

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Kemajuan laju pada internet, diringi dengan aktivitas penggunaan internet dengan melihat “perkembangan penetrasi yang mengakses internet di Indonesia pada tahun 2019 sampai 2020 sebesar 196.71 juta jiwa dari total keseluruhan populasi penduduk Indonesia sebanyak 266.91 juta jiwa.” (APJII, 2020). Penggunaan meningkat dari generasi ke generasi berikutnya, dari hasil survei yang dilakukan oleh Lembaga Alvara Research Center menyatakan penggunaan internet di dominasi selama pandemi covid-19 berlangsung di Indonesia, merupakan generasi Z, generasi X, generasi milenial atau generasi Y, dan generasi baby boomer.

“Generasi Z mendominasi penggunaan internet dikarenakan memiliki keakraban dengan penggunaan teknologi dan melek digital, dengan julukannya sebagai anak kandung internet yang menjadi kemajuan negara Indonesia setelah masa generasi milenial salah satunya adalah generasi Z.” (Ali & Purwandi, 2016 hlm.24). Teori generasi yang dinyatakan oleh (Bencsik, Juhász, & Horváth-Csikós, 2016) mengenai generasi Z, merupakan generasi yang lahir tahun 1995-2010.

Menurut Tapscott dalam (Septania & Proborini, 2020) menyatakan bahwa perkembangan teknologi informasi memberi dampak, pada salah satu generasi yakni generasi Z, sehingga disebut dengan generasi teknologi. “Generasi yang terlahir akrab dengan teknologi, memudahkan mereka dalam penggunaan teknologi, generasi yang bergantung pada teknologi, terlahir di era dimana pertumbuhan teknologi semakin cepat sehingga generasi ini terbiasa dengan *smartphone*, dan jaringan internet dalam aktivitas sehari-hari.” (Rembulan & Firmansyah, 2020). Mengenai aktivitas sehari-hari dengan hadirnya internet, kegiatan yang mendominasi generasi Z di dunia internet selama kurun waktu tahun 2020 ialah mengakses situs jejaring sosial. Dengan adanya aktivitas yang berbasis online, disebabkan keberadaan teknologi yang didukung dengan jaringan

internet di kehidupan memberikan kemudahan untuk kepentingan manusia, yang merambah ke berbagai bidang salah satunya dalam sektor ekonomi yang melakukan inovasi dengan memanfaatkan peran teknologi. Hal tersebut sejalan dengan pemerintah mendukung hadirnya ekonomi digital dalam perubahan transaksi hal ini didukung gerakan oleh bank Indonesia.

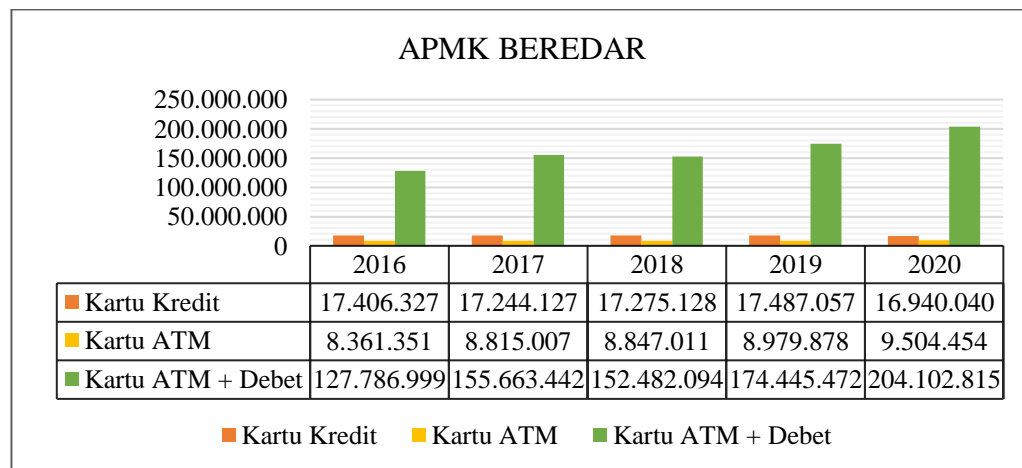
“Gerakan Nasional Nontunai (GNNT) yang dicanangkan oleh Bank Indonesia (BI) pada 14 Agustus 2014.” (Mustamu *et al.*, 2021) sebagai wajah baru perwujudan ekonomi digital dalam sektor keuangan agar efisien dan efektif. Hadirnya GNNT, dalam sektor keuangan yang berkolaborasi dengan perkembangan teknologi digital memicu peralihan dalam pembayaran transaksi yang sebelumnya sistem tunai, kini dengan gerakan nasional non tunai yang diterapkan sistem pembayaran transaksi dapat dilakukan dengan sistem non tunai. “Dalam memaksimalkan GNNT, Bank Indonesia turut bekerja sama dengan instansi meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai penggunaan instrumen non tunai dalam kegiatan ekonominya, dengan mendorong masyarakat untuk mengurangi transaksi uang tunai serta turut dalam menciptakan komunitas atau masyarakat yang lebih dominan menggunakan instrumen non tunai (*cashless*).” (Wulandari *et al.*, 2016).

Gerakan nasional non tunai yang diadaptasi perkembangan teknologi digital, dan data dalam bisnis keuangan, dalam mewujudkan ekosistem *cashless society* seperti sistem pembayaran aman, dan lancar dengan kemudahan teknologi digital yang dikemas secara praktis, efektif dalam transaksi, efisiensi ekonomi, transparansi pembayaran, hingga kontribusi keuangan inklusif, memberikan layanan publik yang memadai untuk masyarakat.

Fenomena *cashless society* yang terjadi dimasyarakat yang didasari oleh perkembangan teknologi dalam sektor keuangan yang berkembang kearah modern yang merujuk perubahan segi perilaku pada sistem pembayaran non tunai berbasis ekonomi digital, memanfaatkan teknologi dalam meminimalisir penggunaan uang tunai dalam bertransaksi secara online (Wikannanda *et al.*, 2019).

“Perwujudan GNNT dalam bentuk dukungan pemerintah terhadap layanan keuangan digital, dengan melakukan perkembangan infrastruktur seperti ATM,

meluncurkan uang elektronik, dan pada tanggal 1 januari 2020 berlaku secara nasional yakni *Standar Quick Response (QR) code* dengan pembayaran melalui aplikasi uang elektronik *served based*, dompet elektronik, atau *mobile banking* dinamai dengan *QRIS (QR Code Indonesian Standard)*.” (Bank Indonesia, 2019). “Alat pembayaran nontunai berbasis kartu yaitu APMK (Alat Pembayaran Menggunakan Kartu) yang terdiri dari kartu ATM, kartu debit dan kartu kredit serta alat pembayaran nontunai dengan menggunakan teknologi *microchip* yaitu uang elektronik.” (Hastuti & Suhadak, 2019).



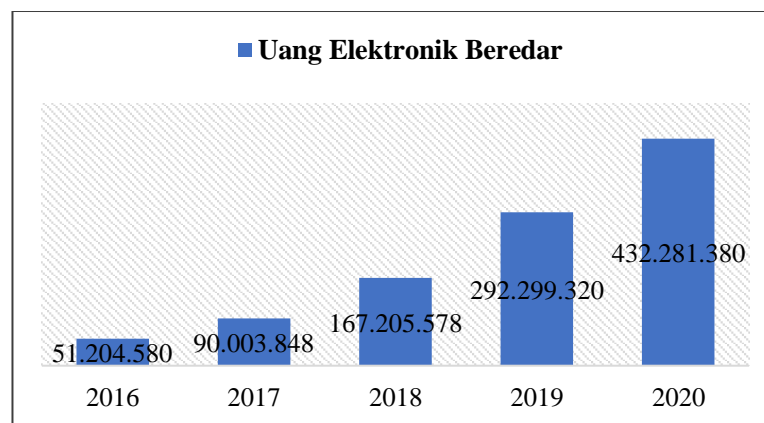
Sumber data: BI (Data diolah)

Gambar 1. Jumlah APMK Beredar

Berdasarkan publikasi Bank Indonesia, grafik diatas menunjukkan jumlah penggunaan APMK (Alat Pembayaran Menggunakan Kartu) dari tahun 2016 sampai 2020 di Indonesia. APMK, seperti kartu kredit, ATM, dan debit mengalami fluktuatif sepanjang 5 tahun, dan cenderung dominan dalam kenaikan. Peningkatan dari jumlah instrument dan nominal dari tahun 2016-2020 menandakan bahwa masyarakat yang memiliki ketertarikan terhadap alat pembayaran berbentuk kartu, masyarakat merasa lebih mudah, dan efisien dalam penggunaannya untuk memenuhi kebutuhan konsumsi menyebabkan permintaan yang melonjak setiap tahun, dan turut mendukung adanya layanan keuangan digital yang merupakan inovasi sektor keuangan mengenai sistem pembayaran nontunai yang dapat memperkecil laju inflasi dengan mengurangi jumlah uang beredar, mengingat membutuhkan anggaran besar dalam percetakan uang tunai. Penurunan yang terjadi, merupakan AMPK yang sudah tidak aktif yang dipakai

oleh pengguna nya, dan. Masyarakat yang menggunakan layanan keuangan digital, seperti APMK turut menjadi bagian dalam *cashless society*.

“Penerapan *cashless society* turut andil dalam sarana transportasi APMK (Alat Pembayaran Menggunakan Kartu), menggunakan layanan pembayaran teknologi digital dengan uang elektronik digunakan dalam pembayaran tol, commuterline Jabodetabek, bus transjakarta.” (Ferinaldy *et al.*, 2019), mrt, lrt, hingga jak lingko. “Uang digital atau disebut juga dengan uang eletronik (e-money) ini dapat digunakan hanya dengan mengaksesnya melalui smartphone yang terhubung dengan internet. Uang digital ini layaknya menjadi seperti dompet yang terdigitalisasi yang dapat dengan mudah, praktis, dan efisien untuk penggunaanya bertransaksi.” (Kresna *et al.*, 2019).



Sumber data: BI (Data diolah)

Gambar 2. Jumlah Uang Elektronik Beredar

Berdasarkan grafik hasil publikasi oleh Bank Indonesia mengenai uang elektronik yang beredar di Indonesia, peningkatan kuantitas pendayagunaan uang elektronik yang terus bertambah dari tahun 2016 sampai 2020 menandakan bahwa masyarakat Indonesia dalam aktivitas transaksi memiliki minat kesadaran, dan pemahaman terkait layanan keuangan digital. Hal tersebut membuat perbankan gencar, dalam menerbitkan uang elektronik seperti E-money, Flazz, Brizzi, dan Tapcash, serta perbankan menyediakan infrastruktur yang memadai, untuk memudahkan masyarakat menggunakan produk non tunai.

Persentase penggunaan sistem pembayaran non tunai selama beberapa dekade terus bertambah dengan adanya keamanan dan transparan yang andal dalam memperlancar *cashless society*. Penggunaan kartu elektronik atau kartu non

tunai seperti, e-money, dan flazz menjadi kartu yang dominan penggunaannya, serta masyarakat diketahui memiliki lebih dari satu kartu. “Penggunaan non tunai yang terus mengalami peningkatan, dikarenakan penggunaan pembayaran dalam berbagai transaksi keuangan seperti berbelanja online, membayar tagihan listrik, membayar makanan, penggunaan alat transportasi, dan berbagai layanan perbankan digital.” (Rosita Widjojo, 2020).

Dengan hadirnya kemudahan dari penggunaan transaksi non tunai, dapat memicu perilaku yang cenderung konsumtif yang didasari tidak adanya pengontrolan pada pengelolaan keuangan, seperti pernyataan peningkatan karena berbelanja online yang didukung dengan hadirnya *cashback*. “Terbiasa berbelanja atau bertransaksi tanpa uang tunai. Mereka sudah terbiasa menggunakan alat-alat elektronik seperti kartu debit, kredit, ataupun uang elektronik.” (Katon & Yuniati, 2020).

Berkembangnya GNNT (gerakan nasional non tunai) dalam sistem perekonomian, mempengaruhi persepsi dan membentuk perubahan segi lapisan kehidupan masyarakat dalam bertransaksi, dampak tersebut memicu pertumbuhan perusahaan disektor keuangan digital atau *financial technology* yang semakin marak beragam. “Perusahaan bidang jasa pembayaran atau *fintech* lending di Indonesia pada 22 Januari 2021 berjumlah 148 perusahaan yang mendapat izin dari Otoritas Jasa Keuangan, yang merupakan bentuk dukungan pemerintah terhadap layanan keuangan digital.” (OJK, 2021). “Teknologi finansial salah satu inovasi penting dalam industri keuangan, perkembangannya yang cepat didorong regulasi, dan teknologi informasi.” (Lee & Shin, 2018).

Menurut perusahaan riset pemasaran independent Ipsos Indonesia dalam ajang Ipsos *Marketing Summit 2020: Indonesia The Next Cashless Society* hasil riset mengenai fenomena *cashless society* di Indonesia, bahwa jumlah transaksi *cashless* telah mencapai 4,7 juta dan volume transaksi *cashless* di Indonesia juga mencapai 128 volume transaksi, konsumen menggunakan beberapa jenis dompet digital, penggunaan dompet digital, seperti OVO dan Gopay sering digunakan masyarakat. “Pembayaran dompet digital, sebagai metode pembayaran yang hadir pada negara maju maupun berkembang, seperti Indonesia yang populer, dan

diterima masyarakat. Penyebaran dompet digital mengalami pertumbuhan dengan penyebarannya memberi manfaat dalam keuangan.” (Aulia, 2020).

Tabel 1. Penggunaan Dompet Digital di Indonesia

Dompet Digital	NPS (<i>Net Promoter Score</i>)	Jumlah Responden	Kepuasan
ShopeePay	42%	598	82%
Gopay	34%	684	77%
OVO	28%	580	71%
DANA	27%	475	69%
LinkAja	19%	295	67%

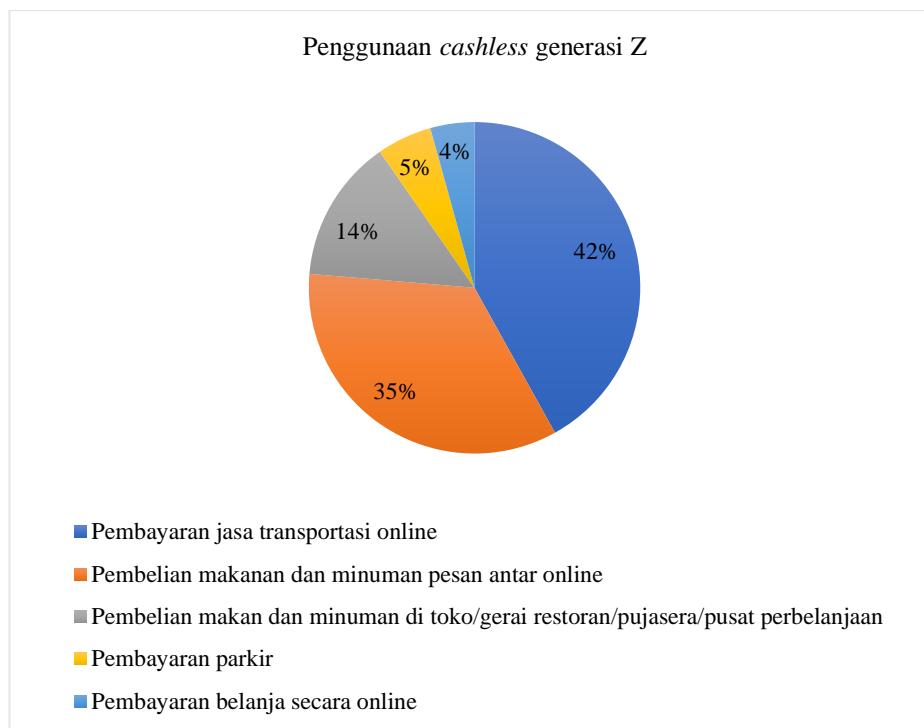
Sumber : Katadata.co.id (2020)

“Menurut hasil riset online pada 16-23 oktober sebanyak 1000 responden, dengan rentang waktu usia 18 ke atas yang dilakukan oleh Ipsos, perusahaan riset asal perancis menunjukkan hasil bahwa ShopeePay memuncaki kedudukan membawahi Gopay, OVO, dan lainnya. Secara penggunaan ShopeePay memang mudah untuk digunakan, dan dukungan layanan cepat, serta faktor lainnya. Penilaian survei didasarkan pada 3 indikator, pertama promotor yang puas secara sadar mengenalkan dompet digital tersebut, kedua penggunaan pasif, tidak mengenalkan dompet digital, ketiga konsumen *detractors* yang merasa tidak puas dengan mengeluhkan ketidaknyamanan.” (Fahmi Ahmad Burhan, 2020).

“Penggunaan digital yang menarik minat dibandingkan dengan uang tunai, tidak terjadi tanpa adanya dukungan dari aplikasi *digital payment*, yang memberikan kemudahan dan praktis dalam bertransaksi, terdapat *cashback* maupun diskon.” (Iradianty & Aditya, 2020). Hal ini sejalan dalam hasil riset the conversation, dengan penggunaan *e-wallet* dapat memicu transaksi non tunai yang memudahkan dengan melalui ponsel pintar, dengan dipicu pemberian *cashback*, dan diskon.

Akibatnya hal tersebut menimbulkan gangguan pada perilaku keuangan generasi Z dengan menciptakan perilaku yang lebih konsumtif, dari hasil riset 90% penggunaan pada OVO, 86% penggunaan pada Gopay, 56% penggunaan pada Dana, dan 5% penggunaan pada LinkAja, dengan hadirnya dompet digital tersebut menjadikan generasi Z lebih konsumtif. “Adanya dompet digital seperti

ovo, gopay, dana, linkaja menjadikan manusia konsumtif dikarenakan mudahnya layanan transaksi melalui digital.” (Katon & Yuniati, 2020).



Sumber data: Ipsos (Data diolah)

Gambar 3. Transaksi Non Tunai Generasi Z

Berdasarkan publikasi Ipsos dalam Evolusi Industri Dompot Digital, grafik diatas menunjukkan persentase transaksi dalam *cashless* atau menggunakan dompet digital. Dari keseluruhan persentase, menggambarkan bahwa generasi Z dengan adanya *cashless* menciptakan perilaku keuangan yang konsumtif, seperti salah satunya pembelian makanan dan minuman pesan antar online dengan persentase 35%, serta transaksi lainnya juga didominasi menunjukkan perilaku konsumtif dari *cashless*, terlihat bahwa kendala yang dihadapi adalah perilaku keuangan.

“*Financial management behavior* adalah mengenai kemampuan seseorang dalam pengendalian yaitu perencanaan, penganggaran, pemeriksaan, pengelolaan, pengendalian, pencarian dan penyimpanan dana keuangan sehari-hari.” (Yusnia & Jubaedah, 2019). “*Financial management behavior* berhubungan dengan tanggung jawab terhadap keuangan dan mengenai cara pengelolaan keuangan.” (Purwidiyanti & Mudjiyanti, 2016).

Dengan adanya perilaku konsumtif generasi Z, Hal tersebut terlihat dengan kendala yang generasi Z hadapi adalah perilaku keuangan mereka dalam transaksi *cashless*. ”Sesuai faktanya generasi muda memiliki pengendalian keuangan menjadi kurang baik dan mengarah konsumtif dikarenakan merupakan kalangan pendorong dominan dalam sistem transaksi non tunai.” (Nirmala *et al.*, 2019). “Perilaku yang cenderung konsumtif kemudian menimbulkan berbagai perilaku keuangan yang tidak baik seperti kurangnya kegiatan menabung, investasi, perencanaan dana darurat dan penganggaran dana untuk masa depan.” (Gunawan *et al.*, 2020).

“Berdasarkan Survei Nasional Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan (SNLKI) yang dilakukan oleh OJK tahun 2019, literasi keuangan pada generasi muda yang rendah dengan usia 18-25 tahun sebesar 32,1 persen, sedangkan usia 25-35 tahun sebesar 33,5. Menandakan kalangan generasi muda dalam kondisi belum begitu melek finansial, seharusnya membutuhkan pengetahuan soal literasi keuangan untuk mempersiapkan masa depan yang lebih baik.” (Siringoringo, 2020).

Hal ini menandakan masih rendahnya akan pengetahuan keuangan, dampak dari hal ini ialah keputusan keuangan yang akan diambil cenderung dapat merugikan mereka sendiri, contohnya dengan perilaku yang konsumtif dari adanya pengelolaan keuangan yang kurang baik. “Namun faktanya generasi muda menjadi salah satu kalangan yang menjadi pengguna terbesar dalam sistem transaksi non tunai atau *cashless*, hal tersebut menjadi penyebab pengelolaan keuangan menjadi kurang baik dan cenderung konsumtif, terutama dalam melakukan pembayaran non tunai.” (Tukan *et al.*, 2020). “Dengan adanya fenomena tersebut maka dibutuhkan kecerdasan dalam finansial untuk menyikapi tantangan tersebut terutama dalam pengelolaan keuangan.” (Sholeh, 2019).

Hasil pra-riset juga membuktikan bahwa masih kurang memadai literasi keuangan pada generasi Z berdasarkan data dari hasil pra riset terhadap generasi Z di wilayah Kecamatan Cakung, Jakarta Timur, sebanyak 26 responden mengenai gambaran bagaimana literasi keuangan terdapat 6 pertanyaan dari

referensi indikator pada tiap indikator pertanyaan yang merujuk pada kondisi literasi keuangan generasi Z dengan pengukuran menggunakan skala *likert*.

Tabel 2. Hasil Pra riset Mengenai Literasi Keuangan Gen Z

	Sangat Tidak Setuju (STS)	Tidak Setuju (TS)	Ragu - ragu / netral (RG)	Setuju (S)	Sangat Setuju (SS)
Saya menggunakan layanan produk non tunai dalam bertransaksi	0%	0%	15,4%	50%	34,6%
Saya menggunakan produk fintech dalam bidang kredit seperti <i>shopeepay later</i> dan <i>gopay later</i>	46,2%	3,9%	11,5%	30,7%	7,7%
Saya menyisihkan uang saya dengan berkala dan menyimpannya menjadi tabungan	0%	0%	11,5%	30,8%	37,7%
Saya mengetahui beragam produk di bidang investasi seperti saham, reksa dana dan sebagainya	3,8%	0%	30,8%	23,1%	42,3%
Saya memahami pentingnya asuransi beserta manfaatnya untuk pribadi	0%	3,8%	26,9%	38,5%	30,8%

Sumber: *google form (Data diolah)*

“Literasi keuangan berpengaruh mengenai pandangan seseorang terhadap kondisi keuangan serta mempengaruhi pengambilan keputusan yang strategis dalam hal keuangan dan pengelolaan.” (Harahap *et al.*, 2020). Beberapa penelitian terdahulu yang sesuai dilakukan yakni literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan (Aprinhasari & Widiyanto, 2020) dan dalam penelitian (Herawati, 2020). Berbeda dengan (Nirmala *et al.*, 2019) literasi keuangan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku keuangan dan (Prihartono & Asandimitra, 2018) menyatakan pengetahuan keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku manajemen keuangan. (Mochamad Zulfikri, 2020) literasi keuangan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku manajemen keuangan.

“Pengelolaan keuangan juga menjadi gambaran bagaimana seseorang bersikap ketika dihadapkan keputusan keuangan yang harus diambilnya. Seseorang yang mampu mengambil keputusan dalam mengelola keuangannya tidak akan mengalami kesulitan dimasa depan dan memperlihatkan perilaku yang sehat sehingga mampu menentukan skala prioritas tentang apa yang menjadi

kebutuhan dan keinginannya yang berkaitan dengan gaya hidup.” (Gunawan *et al.*, 2020).

“Perkembangan perilaku pada masyarakat yang lebih modern menciptakan perubahan dalam segi perilaku dan identitas baru dalam kehidupan yang termasuk segi perilaku dalam pola konsumsi di era teknologi dan digital, seperti banyaknya masyarakat dalam penggunaan transaksi secara online atau disebut dengan *cashless society* yang disebabkan adanya perubahan sistem pembayaran mengikuti perkembangan teknologi, hal ini membuat adanya perubahan gaya hidup dalam tatanan masyarakat yang dulunya bertransaksi menggunakan uang tunai sekarang digantikan oleh uang elektronik (*e- money*).” (Wikannanda *et al.*, 2019).

“Dengan Kemudahan yang ada pada *cashless society* dalam manfaat untuk meningkatkan efisiensi dalam keuangan terutama karena banyaknya promo yang mendukung, malah menjadi lebih konsumtif dan tidak dapat mengontrol keuangannya dengan baik.” (Nirmala *et al.*, 2019). “Kebiasaan dan gaya hidup sekarang ini cepat mengalami perubahan dalam waktu yang relatif singkat menuju ke arah yang kian mewah dan berlebihan, misalnya dalam hal penampilan yang dapat mendorong pada perilaku konsumtif.” (Alamanda, 2018).

Hal ini sejalan dengan pendapat Mowen dan Michael dalam penelitian (Putri & Lestari, 2019) mendefinisikan bahwa gaya hidup akan memberi konsekuensi perilaku seseorang yang pada akhirnya menunjukkan pola konsumsi seseorang. Hal tersebut didukung dari hasil pra-riset juga membuktikan bahwa bagaimana kecenderungan gaya hidup pada generasi Z yang mengarah pada perilaku konsumtif yang didasari gaya hidup dengan berdasarkan data dari hasil pra riset terhadap generasi Z di wilayah Kecamatan Cakung, Jakarta Timur sebanyak 26 responden pada tiap indikator pertanyaan yang merujuk pada gaya hidup generasi Z dengan pengukuran menggunakan skala *likert*. Beberapa penelitian terdahulu yang sesuai dilakukan yakni Nirmala *et al* (2019) dan Pulungan *et al* (2018) gaya hidup berpengaruh positif, dan signifikan terhadap perilaku keuangan.

Tabel 3. Hasil Pra riset Mengenai Gaya Hidup Gen Z

Pertanyaan	Sangat Tidak Setuju (STS)	Tidak Setuju (TS)	Ragu - ragu / netral (RG)	Setuju (S)	Sangat Setuju (SS)
Saya selalu membeli produk yang sedang <i>hype</i>	11,5%	38,5%	30,8%	15,4%	3,8%
Saya selalu mengikuti trend gaya terbaru yang sedang <i>booming</i>	23,1%	11,5%	46,2%	15,4%	3,8%
Saya membeli produk dengan mempertimbangkan kualitas, dan kebutuhan	0%	8%	19,2%	46,2%	26,9%

Sumber: google form (Data diolah)

“Perkembangan teknologi dan informasi telah memberikan dampak tidak hanya terhadap perubahan gaya hidup masyarakat, tetapi salah satunya dalam hal keuangan (*financial*) atau teknologi finansial.”(Triwahyuningtyas, 2021). “Hal tersebut di dukung dengan teknologi yang terus maju untuk memudahkan kehidupan yang dapat dirasakan dalam hal bertransaksi, hal ini sejalan teknologi finansial terus berkembang dan beragam yang memicu penggunaan teknologi *fintech* dalam bidang keuangan memberikan kemudahan terutama dalam hal pembayaran digital.” (Aulia, 2020).

“*Fintech* merupakan inovasi yang dapat memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi masyarakat di bidang keuangan, karena masyarakat hanya dapat menggunakan *smartphone* dan internet untuk melakukan transaksi. Seiring dengan jumlah dan nilai transaksi keuangan yang terus bertambah, keberadaan *financial technology* telah memberikan dampak positif bagi peningkatan perekonomian. Namun dibalik aspek positif tersebut, budaya belanja online dan non-tunai (*cashless*) telah melahirkan permasalahan yaitu konsumerisme (perilaku konsumtif) yang mempengaruhi perilaku keuangan seseorang.” (Tukan *et al.*, 2020). Hal tersebut didukung dari hasil pra-riset, yakni

Tabel 4. Hasil Pra riset Mengenai Teknologi Finansial Gen Z

Pertanyaan	Sangat Tidak Setuju (STS)	Tidak Setuju (TS)	Ragu - ragu / netral (RG)	Setuju (S)	Sangat Setuju (SS)
Kemudahan penggunaan fitur layanan teknologi finansial, mempengaruhi saya dalam menggunakannya	0%	0%	11,5%	50%	38,5%

Saya menggunakan layanan teknologi finansial berbasis server (shopeepay, gopay, ovo), chip(kartu debit, kredit, dan atm), dan layanan perbankan (mobile banking, internet banking, sms banking, uang elektronik)	0%	0%	7,7%	42,3%	50%
Saat ini investasi sedang booming, dan menarik minat, saya menggunakan teknologi finansial di bidang manajemen resiko dan investasi, seperti Ajaib, bibit, finansialku, tanamduit, bareksa dan sebagainya untuk berinvestasi	15,4%	15,4%	23,1%	38,5%	7,7%
Saya menggunakan layanan teknologi finansial dalam pinjaman (Kredivo, Danamas, ShopeePay later, Gopay later) dan crowdfunding (KitaBisacom, BenihBaik.com)	42,3%	3,8%	19,2%	30,8%	3,8%

Sumber: google form (Data diolah)

Hasil data membuktikan bahwa bagaimana kecenderungan teknologi finansial pada generasi Z yang mengarah pada perilaku konsumtif yang berdasarkan data dari hasil pra riset terhadap generasi Z di wilayah Kecamatan Cakung, Jakarta Timur sebanyak 26 responden pada tiap indikator pertanyaan yang merujuk pada teknologi finansial generasi Z dengan pengukuran menggunakan skala *likert*. Beberapa penelitian terdahulu yang sesuai dilakukan yakni teknologi finansial berpengaruh positif, dan signifikan terhadap perilaku keuangan (Farida *et al.*, 2021) dan dalam (Triwahyuningtyas, 2021). Berbeda dengan Tukan *et al* (2020) bahwa *financial technology* tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap perilaku keuangan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas serta berdasarkan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh para peneliti terdahulu, maka dari itu peneliti tertarik melakukan penelitian dengan mempelajari berbagai informasi lebih dengan objek penelitian berbeda mengenai bagaimana literasi keuangan, gaya hidup, dan teknologi finansial dapat mempengaruhi perilaku keuangan generasi Z. Maka peneliti ingin menulis penelitian berjudul “**Analisis Perilaku Keuangan Generasi Z Dalam Cashless Society Di Wilayah Kecamatan Cakung Jakarta Timur**”.

I.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan pada latar belakang, maka rincian permasalahan yang diteliti dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku keuangan generasi Z dalam *cashless society*?

- b. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku keuangan generasi Z dalam *cashless society*?
- c. Apakah teknologi finansial berpengaruh terhadap perilaku keuangan generasi Z dalam *cashless society*?

I.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini mempunyai tujuan yang ingin dicapai untuk membuktikan perilaku keuangan generasi Z dalam *cashless society*. Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku keuangan generasi Z dalam *cashless society*
- b. Mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap perilaku keuangan generasi Z dalam *cashless society*
- c. Mengetahui pengaruh teknologi finansial terhadap perilaku keuangan generasi Z dalam *cashless society*

I.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, maka penelitian ini diharapkan dapat memiliki beberapa manfaat, baik manfaat secara teoritis maupun manfaat secara praktis diantaranya:

- a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi akademis dalam kemudahan sistem *cashless* dan landasan referensi bagi para peneliti selanjutnya untuk membuktikan perilaku keuangan generasi Z dalam *cashless society*, sehingga dapat menganalisis faktor - faktor baru dalam perilaku keuangan generasi lain dan *cashless society* sebagai salah satu teknologi keuangan yang dapat membantu perkembangan teknologi finansial dalam memberikan layanan keuangan, serta menyempurnakan penelitian terdahulu.

b. Manfaat Praktis

1. Generasi Z

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan para generasi khususnya generasi Z mengenai beragam alat pembayaran dengan menggunakan sistem *cashless*, dan dapat mendorong generasi untuk turut andil dalam penggunaan *cashless* dalam bertransaksi.

2. Pemerintah

Menjadi referensi dalam mengembangkan program atau gerakan dalam rangka mendukung peralihan sistem non tunai, bahan masukkan dalam menerapkan strategi dalam meningkatkan jumlah penggunaan sistem non tunai dalam bertransaksi khususnya generasi yang memiliki keakraban dengan teknologi, serta dalam menerapkan kebijakan baru dimasa depan mengenai penerapan teknologi finansial.