam mengelola keuangan pribadi atau keluarganya. Ini mencakup pemahaman tentang cara mengatur pendapatan, membuat anggaran, mengelola utang, berinvestasi, serta melindungi diri dari risiko keuangan (Lusardi dan Mitchell, 2007).

Literasi keuangan adalah pemahaman tentang konsep keuangan yang bertujuan mencapai kesejahteraan finansial, terutama dalam menghadapi globalisasi. Menurut Hilgert dan Holgart, pengetahuan tentang manajemen keuangan dan investasi sangat penting di era ini. Tingkat literasi keuangan yang rendah dapat menyebabkan keputusan keuangan yang tidak optimal, sehingga penting untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan keuangan dalam menghadapi tantangan ekonomi yang kompleks. (Apriliani,2024)

Fungsi utama literasi keuangan adalah memberikan edukasi kepada masyarakat Indonesia mengenai pengelolaan keuangan untuk memungkinkan mereka mengelola keuangan dengan bijaksana. Tujuan dari literasi ini adalah untuk mengatasi kekurangan pengetahuan finansial serta melindungi masyarakat dari penipuan yang sering terjadi, terutama dalam investasi yang menawarkan keuntungan besar dalam waktu singkat tanpa memperhitungkan risiko. Literasi keuangan berperan dalam berbagai aspek pengelolaan keuangan, mulai dari sumber pendapatan, penggunaan uang, manajemen risiko, hingga perencanaan keuangan untuk masa depan.

Fungsi dari literasi keuangan menurut Arianti,2021 :

1. Pengambilan Keputusan yang bijaksana
2. Pencegahan terhadap kesalahan finansial
3. Peningkatan kesejahteraan finansial

4. Perlindungan dari penipuan keuangan
5. Kontribusi pada pengembangan ekonomi

Khususnya pada Gen-Z, yang dekat dengan teknologi, tetapi masalah yang dihadapi Gen-Z saat ini adalah gaya hidup mereka yang menuntut mereka untuk tetap terkini dan tidak ketinggalan zaman, yang membuat mereka tidak dapat melakukan pengelolaan keuangan yang baik, terutama dalam hal investasi (Dewi Wulandari et al., 2024). Gen-Z tidak memiliki pengetahuan yang cukup tentang manajemen keuangan dan investasi, karena mereka hanya memiliki teknologi yang mereka miliki.

Gerakan literasi keuangan penting di era globalisasi untuk meningkatkan daya saing negara melalui sumber daya manusia yang terdidik. Individu dengan literasi tinggi menghasilkan generasi berkualitas yang memiliki karakter kuat (Syahidin, 2020).

Generasi Z merupakan generasi yang lahir tahun 1995 sampai dengan 2010 yang sangat dekat dengan teknologi. Gen-Z akan menghadapi tantangan keuangan yang semakin kompleks, seperti biaya kuliah yang meningkat, persaingan kerja yang ketat, dan pasar saham yang tidak stabil. Dengan literasi keuangan yang baik, Gen-Z dapat menghindari hutang yang tidak terkendali, mengelola uang mereka dengan bijak, dan mempersiapkan diri untuk masa depan. Selain itu, mereka akan memiliki pemahaman yang lebih baik tentang hal-hal seperti investasi, menabung, mengelola resiko, dan asuransi, yang akan membantu mereka membuat keputusan keuangan yang lebih baik. Peran teknologi dan media sosial sangat penting dalam meningkatkan literasi keuangan bagi Generasi Z (Rajagukguk & Susanti, 2024). Berikut adalah beberapa peranteknologi dan media sosial dalam meningkatkan literasi keuangan Gen-Z:

1. Akses mudah ke informasi: Gen-Z dapat dengan mudah mendapatkan informasi tentang literasi keuangan melalui teknologi seperti media sosial dan internet. Mereka dapat dengan mudah dan cepat mengakses artikel, video, podcast, dan sumber daya lainnya.
2. Platform edukasi: Ada banyak platform online yang mendidik Gen-Z tentang manajemen keuangan, investasi, dan perencanaan masa depan secara interaktif.
3. Pendekatan interaktif: Saat menggunakan teknologi saat ini, kita dapat belajar tentang literasi keuangan dengan cara yang interaktif.

Permainan dan aplikasi edukatif memiliki kemampuan untuk membantu Gen-Z memahami konsep keuangan dengan cara yang menyenangkan dan menarik.

4. Komunitas online: Gen-Z dapat bergabung dengan komunitas online yang berbagi minat dalam literasi keuangan melalui media sosial. Mereka memiliki kesempatan untuk berbicara, bertukar ide, dan belajar dari pengalaman orang lain dalam mengelola keuangan mereka.
5. Meningkatkan kesadaran: Kampanye dan informasi tentang literasi keuangan dapat dengan mudah disebarkan ke Gen-Z melalui media sosial. Ini membantu mereka memahami dan mengelola keuangan secara efektif.

#### **4. Simpulan**

Gen-Z merupakan generasi yang sangat dekat dengan teknologi dan media sosial. Teknologi dan media sosial telah menjadi alat yang sangat berguna dalam meningkatkan literasi keuangan. Platform seperti Instagram, aplikasi fintech dan platform online seperti E-Trade serta akses informasi real time dan algoritma AI yang membantu memilih investasi sesuai dengan preferensi individu memungkinkan Gen-Z untuk mempelajari dan menerapkan prinsip investasi dengan lebih baik. Namun, meskipun teknologi dan media sosial dapat membantu meningkatkan literasi keuangan di kalangan Gen-Z, masih banyak yang perlu dilakukan untuk memastikan bahwa mereka memahami konsep investasi dengan baik. Namun, masih banyak yang perlu dilakukan untuk memastikan bahwa mereka memahami konsep investasi dengan baik. Untuk itu diperlukan literasi keuangan kepada Gen-Z dengan menggunakan teknologi dan media sosial yang ada dengan sebaik baiknya.

Dalam hal ini peran teknologi dan media sosial akan sangat membantu Gen-Z dalam meningkatkan literasi keuangan mereka seperti memanfaatkan teknologi seperti internet dan platform media sosial, dapat mereka dengan lancar mengakses beragam informasi terkait literasi keuangan. Dalam ranah digital, platform-platform khusus Gen-Z pun turut mengemuka, menawarkan pembelajaran seputar manajemen keuangan, investasi, dan perencanaan masa depan dengan pendekatan yang menarik dan interaktif. Dengan akses yang mudah terhadap kampanye dan informasi terkait literasi keuangan, Gen-Z juga

memiliki peluang besar untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam dan efektif dalam mengelola keuangan secara bijak.

## 5. Daftar Rujukan

- Apriliani,R. (2024) Literasi Keuangan Berbasis Teknologi Digital. Penerbit : CV. Literasi Nusantara Abadi <https://repository-penerbitlitnus.co.id/id/eprint/212/1/LITERASI%20KEUANGAN%20BERBASIS%20TEKNOLOGI%20DIGITAL.pdf>
- Asnal.M, Aenurofik (2023) Pengaruh Digitalisasi Ekonomi terhadap Gaya Hidup Generasi Z (Studi Kasus pada Mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan). *Jurnal Sahmiyya*. Vol 2, No 1
- Dewi Wulandari, R. Taufiq Nur Muftiyanto, & Agus Suyatno. (2024). Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Gaya Hidup, dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Kota Surakarta. *Jurnal Rimba : Riset Ilmu Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3), 230–239. <https://doi.org/10.61132/rimba.v2i3.1155>
- Nofranita, W., Nurul Ulya, & Fitri Yulianis. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Teknologi Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan UMKM. *Jurnal Akademi Akuntansi Indonesia Padang*, 4(1), 80–95. <https://doi.org/10.31933/xmwq6905>
- Rahman, N. F., & Hariyanto, D. (2024). *STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATION PT . KERETA API INDONESIA DALAM MENINGKATKAN PENGGUNA KAIPAY* Nur Fatkhur Rahman Universitas Muhammadiyah Sidoarjo , Indonesia Didik Hariyanto Universitas Muhammadiyah Sidoarjo , Indonesia *Abstrak dari sistem kebersihan t.* 18(4), 2533–2547.
- Rajagukguk, R. J., & Susanti, E. (2024). Peranan Sosial Media dalam Mengedukasi Generasi Muda Mengenai Literasi Keuangan untuk Membangun Kebiasaan Menabung. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya*, 10(2), 415. <https://doi.org/10.32884/ideas.v10i2.1717>
- Wati, L., & Panggiarti, E. K. (2021). Analisis Penggunaan Financial Technology, Literasi Keuangan Dan Perilaku Keuangan Mahasiswa Pelaku Usaha

Online. *Jurnal Edukasi (Ekonomi, Pendidikan Dan Akuntansi)*, 9(2), 121.  
<https://doi.org/10.25157/je.v9i2.5834>