

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan Indonesia di tingkat global sangat ditentukan oleh kualitas serta kesiapan generasi penerus dalam menghadapi tantangan zaman. Dalam era globalisasi yang sarat dengan kemajuan teknologi, keterbukaan ekonomi, dan persaingan internasional yang semakin kompetitif, sumber daya manusia (SDM) menjadi komponen utama yang menentukan daya saing dan kemajuan suatu negara. Indonesia tidak hanya membutuhkan kekayaan sumber daya alam yang melimpah, tetapi juga generasi muda yang cerdas, inovatif, dan berintegritas tinggi agar mampu mengelola potensi tersebut secara berkelanjutan dan bersaing di tingkat global (Nurul & Hasibuan, 2022).

Generasi muda, khususnya Generasi Z, memiliki posisi yang sangat strategis dalam menentukan arah pembangunan bangsa di masa depan. Mereka tumbuh dan berkembang di tengah pesatnya revolusi digital, yang membentuk karakter adaptif serta kemampuan tinggi dalam memanfaatkan teknologi dan informasi. Kondisi ini menjadikan Generasi Z sebagai aset potensial bagi transformasi ekonomi menuju era digital yang lebih inklusif dan kompetitif. Namun demikian, potensi tersebut hanya dapat dimaksimalkan apabila diimbangi dengan peningkatan literasi dan

kecakapan keuangan, karena kemampuan mengelola keuangan dengan bijak merupakan dasar bagi kemandirian ekonomi individu maupun stabilitas ekonomi nasional (Mubarokah et al., 2024).

Pemerintah menegaskan pentingnya pembangunan SDM sebagai prioritas utama untuk mewujudkan Indonesia sebagai negara maju. Fokus pengembangan SDM ini menempatkan generasi muda sebagai motor penggerak utama pembangunan nasional. Kualitas generasi yang unggul, produktif, kreatif, dan berdaya saing global akan sangat berpengaruh terhadap posisi Indonesia dalam sistem ekonomi dunia. Oleh karena itu, generasi penerus tidak hanya berperan sebagai penerima manfaat pembangunan, tetapi juga sebagai agen perubahan yang mendorong pertumbuhan ekonomi dan kemajuan bangsa secara berkelanjutan (Windhani et al., 2023).

Selain itu, perubahan ekonomi global seperti digitalisasi sistem keuangan, transformasi industri, serta dampak ekonomi pasca-pandemi menuntut generasi muda untuk memiliki kemampuan adaptif dan literasi finansial yang tinggi. Literasi keuangan menjadi salah satu keterampilan kunci bagi mereka agar dapat membuat keputusan ekonomi yang rasional, menghindari perilaku konsumtif berlebihan, serta turut menjaga stabilitas perekonomian nasional. Dengan demikian, kemajuan Indonesia di kancah global tidak hanya bergantung pada kekayaan alam dan kebijakan

pemerintah, melainkan juga pada kesiapan serta kualitas generasi penerus dalam mengelola potensi diri dan sumber daya yang dimiliki bangsa.

Kemampuan dan pengetahuan tentang keuangan menjadi tuntutan penting bagi Generasi Z agar mampu berperan aktif dalam mendorong kemajuan ekonomi Indonesia. Di tengah perkembangan teknologi digital dan keterbukaan informasi, generasi ini dihadapkan pada kompleksitas sistem keuangan modern yang menuntut kemampuan pengelolaan finansial yang bijak, mandiri, dan adaptif terhadap perubahan. Literasi keuangan tidak hanya sekadar pemahaman mengenai cara mengatur uang, tetapi juga meliputi kemampuan untuk membuat keputusan ekonomi yang rasional, mengelola risiko, serta memahami implikasi jangka panjang dari setiap keputusan finansial yang diambil.

Dalam konteks pembangunan nasional, kemampuan finansial Generasi Z menjadi kunci dalam mewujudkan stabilitas ekonomi mikro yang berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi makro. Generasi yang memiliki pemahaman keuangan yang baik cenderung memiliki perilaku konsumsi yang terkendali, mampu menabung, berinvestasi secara produktif, serta menghindari utang konsumtif yang berlebihan. Kualitas pengelolaan keuangan ini mendukung terciptanya masyarakat yang mandiri secara ekonomi dan mampu menghadapi tekanan ekonomi global, seperti inflasi, perubahan suku bunga, dan fluktuasi pasar.

Generasi Z, yaitu individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, kini menjadi kelompok demografis terbesar di Indonesia. Jumlah mereka sangat menonjol di wilayah perkotaan seperti Kota Bekasi, yang memiliki kedekatan geografis dengan Jakarta sebagai pusat ekonomi nasional. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS, 2023), populasi usia muda ini mencapai sekitar 27% dari total penduduk Indonesia, menjadikannya kekuatan potensial dalam perkembangan sosial dan ekonomi. Generasi Z tumbuh di era digital yang berkembang pesat, di mana teknologi dan media sosial seperti TikTok, Instagram, dan YouTube telah menjadi bagian penting dari keseharian mereka. Kemudahan akses terhadap informasi membuat generasi ini lebih cepat beradaptasi dengan perubahan, namun di sisi lain, rentan terhadap penyebaran informasi yang tidak akurat, termasuk mengenai pengelolaan keuangan pribadi.

Selain itu, karakteristik Generasi Z yang cenderung konsumtif, menyukai kemudahan, dan memiliki gaya hidup serba instan juga berpengaruh terhadap cara mereka mengelola keuangan. Banyak di antara mereka yang menggunakan platform digital seperti e-wallet, paylater, atau aplikasi investasi tanpa pemahaman yang mendalam tentang risiko dan manfaatnya. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun Generasi Z merupakan generasi yang melek teknologi, belum tentu mereka memiliki kemampuan yang sama dalam hal literasi keuangan dan pengendalian finansial pribadi,

terutama dalam menghadapi perubahan ekonomi yang cepat dan kompleks seperti saat ini (Elsalonika & Ida, 2025).



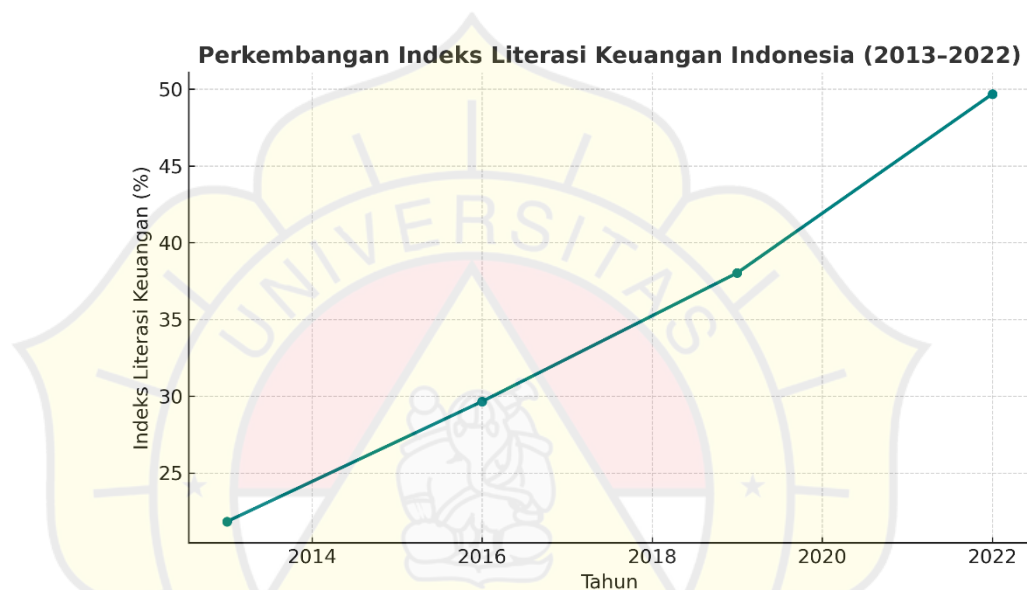
Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS, 2023)

Gambar 1.1 Tingkat Inflasi Indonesia Tahun 2018–2024

Berdasarkan data BPS (2023), tingkat inflasi Indonesia mencapai 5,51% pada tahun 2022, angka tertinggi dalam kurun lima tahun terakhir, Kenaikan inflasi tersebut secara langsung menurunkan daya beli masyarakat, terutama kelompok muda yang baru menapaki dunia kuliah atau pekerjaan. Kondisi ini menimbulkan persepsi inflasi yang tinggi, yaitu pandangan subjektif terhadap kenaikan harga yang dapat memicu kecemasan finansial (*financial anxiety*) dan perilaku ekonomi yang tidak rasional, seperti pembelian impulsif, peningkatan konsumsi non-esensial, atau penggunaan utang konsumtif.

Selain faktor eksternal seperti inflasi, aspek literasi keuangan juga memegang peranan penting dalam menentukan bagaimana Generasi Z menyikapi tekanan ekonomi tersebut. Hasil survei Otoritas Jasa Keuangan

(OJK, 2022) menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan nasional baru mencapai 49,68%, sedangkan tingkat inklusi keuangan mencapai 85,10%. Artinya, sebagian besar masyarakat Indonesia telah mengenal dan menggunakan produk keuangan, namun belum memahami cara pengelolaannya secara efektif.

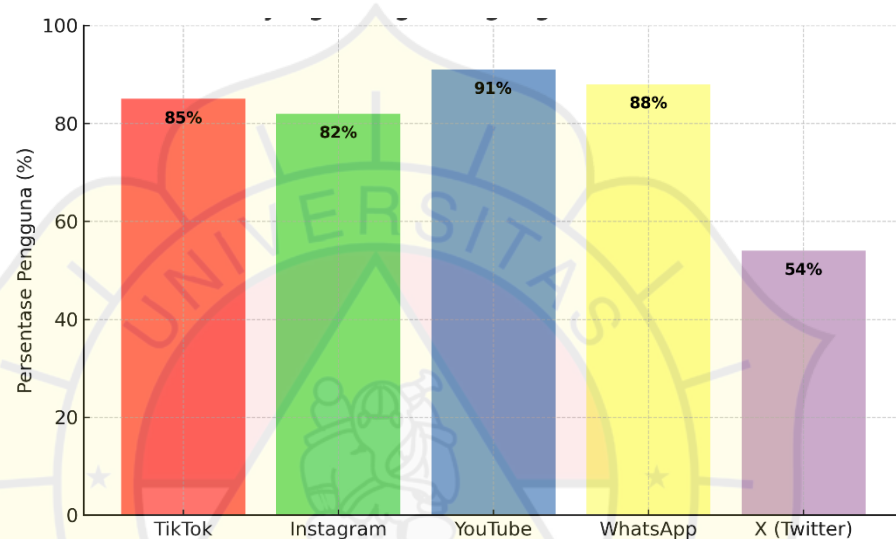


Sumber : Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2022)

Gambar 1.2 Tingkat Literasi Keuangan 2013 - 2022

Fenomena ini juga tercermin pada Generasi Z yang cenderung aktif dalam transaksi digital seperti *e-wallet*, *paylater*, dan investasi daring, namun belum memiliki kemampuan manajemen risiko yang baik. Akibatnya, banyak di antara mereka yang mengalami kesalahan dalam pengambilan keputusan finansial karena kurangnya pemahaman mengenai prinsip dasar pengelolaan uang. Lebih lanjut, media sosial berperan signifikan dalam membentuk kebiasaan finansial Generasi Z. Media sosial kini berfungsi sebagai salah satu sumber informasi keuangan utama bagi anak muda,

namun sifatnya yang bebas menyebabkan banyak konten finansial bersifat provokatif, tidak terverifikasi, bahkan menyesatkan. Fenomena munculnya *financial influencer* yang memberikan saran investasi instan tanpa analisis mendalam dapat mendorong perilaku keuangan yang tidak sehat.



Sumber: We Are Social & Meltwater, Digital 2024: Indonesia Report

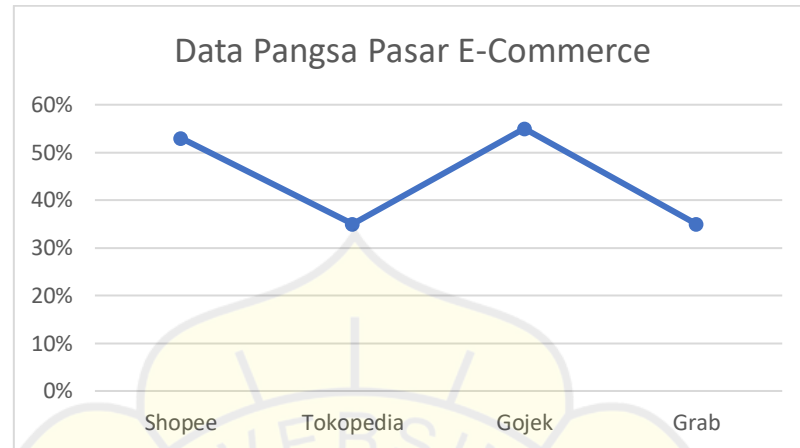
Gambar 1.3 pengguna media sosial Generasi Z di Indonesia

Berdasarkan laporan We Are Social & Meltwater (2024), lebih dari 85% Generasi Z di Indonesia menggunakan platform seperti TikTok dan Youtube setiap hari, dan sebagian besar mengakses konten yang berkaitan dengan gaya hidup, bisnis, dan investasi. Di Kota Bekasi sendiri, sebagai salah satu daerah urban dengan tingkat digitalisasi yang tinggi, fenomena ini semakin kuat. Data Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bekasi (2023) menunjukkan bahwa sekitar 92% penduduk usia 18–25 tahun menggunakan internet setiap hari, dan lebih dari separuh di antaranya melakukan transaksi keuangan digital. Hal ini mencerminkan peluang

besar bagi pertumbuhan ekonomi digital, tetapi sekaligus menunjukkan potensi risiko perilaku konsumtif jika tidak diimbangi dengan literasi finansial yang baik. Sejumlah penelitian terdahulu mendukung pentingnya literasi keuangan dan pengaruh media sosial terhadap perilaku pengelolaan keuangan. (Safitri & Dewa, 2022) menemukan bahwa kedua variabel tersebut berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku keuangan Generasi Z dengan nilai R^2 sebesar 0,428. (Elsalonika & Ida, 2025) juga menegaskan bahwa literasi keuangan merupakan faktor dominan dengan nilai R^2 sebesar 0,492. Namun, penelitian Rama Pradika Akbar dan Rohmad Fuad Armansyah (2023) menunjukkan hasil berbeda, di mana literasi keuangan tidak memiliki pengaruh signifikan (Akbar & Armansyah, 2023). Perbedaan hasil tersebut menunjukkan adanya kesenjangan penelitian (research gap), terutama pada aspek eksternal seperti persepsi inflasi yang belum banyak diteliti dalam konteks perilaku keuangan Generasi Z. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan meneliti secara bersamaan pengaruh persepsi inflasi, literasi keuangan, dan paparan media sosial terhadap perilaku pengelolaan keuangan pribadi Generasi Z, khususnya masyarakat di Kota Bekasi.

Perkembangan ekonomi digital di Indonesia menunjukkan peningkatan yang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir, terutama pada sektor e-commerce dan layanan berbasis aplikasi. Platform e-commerce seperti Shopee dan Tokopedia telah menjadi bagian penting

dari keseharian masyarakat, khususnya Generasi Z sebagai kelompok pengguna yang paling aktif.



Sumber : APJII (2025)

Gambar 1.4 Data Pangsa Pasar

Berdasarkan data APJII tahun 2025 diatas, shopee diakses oleh lebih dari 53,22% pengguna internet di Indonesia, menjadikannya marketplace dengan tingkat penetrasi tertinggi, sementara Tokopedia berada pada posisi kedua dengan rata-rata kunjungan pengguna mencapai 35% pengguna internet. Tingginya tingkat penggunaan kedua platform ini menunjukkan perubahan pola konsumsi masyarakat yang kini lebih mengandalkan belanja online untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari (Muhamad Nabilah, 2025).

Selain itu, penggunaan layanan digital tidak hanya terbatas pada aktivitas belanja, tetapi juga mobilitas dan kebutuhan harian melalui platform Gojek dan Grab. Menurut laporan Top Brand Index (TBI), Gojek mendominasi dengan pangsa merek sekitar 55%, menjadikannya sebagai platform transportasi online yang paling dikenal dan digunakan. Grab

menyusul dengan pangsa merek sekitar 35,3%. Dominasi dua platform ini menggambarkan tingginya ketergantungan masyarakat terhadap layanan transportasi online, pengantaran makanan, logistik, dan pembayaran digital seperti GoPay dan OVO. Bagi Generasi Z, aplikasi-aplikasi ini bukan sekadar alat bantu mobilitas atau konsumsi, tetapi sudah menjadi bagian dari gaya hidup digital yang memengaruhi pola pengeluaran dan keputusan keuangan sehari-hari (Nainggolan et al., 2023).

Ekosistem digital yang melibatkan *e-commerce* dan *super-app* ini secara langsung berpotensi memengaruhi perilaku pengelolaan keuangan Generasi Z. Akses yang mudah terhadap promo, diskon, *cashback*, *flash sale*, dan layanan instan dapat mendorong perilaku konsumtif jika tidak diimbangi dengan literasi keuangan yang memadai. Selain itu, persepsi mereka terhadap inflasi dapat terbentuk dari pengalaman digital seperti kenaikan ongkos kirim, tarif ojek online, dan harga barang di *marketplace*. Ditambah dengan intensitas paparan media sosial yang mempromosikan gaya hidup konsumtif, kombinasi faktor-faktor ini menjadi relevan untuk diteliti dalam konteks perilaku pengelolaan keuangan Gen Z, khususnya di wilayah perkotaan seperti Bekasi.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan konsep *behavioral finance*, serta menjadi bahan pertimbangan bagi lembaga pendidikan, pemerintah, dan otoritas keuangan dalam merancang program peningkatan literasi keuangan berbasis digital. Secara praktis, penelitian ini juga diharapkan mampu

menumbuhkan kesadaran Generasi Z untuk lebih bijak dalam mengelola keuangannya, mengendalikan pengaruh media sosial terhadap keputusan finansial, serta mempersiapkan strategi adaptif dalam menghadapi dampak inflasi dan ketidakpastian ekonomi global. Dengan demikian, Generasi Z sebagai generasi penerus diharapkan mampu menciptakan kondisi keuangan yang lebih stabil, rasional, dan berkelanjutan (Adrian Siregar & Dian Pratiwi, 2024).

1.2 Identifikasi, Pembatasan, Rumusan Masalah

1.2.1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan fenomena dan kesenjangan tersebut, dapat diidentifikasi bahwa permasalahan utama dalam penelitian ini adalah rendahnya literasi keuangan, pengaruh negatif media sosial, serta persepsi inflasi yang belum dipahami secara tepat oleh Generasi Z, yang secara bersama-sama dapat memengaruhi perilaku pengelolaan keuangan pribadi, khususnya di masyarakat Kota Bekasi. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui sejauh mana persepsi inflasi, literasi keuangan, dan paparan media sosial berpengaruh terhadap perilaku pengelolaan keuangan Generasi Z di Kota Bekasi.

1.2.2 Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan fokus, maka ruang lingkup penelitian dibatasi pada beberapa aspek berikut:

1. Subjek penelitian difokuskan pada Generasi Z, yaitu individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2005, yang berdomisili atau beraktivitas di wilayah Bekasi.
2. Persepsi inflasi sebagai pandangan dan pemahaman individu mengenai dampak kenaikan harga barang dan jasa terhadap kondisi keuangan pribadi.
3. Literasi keuangan sebagai tingkat pengetahuan, sikap, dan keterampilan individu dalam mengelola keuangan pribadi, termasuk aspek perencanaan, penganggaran, menabung, investasi, dan pengendalian utang.
4. Paparan media sosial sebagai intensitas dan pengaruh konten keuangan yang diterima melalui platform digital seperti TikTok, Instagram, dan YouTube terhadap pengambilan keputusan finansial.
5. Perilaku pengelolaan keuangan pribadi yang mencakup bagaimana individu merencanakan, mengatur, serta menggunakan sumber daya keuangannya secara efektif dan bertanggung jawab.

1.2.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi, dan batasan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah persepsi inflasi berpengaruh terhadap perilaku pengelolaan keuangan pribadi Generasi Z pada masyarakat di Kota Bekasi?
2. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku pengelolaan keuangan pribadi Generasi Z pada masyarakat di Kota Bekasi?
3. Apakah paparan media sosial berpengaruh terhadap perilaku pengelolaan keuangan pribadi Generasi Z pada masyarakat di Kota Bekasi?
4. Apakah persepsi inflasi, literasi keuangan, dan paparan media sosial secara simultan berpengaruh terhadap perilaku pengelolaan keuangan pribadi Generasi Z pada masyarakat di Kota Bekasi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi inflasi terhadap perilaku pengelolaan keuangan pribadi Generasi Z pada masyarakat di Kota Bekasi.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku pengelolaan keuangan pribadi Generasi Z pada masyarakat di Kota Bekasi.

3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh paparan media sosial terhadap perilaku pengelolaan keuangan pribadi Generasi Z pada masyarakat di Kota Bekasi.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh simultan persepsi inflasi, literasi keuangan, dan paparan media sosial terhadap perilaku pengelolaan keuangan pribadi Generasi Z pada masyarakat di Kota Bekasi.

1.4 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan rumusan dan tujuan, maka penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang behavioral finance dan manajemen keuangan pribadi. Hasil penelitian ini dapat memperluas pemahaman mengenai hubungan antara persepsi inflasi, tingkat literasi keuangan, dan paparan media sosial terhadap perilaku pengelolaan keuangan Generasi Z. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan mampu mengisi kesenjangan penelitian (research gap) yang masih terbatas pada faktor eksternal seperti persepsi inflasi dalam konteks perilaku keuangan generasi muda. Dengan demikian, penelitian ini dapat menjadi referensi akademik bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan model konseptual

dan empiris yang lebih komprehensif terkait perilaku finansial di era digital

2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pemerintah dan otoritas keuangan seperti OJK dan Bank Indonesia dalam menyusun program literasi keuangan berbasis digital yang sesuai dengan karakter Generasi Z. Bagi lembaga pendidikan, penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar dalam pengembangan kurikulum atau kegiatan yang menumbuhkan kesadaran pengelolaan keuangan pribadi secara bijak. Selain itu, bagi Generasi Z sendiri, penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan kemampuan mereka dalam mengatur keuangan, memahami risiko ekonomi seperti inflasi, serta lebih selektif dalam menyerap informasi keuangan dari media sosial agar tercipta perilaku finansial yang cerdas dan berkelanjutan.