

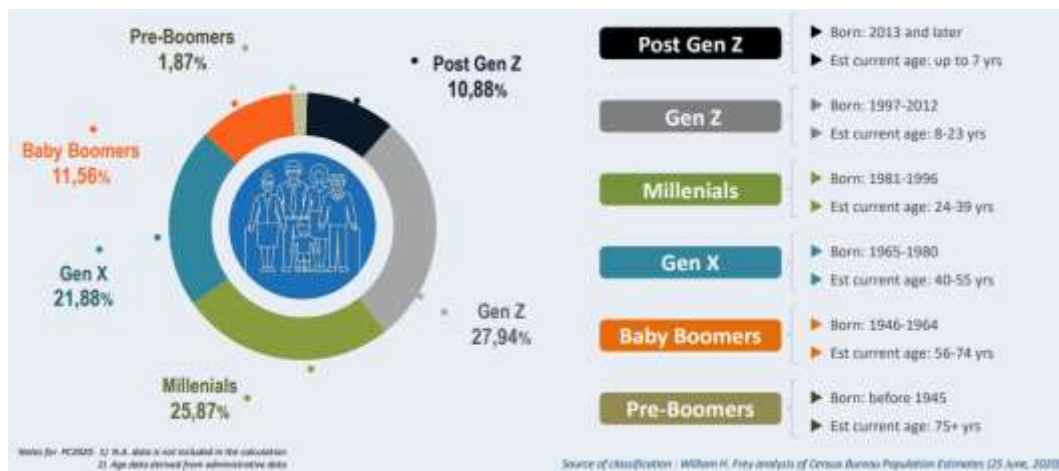
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Badan Pusat Statistik atau BPS mengklasifikasikan penduduk Indonesia menjadi enam generasi yang didasari oleh tahun kelahiran dengan acuan rentang waktu yang ditetapkan oleh BPS. Adapun enam generasi tersebut yaitu Generasi Pre Boomer (sebelum 1945), Baby Boomer (1946-1964), X (1965-1980), Y (1981-1996), Z (1997-2012), dan Post Generasi Z atau Alpha (2013 ke atas), di mana tiap-tiap generasi tersebut memiliki karakteristiknya masing-masing yang dibentuk oleh fenomena maupun keadaan yang dialami dan dilalui oleh mereka pada masanya. Sebagai contoh, Generasi Baby Boomer lahir pascaperang dunia kedua sehingga membuat mereka harus menyusun ulang kehidupannya, sedangkan Generasi Z atau biasa dikenal sebagai Gen-Z tumbuh saat teknologi tengah mengalami perkembangan yang pesat sehingga pola pikirnya cenderung instan (Sari 2019).

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), merujuk pada hasil analisis yang dilakukan oleh William H. Frey dalam *Census Bureau Population Estimates* (25 Juni 2020), Gen-Z mendominasi kelompok generasi di Indonesia sebesar 27,94% dari total populasi (*Gambar 1.1*). Disusul oleh Milenial dengan total 25,87% dari total populasi, diikuti oleh Gen X yang memperoleh 21,88% dari total populasi, Baby Boomers sebesar 11,56%, Alpha sebesar 10,88%, dan Pre-Boomers sebesar 1,87%. Hal ini menunjukkan bahwa demografis Indonesia didorong oleh populasi muda dalam jumlah yang cukup besar. Kontribusi Gen-Z sebesar 27,94% ini terutama juga karena sebagai kelompok dengan kategori usia produktif dibutuhkan dalam sektor-sektor yang menjadi pendorong terhadap pertumbuhan ekonomi negara.



Gambar 1. 1 Sebaran Kelompok Generasi di Indonesia Tahun 2020

Sumber : BPS, 2020

Gen-Z merupakan generasi yang lahir dalam rentang tahun 1997 hingga 2012, dengan rentang usia antara 12 hingga 27 tahun (Yusmini dan Murdani, 2024). Generasi ini tumbuh di era yang sangat dipengaruhi oleh internet, media sosial, dan teknologi digital yang memadai serta berkembang dengan pesat. Gen-Z dikenal dengan sebutan *digital native* karena menjadi generasi yang dekat dengan kecanggihan teknologi. Gen-Z mampu beradaptasi dengan perubahan teknologi dan informasi. Gen-Z memiliki karakteristik tersendiri, seperti pola pikir yang kritis, kreatif, dan terbuka terhadap inovasi pembaruan yang terjadi secara cepat. Mereka terbiasa dengan *multitasking* dan memiliki kemudahan dalam mengakses informasi secara cepat. Hal ini memengaruhi bagaimana cara mereka menjalani kehidupan sehari-hari, seperti belajar, bekerja, hingga berinteraksi dengan makhluk sosial lainnya. Selain itu, Gen-Z diperkirakan dapat membawa perubahan dalam berbagai aspek, termasuk pada preferensi gaya hidup yang mereka pilih. Gen-Z memiliki preferensi terhadap produk dan layanan yang terintegrasi dengan teknologi karena mampu memudahkan mereka. Di lain sisi, Gen-Z harus memiliki *Financial Literacy* yang cukup baik untuk mengelola keuangan dan penghasilan mereka.

Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menerbitkan laporan tahun 2020, di mana Provinsi Jawa Barat tercatat memiliki jumlah penduduk terbesar di Indonesia, dengan total 48,27 juta jiwa pada tahun 2020 (*Tabel 1.1*). Dari jumlah tersebut,

sebanyak 12,96 juta jiwa atau sekitar 26,86% merupakan generasi z, menjadikannya sebagai provinsi dengan populasi gen z terbesar di Indonesia.

Tabel 1. 1 Sensus Penduduk Provinsi Jawa Barat Tahun 2020

Wilayah	Total Populasi	Presentasi Generasi Z	Populasi Generasi Z
Jawa Barat	48,27 Juta	26,86%	12,96 Juta

Sumber: Data yang Telah Diolah Penulis (2024)

Dalam penelitian ini, pemahaman yang mendalam tentang *financial literacy*, *personality traits*, *financial wellbeing* terhadap *financial behavior* generasi Z di Jawa Barat akan memberikan wawasan yang berharga bagi upaya pemerintah dan institusi keuangan untuk meningkatkan kesadaran dan kesejahteraan finansial Masyarakat. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam tentang hubungan antara *financial literacy*, *personality traits*, *financial wellbeing* terhadap *financial wellbeing* di kalangan generasi Z di Jawa Barat.

1.2 Latar Belakang

Financial behavior merupakan serangkaian kegiatan berupa pengaturan, perencanaan, pemeriksaan, pengendalian, pencarian, dan penyimpanan aset moneter untuk mengatasi berbagai masalah finansial (Nurjannah, Ampa, and Subur 2024). Lebih lanjut, perilaku ini juga meliputi aspek manajemen arus kas, manajemen kredit, dan investasi pribadi (Pamikatsih et al. 2022). *Financial behavior* yang baik dapat meningkatkan standar hidup seseorang (Nurjannah, Ampa, and Subur 2024). Manajemen keuangan sejak usia muda berdampak signifikan terhadap *financial well-being* di masa depan (Ramadhini, Zoraya, dan Kamaludin 2023). Data lintas negara mengenai *financial behavior* Gen-Z secara mendalam masih terbatas, tetapi tantangan pengelolaan keuangan dan pengambilan keputusan finansial yang tepat adalah masalah universal di seluruh dunia (Pokharel dan Maharjan 2024). Misalnya, studi di Nepal menemukan bahwa Gen-Z menyisihkan uang saku untuk menabung, tetapi juga menyoroti tren pemanfaatan teknologi tanpa kekhawatiran berlebihan akan pengeluaran (Pokharel dan Maharjan 2024). Teori Kohort Generasi mendukung bahwa individu dalam kelompok usia yang sama cenderung menunjukkan perilaku serupa (Pokharel dan Maharjan 2024).

Financial literacy memengaruhi cara individu berperilaku moneter (Nurjannah, Ampa, and Subur 2024). Mayoritas penelitian mengkonfirmasi adanya pengaruh positif *financial literacy* terhadap *financial behavior* (Cahyasari 2024). Bagi Gen-Z, *financial literacy* dianggap sebagai kebutuhan paling mendesak saat mereka mulai mengatur keuangan pribadi, membantunya memprioritaskan tujuan, merencanakan ke depan, dan menghindari kebiasaan pengeluaran yang buruk serta utang berbunga tinggi (Rodriguez, Labong, dan Palallos 2024). Meski sebagian besar bukti menunjukkan hubungan positif, satu studi oleh Khalisharani H. *et al.* (2022) menemukan efek negatif *financial literacy* pada *financial behavior* (Cahyasari 2024). Temuan ini menekankan bahwa peningkatan *financial behavior* tidak hanya berfokus pada aspek kognitif, tetapi juga memerlukan dorongan sikap positif (afektif) dan dukungan dari pemangku kepentingan (konatif) (Cahyasari 2024). *Financial literacy* perlu dimiliki oleh masyarakat untuk mendukung *financial well-being* (Andri Estining Sejati, 2021).

Gen-Z, saat ini merupakan kelompok usia produktif yang sangat dominan di Indonesia. Bersama dengan Gen-Y atau Milenial, mereka membentuk sekitar 68,7% dari total populasi produktif negara (Laturette, Widianingsih, and Subandi 2021). Populasi yang besar ini diharapkan menjadi motor penggerak pertumbuhan ekonomi dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Jika *financial behavior* kurang optimal, bonus demografi berpotensi berubah menjadi beban di masa depan. Penelitian mengenai *financial behavior* Gen-Z dapat mengidentifikasi area-area kritis yang perlu intervensi untuk memaksimalkan potensi ini dan memitigasi risiko finansial di masa depan, sehingga bonus demografi dapat benar-benar terwujud.

Gen-Z adalah generasi pertama yang sepenuhnya tumbuh di era digital, menjadikan mereka *digital native* yang sangat fasih dengan teknologi internet dan media sosial (Elsalonika and Ida 2025). Menurut, kemampuan adaptasi teknologi yang tinggi ini menjadikan mereka pengguna terbesar layanan teknologi keuangan (*fintech*) di Indonesia di berbagai transaksi dan pengelolaan keuangan. Gen-Z memanfaatkan aplikasi *fintech* untuk *budgeting*, investasi mikro, dan pembayaran digital, menunjukkan preferensi kuat terhadap solusi digital yang mudah dan cepat (Jordan and Nuringsih 2023). Meskipun Gen-Z dikenal inovatif

dalam memanfaatkan *fintech*, terdapat sebuah paradoks antara kecakapan digital mereka dan kerentanan finansial yang mungkin timbul. Ketergantungan pada aplikasi keuangan dan kurangnya pelatihan untuk memahami risiko investasi secara mendalam menjadi kendala utama Gen-Z (Elsalonika and Ida 2025). Studi OECD (2020) juga menemukan bahwa Gen-Z di banyak negara memiliki akses finansial lebih besar dibanding generasi sebelumnya, tetapi tingkat penguasaan konsep dasar keuangan tetap rendah. Edukasi keuangan untuk Gen-Z harus mencakup pemahaman tentang risiko yang terkait dengan produk *fintech* dan investasi digital. Penelitian ini mengungkap kesenjangan antara adopsi teknologi dan pemahaman risiko untuk merancang program *financial literacy* yang relevan dan efektif.

Gaya hidup Gen-Z tercermin dalam prinsip YOLO (*You Only Live Once*) dan FOMO (*Fear of Missing Out*) (Jordan and Nuringsih 2023). Prinsip-prinsip ini mendorong perilaku konsumtif, di mana keputusan finansial lebih didasarkan pada tekanan sosial dan tren daripada pertimbangan ekonomi yang matang (Laturette, Widianingsih, and Subandi 2021). Dampak dari kecenderungan ini terlihat dari survei Kredit Karma 2018 yang menunjukkan bahwa 39% Gen-Z memiliki utang untuk mengikuti tren di komunitas mereka, sementara riset IDN Research Institute 2019 menemukan bahwa alokasi tabungan dari pendapatan Gen-Z hanya sebesar 10,17% (Rukoyah and Susilawati 2025). Kemudian, kemudahan akses layanan *PayLater* dan kredit digital yang semakin marak mendukung kondisi Gen-Z. OJK mengungkapkan bahwa *PayLater* adalah sebuah penyedia layanan utang. *Financial literacy* berpengaruh terhadap kondisi utang seseorang (Kurowski 2021). Di Indonesia, tren ini diperkuat dengan tingginya pertumbuhan penggunaan *PayLater* yang meningkat hingga 144,35% setiap tahunnya (OJK, 2023), menunjukkan adanya pola konsumsi yang mengabaikan perencanaan keuangan jangka panjang. Pada tahun 2023, tercatat jumlah kontrak pembiayaan *PayLater* di Indonesia menyentuh angka hingga 79,92 juta rupiah. Angka ini menunjukkan peningkatan pesat dari tahun 2019 yang hanya mencatat 4,63 juta rupiah (*Gambar 1.2*).



**Gambar 1. 2 Pertumbuhan Penggunaan PayLater di Indonesia
Tahun 2019-2023**
Sumber: OJK

Berdasarkan laporan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tahun 2022, terjadi peningkatan yang signifikan dalam *financial literacy* masyarakat Indonesia, dari 38,03% saat 2019 menjadi 49,68% pada tahun 2022 (*Gambar 1.3*). Kenaikan mengartikan adanya kemajuan dalam pemahaman masyarakat terhadap konsep keuangan dasar, yang menjadi pondasi penting dalam pengelolaan keuangan pribadi. Sementara itu, tercatat bahwa tingkat *financial literacy* dan inklusi keuangan di Provinsi Jawa Barat masing-masing mencapai 56,10% dan 88,31%, sehingga dapat diketahui jumlah gap sebesar 32,31%. Kesenjangan ini menjadi indikasi bahwa masyarakat termasuk Gen-Z sebagai pengguna aktif *fintech*, beresiko tinggi mengambil keputusan keuangan secara impulsif termasuk dalam penggunaan layanan pinjaman online (pinjol) dan *paylater*. Survei OJK tahun 2019 juga menunjukkan tingkat *financial literacy* Gen-Z sebesar 44,04%, angka ini lebih rendah 3,94% dibandingkan Gen-Y, dan termasuk kategori rendah (di bawah 60%). Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2022 mengindikasikan bahwa persentase *financial behavior* Gen-Z (47,88%) lebih rendah daripada Gen-Y (52,12%), yang salah satunya dikarenakan rendahnya *financial literacy* mereka (Cahyasari 2024). Data SNLIK 2024 lebih lanjut menunjukkan bahwa kelompok

usia 15-17 tahun (bagian dari Gen-Z) memiliki indeks literasi terendah di antara kelompok tidak/belum bekerja dan pelajar/mahasiswa, yaitu 42,18% (OJK, 2024).

**Perbandingan Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan
Tahun 2019 dan 2022**

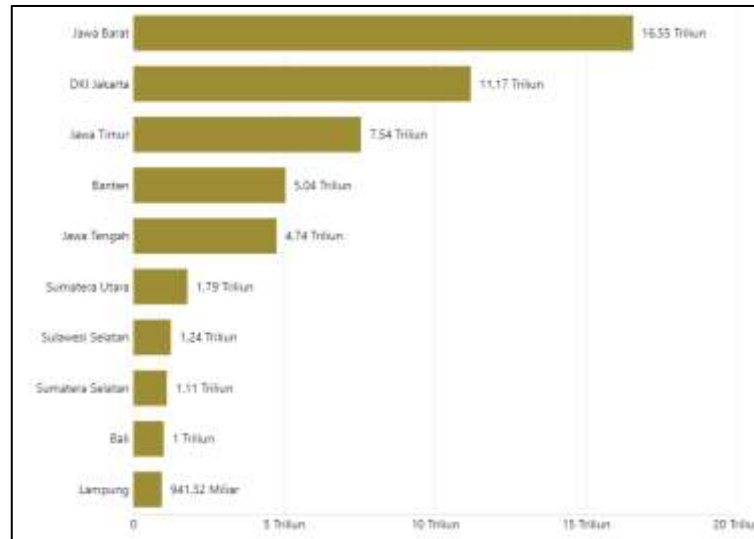
Indeks	2019	2022
Literasi	38,03%	49,68%
Inklusi	76,19%	85,10%
Gap	38,16%	35,42%

**Gambar 1. 3 Perbandingan Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Tahun
2019 dan 2022**

Sumber : OJK

Meningkatnya inklusi keuangan di Indonesia sebesar 85,10% tahun 2022 tidak serta-merta diiringi dengan peningkatan *financial literacy* yang memadai. Kesenjangan antara literasi dan inklusi ini berpotensi menciptakan risiko finansial baru, terutama bagi generasi muda yang kerap terpapar gaya hidup konsumtif dan kemudahan fasilitas kredit digital. Situasi ini semakin diperburuk oleh maraknya layanan *PayLater* yang mendorong perilaku pembelian impulsif. Selain itu, data OJK (2024) mencatat bahwa Jawa Barat merupakan provinsi dengan total utang pinjol terbesar di Indonesia. Per Januari 2024, nilai utang pinjol dari masyarakat Jawa Barat tercatat sebesar Rp 16,55 triliun, setara dengan 27,4% dari total pinjol nasional. Angka ini jauh lebih tinggi dibandingkan provinsi lain seperti DKI Jakarta (Rp 11,77 triliun), Jawa Timur (Rp 7,54 triliun), dan Jawa Tengah (Rp 5,04 triliun). Tingginya nilai utang ini semakin mempertegas urgensi peningkatan *financial literacy* di Gen-Z dan Gen-Y, khususnya di Jawa Barat yang menjadi pusat pengguna aktif layanan keuangan digital seperti pinjol dan *PayLater*. Walaupun terjadi peningkatan *financial literacy* yang signifikan dari tahun 2019 ke tahun 2022, tingkat *financial literacy* masyarakat di Indonesia masih tergolong rendah. Meskipun demikian, angka tersebut mengindikasikan bahwa lebih dari 50%

populasi Indonesia, termasuk kelompok generasi muda seperti Gen-Z, masih belum memiliki pengetahuan keuangan yang cukup memadai (*Gambar 1.4*).



Gambar 1. 4 10 Provinsi dengan Utang Pinjol Terbesar Nasional (Januari 2024)

Sumber: databoks.katadata.co.id

Gambar 1.5 menunjukkan tingkat *financial literacy* di Indonesia berdasarkan sektor jasa keuangan, yang semula tidak tercatat pada tahun 2016 meningkat menjadi 1,45% di tahun 2019, dan melonjak menjadi 19,10% pada 2022. Kemajuan ini dipicu oleh kemudahan akses aplikasi digital, kampanye edukasi dari perusahaan *fintech*, dan dukungan regulasi pemerintah yang memperkuat rasa aman masyarakat dalam bertransaksi. Meski demikian, peningkatan akses tersebut belum sepenuhnya dibarengi dengan kemampuan mengelola keuangan secara optimal. Tanpa *financial literacy* yang baik, tingginya adopsi layanan *fintech* justru berpotensi meningkatkan risiko pengelolaan keuangan yang buruk di masa depan.



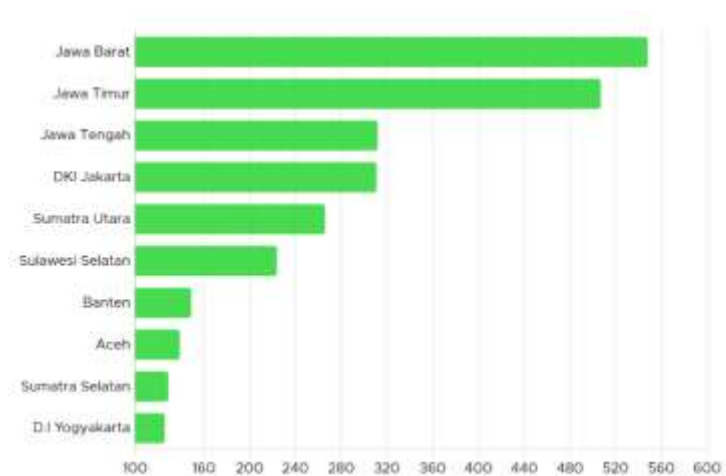
Gambar 1. 5 Tingkat *Financial Literacy* Berdasarkan Sektor Jasa Keuangan Tahun 2016-2022

Sumber: OJK.

Temuan-temuan ini secara langsung membenarkan kebutuhan mendesak akan program edukasi keuangan yang terarah dan berkelanjutan yang dirancang khusus untuk Gen-Z (Elsalonika and Ida 2025). Adanya kesenjangan yang signifikan antara pengetahuan yang dimiliki dan tindakan yang dilakukan, diperparah oleh kecenderungan konsumtif Gen-Z, menunjukkan bahwa edukasi ini tidak hanya harus meningkatkan pengetahuan kognitif, tetapi juga membentuk sikap positif (afektif) dan memberikan dukungan konatif (dukungan pemangku kepentingan) untuk memastikan keberhasilan program (Cahyasari 2024). Selain itu, peran orang tua sebagai faktor utama sosialisasi dalam lingkungan keluarga juga sangat penting dalam membentuk karakter dan *financial behavior* yang bijaksana sejak dini (Cahyasari 2024). Menurutny, peningkatan *financial literacy* akan membantu Gen-Z membangun *self-efficacy*, meningkatkan kepercayaan diri dalam membuat keputusan manajemen keuangan, dan mempersiapkan mereka untuk menemukan solusi terhadap masalah keuangan.

Jawa Barat merupakan provinsi dengan jumlah penduduk terbesar di Indonesia, mencapai 48,27 juta jiwa berdasarkan Sensus Penduduk 2020. Dari total populasi tersebut, Gen-Z mendominasi dengan 27,88% dari keseluruhan warga Jawa Barat pada tahun 2020. Konsentrasi Gen-Z yang sangat besar di Jawa Barat ini menjadikan provinsi tersebut sebagai area studi yang sangat representatif untuk

memahami dinamika *financial behavior* generasi ini di Indonesia. Memilih Jawa Barat sebagai lokasi studi memberikan validitas eksternal yang kuat bagi temuan penelitian ini. Jumlah populasi yang besar dan dominasi Gen-Z di provinsi ini (*Gambar 1.6*) mengindikasikan bahwa setiap temuan yang berhasil diterapkan di Jawa Barat memiliki potensi untuk memberikan dampak yang signifikan dan dapat digeneralisasi ke skala nasional, mengingat kemiripan karakteristik demografi dan sosial-ekonomi. Dominasi populasi Gen-Z di Jawa Barat ini menjadi alasan kuat dalam pemilihan wilayah penelitian, mengingat tingginya jumlah generasi muda yang aktif dalam pemanfaatan teknologi digital termasuk dalam penggunaan layanan keuangan digital seperti *paylater* dan pinjol. Hal ini juga menunjukkan potensi besar untuk implementasi kebijakan atau program edukasi keuangan yang dapat menjangkau populasi Gen-Z dalam skala besar, menjadikannya model percontohan untuk provinsi lain.



Gambar 1. 6 Jumlah Populasi Generasi Z

Sumber: data.goodstats.id

Jawa Barat dikenal sebagai salah satu pusat ekonomi dan pendidikan di Indonesia, dengan dinamika ekonomi yang beragam (Rukoyah and Susilawati 2025). Kondisi ini dapat memengaruhi *financial behavior* penduduknya, termasuk Gen-Z. Gen-Z di Jawa Barat juga diharapkan dapat berperan dalam mendorong ekonomi digital (Satria et al. 2023). Keberadaan studi-studi lokal di Jawa Barat yang menyoroti isu *financial behavior* Gen-Z semakin memperkuat relevansi

penelitian ini. Misalnya, penelitian di Kabupaten Bandung menunjukkan bahwa *fintech* dan gaya hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *financial behavior* Gen-Z (Rukoyah and Susilawati 2025). Studi lain di Sumedang, Jawa Barat, menemukan bahwa sebagian besar siswa SMK masih memiliki pengetahuan yang terbatas tentang *financial literacy* dan investasi (Octrina et al. 2023). Variasi temuan antar studi lokal ini menunjukkan keberagaman dan nuansa yang perlu digali lebih dalam. Hasil penelitian akan membantu pemerintah daerah dan pemangku kepentingan dalam merancang kebijakan yang lebih tepat sasaran.

Selain *financial literacy*, *personality traits* atau ciri kepribadian turut memengaruhi kesejahteraan finansial seseorang (Chaudhry, Akhter, and Roubaud 2024). Meskipun bagian yang tersedia tidak secara eksplisit membahas “*personality traits*” dalam kerangka psikologis standar seperti *Big Five* dan dampaknya langsung terhadap *financial behavior* secara lintas generasi, “karakteristik” dan “nilai-nilai” yang berbeda antar generasi secara implisit dapat membentuk *financial behavior*. Misalnya, Gen-Y berorientasi tujuan, dan percaya diri (Fan dan Henager 2024), dapat memengaruhi keputusan investasi yang lebih berani atau fokus pada tujuan finansial jangka panjang, meskipun mereka juga menghadapi tantangan utang. Sementara itu, Gen-Z berprinsip YOLO dan FOMO (Laturette, Widianingsih, dan Subandi 2021). Meski ini lebih merupakan gaya hidup daripada *personality traits* inti, prinsipnya mencerminkan kecenderungan untuk memprioritaskan kepuasan instan dan konsumsi, yang memengaruhi pola pengeluaran dan tabungan mereka. Studi menunjukkan bahwa perbedaan generasi dalam *personality traits* mungkin memiliki efek yang sangat kecil pada beberapa aspek, tetapi mengisyaratkan bahwa *personality traits* mungkin memiliki pengaruh yang lebih halus dan beragam, atau bahwa perbedaan yang lebih besar mungkin terletak pada interaksi sifat-sifat ini dengan faktor lingkungan dan sosial (Laturette, Widianingsih, dan Subandi 2021).

Financial well-being atau kesejahteraan finansial merupakan hasil dari berbagai faktor seperti tingkat *financial literacy*, perilaku penggunaan kartu kredit, dan karakteristik kepribadian (Chaudhry, Akhter, and Roubaud 2024). *Financial well-being* merupakan kondisi di mana individu dapat sepenuhnya memenuhi kebutuhan saat ini dan merasa aman tentang kondisi keuangan mereka di masa

depan (Ramadhini, Zoraya, dan Kamaludin 2023). Menurutnya, kondisi ini sangat terkait dengan proses perencanaan dan keputusan finansial. *Financial behavior* yang lebih baik dan pengetahuan keuangan yang lebih tinggi dapat memengaruhi peningkatan *financial well-being* (Ramadhini, Zoraya, dan Kamaludin 2023). *Financial well-being* yang stabil dapat terjadi apabila *financial literacy* seseorang berada dalam kategori tinggi (Baker et al. 2019). *Financial behavior* mempunyai pengaruh positif terhadap *financial well-being* (Lavonda, Setyawan, and Ekadjadja 2021), karena individu yang memiliki perilaku finansial terencana lebih mampu mengantisipasi risiko keuangan di masa depan. *Financial well-being* dipengaruhi oleh faktor seperti tekanan keuangan, lingkungan kerja, lokus kendali, dan *financial behavior* (Moktar dan Husniyah, 2017 ; Lavonda, Setyawan, and Ekadjadja 2021). Didukung oleh riset Renaldo, Sudarno, and Marice (2020), *financial behavior*, sikap keuangan, dan wawasan keuangan dapat berdampak pada *financial well-being*. Untuk membentuk *financial behavior* yang baik, diperlukan niat dan faktor yang mempengaruhi niat tersebut (Lavonda, Setyawan, and Ekadjadja 2021).

Secara keseluruhan, *financial behavior* menunjukkan perbedaan yang signifikan berdasarkan kelompok usia (Pokharel dan Maharjan 2024). Menurutnya, setiap kelompok usia menghadapi masalah, pengaruh, dan perspektif yang berbeda, yang secara fundamental membentuk cara mereka mengelola uang. Baby Boomer, yang lahir antara tahun 1946 hingga 1964 (Salsabilla 2022), dikenal kompetitif, berorientasi pada pencapaian, fokus pada karier, memiliki kepercayaan diri tinggi, dan cenderung menjadi *workaholic* serta pengambil risiko yang menghargai pengakuan publik (Mulyanti 2021). *Financial well-being* mereka tertinggi dengan skor rata-rata 59, di mana 44% melaporkan kepuasan finansial tinggi dan 41% mengalami kecemasan finansial (Freedman 2025). Menurutnya, mereka paling kecil kemungkinannya memakai layanan keuangan alternatif (13%) dan memiliki tingkat kepemilikan akun pensiun tertinggi (68%).

Selanjutnya, Gen-X, yang lahir antara tahun 1965 hingga 1980 (Salsabilla 2022), menghargai otonomi, memiliki kemampuan *multitasking*, mencari pekerjaan yang bermakna, merangkul perubahan, dan berorientasi pada prestasi (Mulyanti 2021). Mereka cerdas mengelola kredit dan mampu menangani berbagai kewajiban

finansial yang bersaing, serta kesediaan untuk beradaptasi dengan strategi pembangunan kekayaan baru (Freedman 2025). Namun, mereka rentan membawa utang signifikan, termasuk kartu kredit, pinjaman mahasiswa, dan hipotek, bahkan mungkin mengorbankan tabungan pensiun untuk kebutuhan mendesak (Freedman 2025). *Financial well-being* mereka lebih rendah dari Baby Boomer dengan skor 49, di mana hanya 25% yang melaporkan kepuasan finansial tinggi dan 59% mengalami kecemasan finansial (Ko et al. 2024). Menurut X, adalah generasi yang paling mungkin memiliki hipotek (37%) dan utang kartu kredit (39%).

Gen-Y, yang lahir antara tahun 1981 hingga 1996 (Salsabilla 2022), didorong, berorientasi tujuan, dan percaya diri, tumbuh di era ponsel dan MTV (Stelling 2023). Meskipun rata-rata berpendidikan lebih tinggi, mereka menghadapi tingkat biaya kuliah dan utang mahasiswa yang lebih tinggi (Arbour 2023). *Financial well-being* terendah dengan skor 47, di mana 29% melaporkan kepuasan finansial tinggi dan 68% mengalami kecemasan finansial (Barrilleaux 2025). Menurut Barrilleaux (2025), Gen-Y juga menanggung utang medis tertinggi (30%) dan mengalami ketegangan utang puncak.

Terakhir, Gen-Z, yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 (Salsabilla 2022), sangat fasih teknologi dan interaktif di media sosial serta memprioritaskan keinginan saat ini daripada kebutuhan masa depan (Laturette, Widianingsih, and Subandi 2021). Tingkat *financial literacy* adalah yang terendah (44,04% pada tahun 2019) (Laturette, Widianingsih, dan Subandi 2021), dan *financial well-being* sebanding Gen X dengan skor 49, di mana 25% melaporkan kepuasan finansial tinggi dan 68% mengalami kecemasan finansial (Cahyasari 2024). Menurut X, Gen-Z memiliki tingkat penggunaan layanan keuangan alternatif tertinggi (50%).

Meski telah banyak penelitian yang mengkaji pengaruh *financial literacy* terhadap *financial behavior*, serta beberapa studi yang menyentuh karakteristik *financial behavior* Gen-Z, masih terdapat celah penting dalam pemahaman yang menyeluruh. Pertama, terdapat keterbatasan dalam studi yang secara simultan menguji pengaruh *financial literacy*, *personality traits*, dan *financial well-being* terhadap *financial behavior*, khususnya pada Gen-Z. Sebagian besar penelitian cenderung fokus pada hubungan bivariat atau trivariat, misalnya hanya *financial*

literacy dan *financial attitude* terhadap *financial behavior*. *Financial behavior* adalah hasil interaksi dari berbagai faktor, dan studi yang menganalisis ketiga variabel independen utama ini secara bersamaan masih terbatas. Kedua, terdapat keterbatasan data yang membandingkan lintas negara yang spesifik dan mendalam untuk *financial behavior* Gen-Z. Meski ada indikasi tren global yang menunjukkan kesamaan perilaku dalam kelompok usia yang sama, penelitian yang tersedia cenderung berfokus pada kondisi nasional tertentu atau studi kasus yang terbatas. Hal ini menyisakan celah dalam pemahaman tentang bagaimana *financial behavior* Gen-Z menyebar dan berbeda di berbagai negara.

Ketiga, eksplorasi *personality traits* secara mendalam sebagai faktor penentu *financial behavior* masih terbatas. Literatur yang ada lebih banyak membahas karakteristik generasi daripada *personality traits* yang terdefinisi secara psikologis (misalnya, *Big Five*) dan dampaknya pada *financial behavior* secara lintas generasi. Integrasi *personality traits* sebagai variabel independen yang kuat masih memerlukan eksplorasi lebih lanjut. Keempat, interaksi faktor-faktor dalam digital Gen-Z belum sepenuhnya terungkap. Meskipun Gen-Z adalah *digital native*, bagaimana karakteristik unik ini, seperti ketergantungan pada fintech, memoderasi atau memediasi hubungan antara *financial literacy*, *personality traits*, dan *financial well-being* terhadap *financial behavior* mereka belum sepenuhnya dijelaskan dalam literatur yang ada. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah-celah tersebut dengan studi menyeluruh yang secara simultan menguji pengaruh *financial literacy*, *personality traits*, dan *financial well-being* terhadap *financial behavior* pada Gen-Z. Dengan menganalisis ketiga variabel independen ini secara bersamaan, penelitian akan memberikan pemahaman yang lebih kaya tentang bagaimana faktor kognitif (*financial literacy*), psikologis (*personality traits*), dan kondisi subjektif (*financial well-being*) berinteraksi dalam membentuk *financial behavior* Gen-Z. Pendekatan ini akan melampaui studi bivariat atau trivariat yang ada.

Sebelum melakukan penelitian ini lebih lanjut, penulis membuat pra survei terhadap beberapa orang terdekat dalam kategori kelompok Gen-Z. Penulis melakukan kegiatan pra survei dengan tujuan untuk memperdalam pemahaman penulis terkait fenomena dan permasalahan yang relevan dengan judul penelitian

Kegiatan pra survei dilakukan melalui wawancara langsung dengan narasumber yang dipilih secara acak dan berada di lingkungan sekitar penulis. Dari pra survei yang dilakukan, terdapat temuan-temuan yang dihasilkan. Hasil pra survei menunjukkan bahwa Gen-Z memiliki pemahaman *Financial Literacy* yang cukup beragam. Mayoritas responden memahami bahwa kegiatan menabung dan berinvestasi merupakan hal yang penting untuk dilakukan demi masa depan. Frekuensi mereka dalam memeriksa laporan keuangan atau menyusun anggaran bulanan berbeda-beda tiap setiap individu. Beberapa responden disiplin dalam mengelola keuangan seperti menyusun anggaran bulanan dan mencatat pengeluaran serta menyisihkan dana untuk menabung dan investasi. Namun, sebaliknya, terdapat responden yang jarang melakukan hal ini dan cenderung mengeluarkan uangnya tanpa dimanajemen dengan baik. Responden menyadari pentingnya *Financial Literacy* pada saat ini yang merupakan era digital. Mereka sudah mengimplementasikan *Financial Technology* dalam kehidupan sehari-hari dengan memanfaatkan dan menggunakan *e-wallet* untuk kemudahan transaksi. Keputusan emosional dalam pembelian masih sering terjadi pada responden, khususnya pada barang-barang yang sedang diskon atau promo besar-besaran. Secara keseluruhan, responden sudah memiliki kesadaran tentang pentingnya memiliki *Financial Literacy* yang baik. Peningkatan konsistensi serta kedisiplinan dalam mengelola keuangan masih diperlukan bagi mereka untuk mencapai *Financial Well-Being* yang baik dan aman untuk masa depan. Hasil temuan dari pra survei ini memberikan gambaran bagi penulis dalam melakukan penelitian, terutama dalam memahami *Financial Behavior* pada Gen-Z yang dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti *Financial Literacy*, *Personality Traits*, dan *Financial Well-Being*.

Didukung dengan mengingat latar belakang serta studi-studi yang telah ada, penulis termotivasi untuk menyusun penelitian berjudul **“Pengaruh *Financial Literacy*, *Personality Traits*, *Financial Well-Being*, terhadap *Financial Behavior* (Studi Kasus pada Gen-Z).”** Dengan penelitian ini, diharapkan dapat memperjelas hubungan antara *Financial Literacy*, *Personality Traits*, *Financial Well-Being*, terhadap *Financial Behavior* yang dapat digunakan sebagai acuan dalam merancang strategi pembelajaran dan pembuatan kebijakan yang lebih efektif untuk

meningkatkan perilaku keuangan yang sehat, khususnya pada Gen-Z sebagai generasi penerus bangsa diperspektif ke depan. Dengan begitu, penelitian ini diharapkan menjadi kontribusi nyata mendorong *Financial Literacy* bagi Gen-Z.

1.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh *financial literacy* terhadap *financial behavior* pada Generasi Z?
2. Bagaimana pengaruh *personality traits* terhadap *financial behavior* pada Generasi Z?
3. Bagaimana pengaruh *financial well-being* terhadap *financial behavior* generasi Z?
4. Bagaimana pengaruh *financial literacy*, *personality traits*, *financial well-being* secara simultan terhadap *financial behavior* generasi Z?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh *financial literacy* terhadap financial behavior pada Generasi Z.
2. Menganalisis pengaruh *personality traits* terhadap *financial behavior* pada Generasi Z.
3. Menganalisis pengaruh *financial well-being* terhadap *financial behavior* pada Generasi Z.
4. Menganalisis pengaruh *financial literacy*, *personality traits*, *financial well-being* secara simultan terhadap *financial behavior* generasi Z.

1.5 Manfaat Penelitian

Aspek Teoritis:

Diharapkan bahwa hasil penelitian ini dapat memberikan pemahaman lebih lanjut pada bidang *financial literacy*, *personality traits*, dan *financial wellbeing* mempengaruhi *financial behavior* terutama pada generasi Z. Selain itu, hasil penelitian ini dapat memperluas wawasan dalam literatur akademis dan menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya.

Aspek Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis sebagai referensi bagi mahasiswa, institusi pendidikan, dan pihak terkait lainnya dalam

memahami faktor-faktor yang memengaruhi perilaku keuangan di kalangan Generasi Z. Dengan semakin kompleksnya kebutuhan finansial anak muda dan meningkatnya akses terhadap layanan keuangan digital, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan dalam menyusun strategi edukasi keuangan yang lebih efektif. Temuan mengenai pengaruh *financial literacy*, *personality traits*, dan *financial wellbeing* terhadap perilaku keuangan diharapkan mampu membantu lembaga pendidikan dalam merancang program literasi yang tidak hanya fokus pada pengetahuan, tetapi juga pada penguatan karakter dan kebiasaan keuangan yang sehat. Penelitian ini juga dapat menjadi informasi yang berguna bagi pemerintah, fintech, dan lembaga keuangan untuk lebih memahami perilaku keuangan generasi muda serta mengembangkan layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan kondisi mereka saat ini.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika laporan penelitian ini mencakup penjelasan singkat tentang struktur laporan yang terdiri dari Bab I hingga Bab V, sebagai berikut:

a. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi gambaran umum yang jelas dan ringkas mengenai topik penelitian. Beberapa hal yang dibahas dalam bab ini meliputi: Gambaran Umum Objek Penelitian, Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan Tugas Akhir.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memaparkan teori-teori yang relevan dari yang bersifat umum hingga yang lebih spesifik, serta penelitian-penelitian sebelumnya. Selanjutnya, bab ini juga menyajikan kerangka pemikiran penelitian dan diakhiri dengan hipotesis, apabila diperlukan.

c. BAB III METODELOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan dalam mengumpulkan dan menganalisis data untuk menjawab masalah penelitian. Ruang lingkup bab ini meliputi: Jenis Penelitian, Operasionalisasi Variabel, Populasi dan Sampel (khususnya dalam penelitian kuantitatif), Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Reliabilitas, serta Teknik Analisis Data.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Temuan penelitian dan pembahasan disajikan dalam subjudul yang berbeda dan disusun secara metodis sejalan dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian. Temuan penelitian disajikan di bagian pertama bab ini, diikuti dengan diskusi atau analisis temuan di bagian kedua. Analisis data adalah langkah pertama dalam setiap topik debat, diikuti dengan interpretasi dan penarikan kesimpulan. Lebih baik membandingkan topik dengan studi sebelumnya atau teori terkait.

e. BAB V KESIMPULAN

Masalah penelitian dibahas dalam kesimpulan, yang berfungsi sebagai dasar rekomendasi mengenai keuntungan penelitian.