

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital yang semakin pesat telah mengadopsi teknologi dan mengikuti perkembangan ilmu pengetahuan yang menjadi pendorong perubahan dalam peradaban manusia. Kemajuan teknologi telah menciptakan beragam inovasi dan mengubah cara kita bertransaksi dengan cepat hingga pembelian produk dan layanan secara *online*. *Cashless society*, atau masyarakat yang menggunakan pembayaran tanpa uang tunai, menjadi semakin populer di Indonesia. *Cashless society* merupakan suatu kondisi di mana transaksi keuangan dilakukan tanpa menggunakan uang tunai fisik, melainkan menggunakan metode pembayaran digital seperti kartu kredit, dompet digital, atau transfer bank. Hal ini didukung dengan adanya masyarakat Indonesia sejumlah 67% bersiap-siap untuk meninggalkan uang tunai. Dari studi tersebut didominasi sebanyak 78% Generasi Z siap meninggalkan uang tunai (dilansir dari kompas.com 10/04/2023). Generasi Z, yang dikenal sebagai generasi *digital natives*, memiliki tingkat kenyamanan yang tinggi dalam menggunakan teknologi dan aplikasi digital, yang membuat mereka lebih terbuka terhadap inovasi dalam sistem pembayaran. Mereka percaya bahwa metode pembayaran ini lebih efisien dan aman daripada uang tunai, terutama karena mereka mengurangi risiko kehilangan atau pencurian dan meningkatkan kecepatan transaksi.

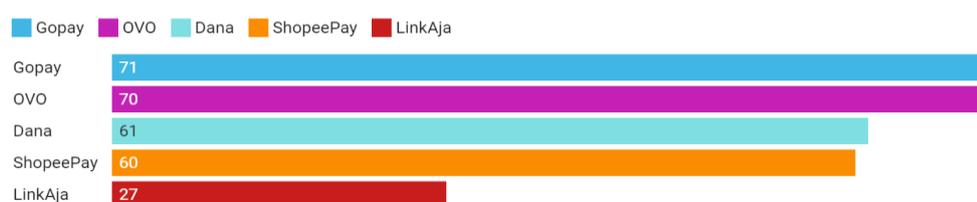
Generasi Z juga lebih akrab dengan teknologi dan lebih terbuka untuk menggunakan aplikasi dan *platform* pembayaran *digital*. Bank Indonesia mencatat peningkatan transaksi keuangan digital sebesar Rp15.881,53 triliun pada kuartal 1 2024 di mana angka itu tumbuh sebesar 16,15% dibanding periode yang sama tahun lalu (dilansir dari ANTARA News Rabu, 24 April 2024)

Dalam konteks ini, Generasi Z memainkan peran penting dalam meningkatkan inklusi keuangan di Indonesia. Berdasarkan data OJK pada tahun 2023, inklusi keuangan meningkat drastis menjadi 88,7% dibandingkan tahun sebelumnya hal ini didominasi oleh generasi Z yang cenderung

menggunakan uang mereka untuk kebutuhan saat ini daripada memikirkan kebutuhan di masa mendatang, seperti yang disebutkan oleh (Wiyanto, dkk., 2019). Menurut mereka, mengelola keuangan dengan baik mencakup keputusan yang cerdas tentang pengeluaran, menabung, dan berinvestasi, yang pada akhirnya menilai keberhasilan seseorang dalam mengatur keuangan mereka (N. Fatimah & Susanti, 2018).

Faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya pergeseran menuju masyarakat tanpa uang tunai meliputi perkembangan infrastruktur digital, peningkatan penetrasi internet, dan maraknya penggunaan *smartphone*. Selain itu, dukungan dari pemerintah dan lembaga keuangan dalam menyediakan platform pembayaran digital juga berperan penting dalam mendorong adopsi teknologi ini.

Sejalan dengan faktor-faktor tersebut, penggunaan e-wallet atau dompet digital memiliki keterkaitan yang signifikan dengan perilaku keuangan individu. E-wallet mempermudah dan mempercepat proses transaksi tanpa perlu membawa uang tunai atau kartu fisik, hanya dengan menggunakan aplikasi di *smartphone*. Kemudahan ini dapat mendorong perubahan kebiasaan belanja, di mana pengguna cenderung lebih sering melakukan transaksi dan mungkin lebih boros karena akses yang begitu mudah.



Sumber: jubileo blog survei dompet digital (2023)

Gambar 1. Platform Layanan Digital Payment di Indonesia

Perubahan ini tidak hanya mencerminkan pergeseran dalam metode pembayaran, tetapi juga menunjukkan dampak yang lebih luas terhadap perilaku konsumen dan pengelolaan keuangan pribadi. Dengan semakin banyaknya transaksi yang dilakukan secara digital, individu dapat dengan mudah melacak pengeluaran mereka melalui aplikasi e-wallet yang sering kali dilengkapi dengan fitur analisis keuangan. Saat ini, Gopay, Dana, OVO, LinkAja, dan ShopeePay merupakan *e-wallet* yang paling diminati di kalangan

masyarakat. Hasil survei yang dilakukan oleh *jubileo blog* mengenai perkembangan e-wallet di Indonesia, juga memperlihatkan platform *payment* yang paling sering digunakan oleh masyarakat yaitu gopay 71% dan disusul OVO sebesar 60%. Sementara, pengguna *platform* dompet digital lain seperti Dana, ShopeePay, dan LinkAja memiliki proporsi yang lebih sedikit. Pada gambar di atas penggunaan platform layanan digital payment di Indonesia seiring berjalannya waktu semakin meningkat.

Hal ini menggambarkan bahwa generasi Z dengan adanya *cashless* menciptakan perilaku keuangan yang konsumtif, seperti salah satunya penggunaan gopay dengan persentase 71%, serta transaksi lainnya juga didominasi menunjukkan perilaku konsumtif dari *cashless*, terlihat bahwa kendala yang dihadapi adalah perilaku keuangan. Aspek keuangan mencakup perencanaan berdasarkan pendapatan dan pemahaman literasi keuangan guna menghadapi risiko di masa depan, menjadi perhatian utama. Perilaku konsumtif yang tidak terencana sering dikaitkan dengan literasi keuangan yang rendah, yang dapat menyebabkan masalah keuangan di kemudian hari (Yuniasanti & Nurwahyuni, 2023). Oleh karena itu, sangat penting bagi Generasi Z untuk belajar lebih banyak tentang keuangan agar mereka dapat mengelola keuangan pribadi mereka dengan lebih baik (Amelia et al., 2020) dalam literasi keuangan yang terus terintegrasi secara konsisten.

Tabel 1. Data Literasi Keuangan 2019-2024
Perbandingan Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Tahun 2019-2024

Indeks	2019	2022	2023	2024
Literasi	38,03%	49,68%	55%	65,43%
Inklusi	76,19%	85,10%	88,7%	75,02%
Gap	38,16%	35,42%	33,7%	9,59%

Sumber: OJK dan Bank Indonesia Data diolah 2024

Berdasarkan tabel tersebut hasil survei nasional literasi dan inklusi keuangan (SNLIK) 2019-2024 diambil dari perhitungan menggunakan paramater literasi keuangan yang terdiri dari pengetahuan, keterampilan,

keyakinan, sikap, dan perilaku, sementara indeks inklusi keuangan menggunakan parameter penggunaan (*usage*) terhadap produk dan layanan hasil menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia sebesar 49,68 persen, naik dibanding tahun 2019 yang hanya 38,03 persen. Sementara indeks inklusi keuangan tahun 2022 mencapai 85,10 persen meningkat dibanding periode SNLIK sebelumnya di tahun 2019 yaitu 76,19 persen.

Hal tersebut menunjukkan gap antara tingkat literasi dan tingkat inklusi semakin menurun dari 38,16 persen di tahun 2019 menjadi 35,42 persen di tahun 2022. Sementara indeks inklusi keuangan tahun 2024 mencapai 75,02% menurun dibandingkan tahun 2023 mencapai 88,7%. Hal ini disebabkan karena adanya akses yang lebih mudah ke layanan keuangan. Dengan adanya teknologi digital, akses masyarakat terhadap layanan keuangan, seperti e-wallet dan bank digital, semakin mudah. Ini berkontribusi pada inklusi keuangan yang lebih baik, meskipun tingkat literasi mungkin belum sepenuhnya meningkat. Selain itu, adanya kerjasama antar lembaga pemerintah, sektor swasta, dan organisasi non-pemerintah dalam mempromosikan literasi keuangan dapat mengurangi gap antara literasi dan inklusi keuangan. Maka dari itu, adanya peran pemerintah sangat dibutuhkan dalam menyelenggarakan program edukasi dan sosialisasi tentang pengelolaan keuangan baik secara *online* dan *offline*, serta adanya regulasi yang mendukung akses masyarakat terhadap layanan keuangan, termasuk perlindungan konsumen, agar mereka merasa lebih aman dalam menggunakan produk keuangan. Sementara indeks literasi keuangan tahun ini mencapai 65,43% dibanding periode sebelumnya yang hanya 55%. Secara keseluruhan, terdapat tren peningkatan literasi keuangan yang konsisten dari 2019 hingga 2024. Penurunan gap antara literasi dan inklusi pada 2024 mengindikasikan bahwa meskipun lebih sedikit orang yang menggunakan layanan keuangan, mereka yang melakukannya memiliki pemahaman yang lebih baik tentang cara kerja layanan tersebut.

Selanjutnya, seiring dengan peningkatan inklusi keuangan dan pengurangan gap literasi, fenomena masyarakat tanpa uang tunai, atau yang

sering disebut *cashless society*, juga telah memengaruhi kebiasaan bertransaksi, terutama di kalangan Generasi Z. Tren ini menjadi sorotan penting dalam perilaku keuangan mereka. Melalui pra-kuesioner yang dilakukan pada tanggal 6-7 September 2024 selama 2 hari, terdapat variasi pandangan dan pemahaman yang mendalam terkait *cashless society* sehingga mendapatkan data seperti di bawah ini.

Tabel 2. Hasil Survei Pra Kuesioner

No	Pertanyaan	Ya	Tidak
1.	Apakah anda menggunakan metode pembayaran digital? (<i>cashless society</i>)	100%	-
2.	Apakah anda merasa bahwa pengetahuan tentang literasi keuangan mempengaruhi cara anda memilih dan menggunakan metode pembayaran tanpa uang tunai? (literasi keuangan)	90,9%	9,1%
3.	Apakah anda merasa bahwa penggunaan sistem <i>cashless</i> berpengaruh pada kebiasaan belanja anda? (gaya hidup)	93,9%	6,1%
4.	Apakah anda pernah mengalami masalah (misalnya, penipuan atau pencurian identitas) saat menggunakan metode pembayaran digital? (preferensi risiko)	39,4%	60,6%
5.	Apakah anda merasa memiliki kontrol penuh atas transaksi keuangan anda ketika menggunakan metode pembayaran non-tunai? (<i>Locus of control</i>)	90,9%	9,1%

Sumber: Diolah oleh Penulis (2024)

Pada hasil pra survei yang telah dilakukan mahasiswa yang termasuk dalam kategori Generasi Z di Prodi Manajemen Program Sarjana Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta (UPNVJ), Peneliti memberikan beberapa pertanyaan terbuka tentang keputusan pembayaran digital dengan

beberapa indikator, yaitu literasi keuangan, gaya hidup, preferensi risiko, dan *Locus of control*. Literasi Keuangan adalah serangkaian tindakan ataupun perilaku yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan prinsip manajemen seseorang ekonomi yang lebih baik dalam mengelola keuangan yang lebih baik (Sari et al., 2023). Gaya hidup adalah perilaku dan pola konsumsi individu yang mencerminkan nilai dan prioritas mereka (Fitri & Basri, 2021). Preferensi risiko adalah berkaitan dengan cara orang menilai dan menangani risiko yang muncul saat menggunakan teknologi pembayaran digital (Desi et al., 2024). *Locus of control* adalah pemahaman pribadi tentang sebab utama suatu peristiwa dalam hidupnya. Hal ini juga dapat diartikan sebagai keyakinan pribadi tentang kontrol atas hidupnya, di mana suatu peristiwa dianggap sebagai hasil dari usaha dan kemampuan sendiri atau hanya kebetulan (Anova, 2022).

Berdasarkan hasil pra survei yang peneliti lakukan menggunakan kepada 30 mahasiswa yang termasuk dalam kategori Generasi Z di Prodi Manajemen Program Sarjana Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta (UPNVJ) menyatakan bahwa dengan adanya pengetahuan tentang literasi keuangan mempengaruhi cara mereka dalam memilih dan menggunakan metode pembayaran tanpa uang tun. Indikator Literasi Keuangan memiliki persentase jawaban Ya sebesar 90,9%. Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan sangat penting dalam pengambilan keputusan finansial, terutama dalam dunia yang semakin melek akan digital. Orang yang memiliki pemahaman yang kuat mengenai keuangan pastinya memiliki kecenderungan untuk lebih efektif dalam mengelola keuangan mereka sendiri dan mempunyai kemampuan yang lebih baik dalam menangani masalah keuangan (Wardani & Fitrayati, 2022) Namun, adanya perbedaan yang signifikan pada generasi Z dalam pengetahuan keuangan mereka. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Bukht & Heeks, 2019), meskipun Generasi Z memiliki kemampuan teknologi yang lebih tinggi, tidak semua dari mereka mempunyai pengetahuan keuangan yang cukup. Hal ini menimbulkan kekhawatiran tentang cara mereka mengelola keuangan dalam masyarakat *cashless*, di mana risiko pengeluaran impulsif dan utang konsumtif dapat meningkat. Oleh karena itu, pentingnya

meningkatkan literasi keuangan di generasi Z upaya membantu mereka dalam mengelola keuangan pribadi yang lebih baik.

Indikator gaya hidup menunjukkan bahwa pembayaran *cashless* mempengaruhi kebiasaan belanja mahasiswa Generasi Z di Program Studi Manajemen Program Sarjana Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta (UPNVJ). Hasil pra-survei yang melibatkan 30 mahasiswa dari kelompok ini menunjukkan bahwa mayoritas dari mereka kesulitan mengendalikan keuangan mereka akibat penggunaan pembayaran *cashless*. Perilaku ini menjadi faktor penting dalam pengambilan keputusan terkait pembayaran digital di kalangan Generasi Z. Gaya hidup hedonis, yang dicirikan oleh pengeluaran konsumtif yang berlebihan dan sering kali ditandai dengan pengeluaran untuk kepuasan instan, diperkuat oleh kemudahan berbelanja *online*. Hal tersebut sejalan dengan penelitian bahwa gaya hidup generasi Z sangat mempengaruhi bagaimana mereka membelanjakan uang mereka; penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis, yang ditandai dengan pengeluaran untuk kepuasan instan, dapat menyebabkan mereka menghabiskan lebih banyak uang untuk barang dan jasa (Widiastuti et al., 2023 ;Kenale Sada, 2022 ;Hidayah & Wahjoedi, 2021). Gaya hidup seseorang dapat mencerminkan nilai dan prioritas mereka melalui apa yang mereka beli dan habiskan. Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z (Faizah et al., 2023). Gaya hidup konsumtif dipengaruhi oleh budaya belanja beriringan dengan tren media sosial yang dapat mempengaruhi keputusan penggunaan e-wallet para generasi Z (Sheldy et al., 2023)

Faktor lain yang memengaruhi perilaku keuangan pada mahasiswa Generasi Z di Program Studi Manajemen Program Sarjana Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta (UPNVJ) adalah preferensi risiko. Hasil survei menunjukkan bahwa generasi Z dominan menjawab “tidak” dalam pra kuesioner. Sebanyak 60,6% generasi Z tidak mengalami risiko penggunaan *cashless*. Namun, 30,4% generasi Z di lingkup UPN mengalami risiko penggunaan *cashless*. Hal ini menghadirkan tantangan baru baik dalam keamanan data maupun privasi pengguna. Generasi Z sendiri dikenal lebih

suka melakukan pengeluaran yang berisiko dibandingkan generasi sebelumnya, tetapi ada kekhawatiran tentang keamanan data dan risiko penipuan yang dapat berdampak pada cara mereka mengelola keuangan (Andiani & Maria, 2023; Halim, 2010). Generasi Z harus memahami risiko yang terkait dengan keputusan keuangan mereka dan memiliki strategi yang baik untuk mengelola risiko tersebut. Penelitian menunjukkan bahwa individu dengan toleransi risiko yang lebih tinggi cenderung membuat keputusan keuangan yang lebih berani (Kulintang & Putri, 2024). Hasil penelitian yang dikaji oleh (Lukito, 2022) menjelaskan bahwa *cashless society* berpengaruh signifikan dan positif. Dengan ini Generasi Z harus memahami risiko yang terkait dengan keputusan keuangan mereka dan memiliki strategi untuk mengelola risiko tersebut (Syabila & Khair, 2022). Namun, pada penelitian yang dilakukan oleh (Aruan, 2018) menunjukkan bahwa persepsi risiko tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen untuk mengadopsi layanan ini, dengan faktor-faktor seperti kemudahan penggunaan dan manfaat yang dirasakan lebih berpengaruh.

Pada Indikator *Locus of control*, hasil pra survei yang peneliti lakukan menggunakan 30 mahasiswa yang termasuk dalam kategori Generasi Z di Prodi Manajemen Program Sarjana Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta (UPNVJ) menyatakan bahwa mereka memiliki kontrol penuh atas transaksi keuangan ketika menggunakan metode pembayaran non-tunai. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang telah diteliti oleh studi menunjukkan bahwa orang dengan *Locus of control* yang tinggi cenderung lebih bertanggung jawab dalam mengelola keuangan mereka (Istianingsih et al., 2022). Dengan adanya *Locus of control* internal yang tinggi, pengelolaan keuangan akan menjadi lebih baik (Asandimitra, 2018). Pada penelitian yang telah diteliti oleh (Ramadhani et al., 2023) menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif *Locus of control* terhadap pengelolaan keuangan pribadi di Kabupaten Banyumas. Sebagaimana dinyatakan oleh (Ayu Novia et al., 2022) *Locus of control* harus diteliti untuk mengetahui pengaruh yang dimilikinya terhadap pengelolaan keuangan pribadi. Namun, pada penelitian yang dilakukan oleh (Fatimah, S. N., & Fathihani, F., 2023) menunjukkan bahwa

tidak adanya pengaruh secara signifikan antara *locus of control* dengan perilaku keuangan generasi Z di DKI Jakarta.

Secara keseluruhan, literasi keuangan, gaya hidup, preferensi risiko, dan *Locus of control*, saling terkait dan kompleks. Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk menentukan bagaimana komponen-komponen ini dapat digunakan untuk meningkatkan pengelolaan keuangan Generasi Z. Dengan memahami pengaruh ini, pembuat kebijakan dan pendidik dapat membuat langkah-langkah yang lebih baik untuk membantu Generasi Z belajar keterampilan keuangan yang diperlukan untuk hidup makmur.

Berdasarkan fenomena yang telah dijelaskan, penulis menilai penting dilakukannya penelitian mengenai penggunaan sistem pembayaran elektronik yang dilihat berdasarkan literasi keuangan, gaya hidup, preferensi risiko, dan *Locus of control*. Pada penelitian ini penulis akan memilih subyek penelitian mahasiswa aktif program studi manajemen program sarjana Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta tahun ajaran 2021. Hal ini bertujuan untuk melihat apakah subyek penelitian tersebut sudah mengetahui dan menggunakan sistem pembayaran elektronik. Atas dasar latar belakang diatas, dalam penyusunan skripsi ini penulis akan mengambil judul “Analisis Perilaku *Cashless Society* Pada Generasi Z di Jurusan Manajemen UPN Veteran Jakarta”

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian sebelumnya tentang konteksnya, penulis menyusun beberapa pernyataan masalah, yang termasuk di dalamnya adalah:

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap *Cashless society* pada generasi Z di jurusan Manajemen UPN Veteran Jakarta?
2. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap *Cashless society* pada generasi Z di jurusan Manajemen UPN Veteran Jakarta?
3. Apakah Preferensi risiko berpengaruh terhadap *Cashless society* pada generasi Z di jurusan Manajemen UPN Veteran Jakarta?
4. Apakah literasi keuangan secara tidak langsung berpengaruh terhadap *Cashless society* pada generasi Z di jurusan Manajemen UPN Veteran

Jakarta melalui *Locus of control*?

5. Apakah gaya hidup secara tidak langsung berpengaruh terhadap *Cashless society* pada generasi Z di jurusan Manajemen UPN Veteran Jakarta melalui *Locus of control*?
6. Apakah prefrensi risiko secara tidak langsung berpengaruh terhadap *Cashless society* pada generasi Z di jurusan Manajemen UPN Veteran Jakarta melalui *Locus of control*?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan membuktikan bagaimana perilaku keuangan generasi Z di UPN "Veteran" Jakarta beradaptasi dalam lingkungan *Cashless society*. Dalam kerangka rumusan masalah sebelumnya, penelitian ini memiliki beberapa tujuan utama:

1. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan pada generasi Z di Jurusan Manajemen UPN "Veteran" Jakarta dalam *cashless society*.
2. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup pada generasi Z di Jurusan Manajemen UPN "Veteran" Jakarta dalam *cashless society*.
3. Untuk mengetahui *Locus of control* pada generasi Z di Jurusan Manajemen UPN "Veteran" Jakarta dalam *cashless society*.
4. Untuk mengetahui Preferensi Risiko pada generasi Z di Jurusan Manajemen UPN "Veteran" Jakarta dalam *cashless society*.
5. Untuk mengetahui pengaruh tidak langsung gaya hidup pada generasi Z di Jurusan Manajemen UPN "Veteran" Jakarta dalam *cashless society*.
6. Untuk mengetahui pengaruh tidak langsung Preferensi Risiko pada generasi Z di Jurusan Manajemen UPN "Veteran" Jakarta dalam *cashless society*.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disajikan, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini memiliki manfaat yang signifikan, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Dari segi teori, penelitian ini diantisipasi dapat menambah pemahaman kita tentang bagaimana literasi keuangan, gaya hidup, dan preferensi risiko memengaruhi cara generasi Z mengelola keuangan mereka. Fokusnya adalah untuk membantu peralihan ke arah masyarakat yang lebih mengandalkan transaksi non-tunai dan dapat menjadi sumber rujukan yang berharga bagi penelitian mendatang dalam bidang ini.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi generasi Z, harapannya adalah hasil dari penelitian ini akan meningkatkan kesadaran akan pentingnya literasi keuangan, pemilihan gaya hidup, dan preferensi risiko sesuai dengan kapasitas mereka. Ini diharapkan dapat meningkatkan perilaku keuangan generasi Z secara keseluruhan.
- b. Bagi penelitian selanjutnya, harapannya adalah peneliti dapat mengidentifikasi variabel-variabel baru yang mempengaruhi adopsi teknologi pembayaran digital dan mengeksplorasi hubungan-hubungan baru di antara variabel-variabel tersebut