



Gaya Hidup Digital dan Keputusan Keuangan: Tinjauan Sistematis terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z di Indonesia

Nurul Chalisa Majidin

Universitas Negeri Makassar, Indonesia

Received : 17 November 2025, Revised : 24 November 2025, Published : 1 Desember 2025

Corresponding Author

Nama Penulis: Nurul Chalisa Majiding

E-mail: nurul.chalisa.majiding@unm.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku pengelolaan keuangan Generasi Z di Indonesia melalui pendekatan *Systematic Literature Review (SLR)*. Fenomena gaya hidup digital, meningkatnya penggunaan layanan keuangan berbasis teknologi (*fintech*), serta rendahnya kedisiplinan finansial di kalangan muda menjadi latar utama penelitian ini. Dengan mengikuti pedoman *Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses (PRISMA)*, sebanyak 42 artikel ilmiah terbitan 2013–2025 dianalisis dari berbagai basis data terakreditasi. Hasil sintesis menunjukkan empat tema utama yang memengaruhi perilaku keuangan Gen Z, yaitu: (1) literasi keuangan dan hasil perilaku, (2) digitalisasi dan pengaruh *fintech*, (3) faktor sosial budaya dan keluarga, serta (4) bias perilaku dan psikologis. Meskipun tingkat literasi keuangan meningkat, terdapat kesenjangan antara pengetahuan dan tindakan finansial yang efektif. Digitalisasi terbukti memperluas inklusi keuangan namun juga mendorong konsumsi impulsif dan ketergantungan pada layanan kredit digital. Selain itu, pengaruh keluarga dan budaya kolektif Indonesia turut membentuk pola pengambilan keputusan keuangan Gen Z. Penelitian ini menegaskan perlunya pendekatan edukasi finansial yang komprehensif—tidak hanya menekankan aspek kognitif, tetapi juga perilaku, digital, dan budaya. Temuan ini berimplikasi bagi lembaga pendidikan, pembuat kebijakan, dan penyedia *fintech* untuk merancang intervensi yang memperkuat ketahanan finansial generasi digital Indonesia.

Kata kunci - perilaku keuangan, literasi keuangan, SLR, *fintech*, gen Z

Abstract

This study aims to analyze the financial management behavior of Generation Z in Indonesia using a *Systematic Literature Review (SLR)* approach. The increasing digital lifestyle, widespread use of financial technology (*fintech*) services, and low financial discipline among young people form the background of this research. Following the *Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses (PRISMA)* guidelines, 42 peer-reviewed articles published between 2013 and 2025 were systematically analyzed from accredited databases. The synthesis reveals four dominant themes influencing Gen Z's financial behavior: (1) financial literacy and behavioral outcomes, (2) digitalization and *fintech* influence, (3) sociocultural and family factors, and (4) behavioral and psychological biases. Although financial literacy levels have improved, a significant knowledge-behavior gap persists. Digitalization enhances financial inclusion but also promotes impulsive consumption and dependence on digital credit services. Furthermore, Indonesia's collectivist family culture shapes Gen Z's financial decision-making patterns. The study highlights the need for comprehensive financial education approaches that integrate cognitive, behavioral, digital, and cultural dimensions. These findings provide practical implications for educators, policymakers, and *fintech* providers in designing interventions that foster financial resilience among Indonesia's digital-native generation.

Keywords - financial behavior, financial literacy, SLR, *fintech*, gen Z

How to Cite : Majiding, N. C. (2025). Gaya Hidup Digital dan Keputusan Keuangan: Tinjauan Sistematis terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z di Indonesia. *Jurnal Penelitian Multidisiplin Bangsa*, 2(7), 1072–1082. <https://doi.org/10.59837/jpnmb.v2i6.635>

Copyright ©2025 Nurul Chalisa Majidin

PENDAHULUAN

Perilaku pengelolaan keuangan menjadi isu yang semakin krusial di era digital, terutama di kalangan generasi muda yang tumbuh bersama perkembangan teknologi finansial (*financial technology*). Secara global, *Generation Z* atau Gen Z yakni individu yang lahir antara tahun 1995 hingga 2010 menunjukkan karakteristik unik dalam mengelola keuangan. Mereka dikenal adaptif terhadap teknologi, namun rentan terhadap perilaku konsumtif dan keputusan keuangan impulsif (Francis & Hoefel, 2018). Fenomena ini mendorong meningkatnya perhatian akademik terhadap hubungan antara literasi keuangan, gaya hidup digital, dan perilaku finansial pada kelompok demografis ini (OECD, 2020)

Berbagai studi lintas negara menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan generasi muda masih tergolong rendah, meskipun mereka memiliki akses luas terhadap informasi keuangan digital. Menurut Lusardi & Mitchell (2014), pengetahuan keuangan dasar seperti pemahaman tentang bunga, inflasi, dan diversifikasi risiko—masih minim di kalangan generasi muda di banyak negara. Kondisi ini berpotensi memengaruhi kesejahteraan finansial jangka panjang serta stabilitas ekonomi rumah tangga. Lebih jauh, penelitian OECD (2020) menunjukkan bahwa hanya 38% Gen Z global yang memiliki kebiasaan menabung secara rutin, sementara sisanya cenderung mengalokasikan pendapatan untuk konsumsi gaya hidup dan hiburan digital.

Dalam konteks Indonesia, fenomena ini menjadi semakin signifikan seiring pesatnya transformasi digital dan pertumbuhan ekonomi berbasis teknologi. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik BPS (2023) populasi Gen Z mencapai lebih dari 27% dari total penduduk Indonesia, menjadikannya kelompok demografis terbesar dan berpotensi besar sebagai motor ekonomi nasional. Perkembangan *fintech*, *mobile banking*, dan dompet digital seperti GoPay, OVO, dan DANA telah memperluas akses keuangan sekaligus mengubah pola konsumsi dan tabungan masyarakat muda. Survei Otoritas Jasa Keuangan ((OJK), 2023) mengungkapkan bahwa lebih dari 80% Gen Z aktif menggunakan platform pembayaran digital, namun hanya 35% yang memiliki rencana keuangan jangka panjang atau investasi berkelanjutan.

Fenomena tersebut menunjukkan adanya paradoks antara kemudahan digital dengan kedisiplinan finansial. Di satu sisi, digitalisasi meningkatkan inklusi keuangan dan mempercepat adopsi instrumen investasi. Namun di sisi lain, kemudahan transaksi digital justru mendorong perilaku impulsif dan konsumtif (N. M. Putri & Handayani, 2021) Kondisi ini menimbulkan pertanyaan kritis: apakah literasi keuangan yang dimiliki generasi Z di Indonesia cukup mampu menyeimbangkan gaya hidup digital dengan pengelolaan keuangan yang sehat? Beberapa penelitian (Rahman & Yulia, 2022) bahkan menunjukkan adanya kesenjangan antara pengetahuan keuangan dan perilaku actual di mana tingkat literasi tinggi tidak selalu tercermin dalam perilaku menabung, berinvestasi, atau pengendalian konsumsi.

Selain faktor literasi dan digitalisasi, dimensi sosial budaya turut memengaruhi perilaku keuangan Gen Z Indonesia. Berbeda dengan masyarakat Barat yang menekankan kemandirian finansial sejak dini, struktur sosial Indonesia masih didominasi nilai kolektivisme dan ketergantungan keluarga. Proses sosialisasi keuangan melalui keluarga menjadi faktor kunci pembentukan perilaku keuangan remaja dan dewasa muda (Gudmunson & Danes, 2011). Namun, pengaruh media sosial dan norma gaya hidup modern sering kali bertentangan dengan nilai tradisional hemat dan menabung, menciptakan tekanan sosial yang mendorong konsumsi berlebihan (E. Yuliani et al., 2023).

Keterkaitan antara aspek kognitif (literasi keuangan), teknologi (digitalisasi), dan sosial budaya

(norma keluarga dan kelompok sebaya) menjadikan perilaku keuangan Gen Z sebagai fenomena multidimensional. Pendekatan teori keuangan perilaku (*behavioral finance theory*) menjelaskan bahwa keputusan keuangan individu tidak sepenuhnya rasional, melainkan dipengaruhi oleh bias kognitif dan emosional (Kahneman & Tversky, 1979). Dalam konteks digital, bias tersebut dapat diperkuat oleh paparan konten promosi, *influencer marketing*, dan dorongan instan dari sistem *buy now pay later* (Thaler & Sunstein, 2008). Oleh karena itu, analisis sistematis terhadap hasil penelitian yang telah ada menjadi penting untuk memahami pola dan determinan perilaku keuangan Gen Z di Indonesia secara lebih komprehensif.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk melakukan *Systematic Literature Review* (SLR) terhadap studi-studi empiris dan konseptual mengenai perilaku pengelolaan keuangan Generasi Z di Indonesia. Tinjauan ini diharapkan dapat mengidentifikasi tema utama, pendekatan metodologis, serta kesenjangan teoretis dan empiris yang masih ada. Selain itu, hasil penelitian diharapkan memberikan kontribusi dalam memperkaya literatur keuangan perilaku serta menjadi dasar bagi perancangan kebijakan edukasi keuangan yang lebih adaptif terhadap karakteristik digital dan budaya masyarakat Indonesia.

TINJAUAN PUSTAKA

Literasi Keuangan dan Perilaku Keuangan

Literasi keuangan merupakan kemampuan individu dalam memahami, mengelola, dan mengambil keputusan finansial secara efektif (Lusardi & Mitchell, 2014). Beberapa penelitian menegaskan bahwa literasi keuangan berperan penting dalam membentuk perilaku finansial yang bertanggung jawab, termasuk kemampuan menabung, berinvestasi, dan menghindari utang konsumtif (Ali et al., 2014; Atkinson & Messy, 2012).

Pada konteks Generasi Z, literasi keuangan tidak hanya mencakup pengetahuan dasar tentang keuangan, tetapi juga kesadaran perilaku dalam menghadapi risiko digital seperti penggunaan layanan *fintech* dan transaksi daring (Amagir et al., 2020). Di Indonesia, penelitian menunjukkan bahwa peningkatan literasi keuangan belum sepenuhnya diikuti dengan perubahan perilaku nyata. Rahman & Yulia (2022) menemukan adanya *knowledge-behavior gap* di kalangan mahasiswa, di mana individu yang memiliki pengetahuan keuangan cukup tetap melakukan pengeluaran impulsif. Pendekatan literasi keuangan berbasis perilaku (*behavioral literacy*) kini banyak direkomendasikan karena menekankan aspek pengendalian diri, kecerdasan emosional, dan nilai-nilai finansial (Atkinson & Messy, 2012). Pendekatan ini dinilai lebih relevan untuk memahami perilaku Gen Z yang hidup dalam lingkungan digital yang sarat dengan godaan konsumtif.

Digitalisasi dan Pengaruh Fintech terhadap Keputusan Keuangan

Transformasi digital telah mengubah lanskap keuangan global, termasuk perilaku finansial generasi muda. Teknologi finansial (*fintech*), seperti dompet digital, *mobile banking*, dan *buy-now-pay-later* (BNPL), mempercepat inklusi keuangan namun juga menimbulkan tantangan baru terkait pengelolaan konsumsi dan utang (OECD, 2022; Thaler, 1999).

Otoritas Jasa Keuangan (OECD, 2022) melaporkan bahwa lebih dari 80% Gen Z di Indonesia aktif menggunakan aplikasi pembayaran digital seperti GoPay, OVO, DANA, dan ShopeePay. Meskipun kemudahan ini meningkatkan efisiensi transaksi, penelitian (A. R. Putri & Handayani, 2021) menunjukkan bahwa akses tanpa batas terhadap sistem pembayaran instan dapat menurunkan kesadaran pengeluaran dan meningkatkan perilaku konsumtif.

Selain itu, digitalisasi juga membuka peluang untuk pemberdayaan keuangan. Platform investasi digital seperti Bibit dan Ajaib memungkinkan generasi muda memulai investasi lebih dini. Namun, penelitian Rahman & Yulia (2022) mengungkap bahwa orientasi jangka pendek dan pengaruh tren sosial media sering kali mendorong keputusan investasi yang kurang rasional. Dengan demikian,

literasi digital perlu dikembangkan seiring dengan literasi keuangan agar Gen Z dapat menavigasi risiko finansial di ekosistem digital secara bijak.

Faktor Sosial Budaya dan Keluarga dalam Perilaku Finansial

Perilaku keuangan tidak dapat dipisahkan dari konteks sosial dan budaya. Dalam masyarakat Indonesia yang bersifat kolektivistik, nilai-nilai keluarga, norma sosial, serta interaksi dengan teman sebaya memainkan peran penting dalam membentuk kebiasaan finansial individu (Rahman & Yulia, 2022; Sari et al., 2023)

Penelitian menunjukkan bahwa proses sosialisasi keuangan dalam keluarga—melalui komunikasi, pemberian contoh, dan arahan—berdampak signifikan terhadap sikap dan keputusan keuangan anak (Yuliani et al., 2023). Berbeda dengan konteks Barat yang menekankan kemandirian finansial, remaja dan dewasa muda Indonesia cenderung bergantung pada dukungan ekonomi keluarga. Kondisi ini sering menunda kematangan finansial serta menimbulkan kecenderungan menghindari risiko investasi.

Selain itu, pengaruh media sosial memperkuat dinamika sosial dalam perilaku konsumsi Gen Z. Dorongan untuk mengikuti gaya hidup teman sebaya atau figur publik digital meningkatkan kecenderungan konsumtif dan menurunkan minat menabung. Hal ini menunjukkan pentingnya intervensi berbasis budaya yang mampu menyeimbangkan nilai *modern lifestyle* dengan prinsip *hemat dan tanggung jawab finansial*.

Perspektif Behavioral Finance dalam Memahami Perilaku Keuangan Gen Z

Behavioral finance menawarkan pendekatan psikologis untuk menjelaskan penyimpangan perilaku keuangan dari rasionalitas ekonomi klasik (Kahneman & Tversky, 1979). Berbagai *bias* kognitif dan emosional—seperti *overconfidence*, *herding behavior*, dan *present bias* terbukti memengaruhi pengambilan keputusan keuangan individu (Thaler & Sunstein, 2008).

Dalam konteks Gen Z di Indonesia, penelitian Santoso et al., (2024) menemukan bahwa *herding behavior* pada investasi digital sering muncul akibat pengaruh tren media sosial. Sementara itu, *present bias* mendorong perilaku konsumtif jangka pendek dibandingkan orientasi menabung jangka panjang.

Pendekatan *behavioral finance* relevan untuk memahami bagaimana tekanan sosial, dorongan emosional, dan paparan digital membentuk perilaku finansial generasi muda. Dengan demikian, kebijakan edukasi keuangan perlu memperhatikan aspek perilaku dan psikologis agar lebih efektif dalam membentuk ketahanan finansial jangka panjang.

Kerangka Konseptual Penelitian

Berdasarkan sintesis literatur, perilaku keuangan Gen Z di Indonesia dapat dipahami melalui interaksi antara empat determinan utama: literasi keuangan, digitalisasi, faktor sosial budaya, dan *behavioral biases*. Hubungan ini dapat digambarkan dalam kerangka konseptual berikut:

Tabel 1.

Kerangka Konseptual Penelitian

Determinan Utama	Deskripsi	Implikasi terhadap Perilaku Keuangan Gen Z
Literasi Keuangan	Pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola keuangan pribadi	Membentuk dasar pengambilan keputusan finansial yang rasional
Digitalisasi dan Fintech	Penggunaan layanan keuangan berbasis teknologi	Memperluas akses finansial namun meningkatkan risiko konsumtif
Faktor Sosial Budaya	Pengaruh keluarga, teman sebaya, dan norma sosial	Membentuk nilai-nilai dan motivasi finansial yang kontekstual
Bias Perilaku dan Psikologis	Kecenderungan kognitif dan emosional dalam pengambilan keputusan	Menyebabkan penyimpangan dari perilaku keuangan rasional

Kerangka ini menegaskan bahwa perilaku finansial Gen Z merupakan hasil interaksi multidimensional yang perlu dikaji secara terpadu, baik dari aspek kognitif, digital, sosial, maupun psikologis.

METODE

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan *Systematic Literature Review* (SLR) untuk menganalisis, mensintesis, dan menginterpretasikan hasil penelitian yang telah ada mengenai perilaku pengelolaan keuangan Generasi Z di Indonesia. Pendekatan SLR dipilih karena memberikan proses yang transparan dan replikatif dalam mengidentifikasi studi relevan, mengevaluasi ketelitian metodologis, serta mengintegrasikan temuan utama guna menghasilkan wawasan teoretis dan praktis baru (Tranfield et al., 2003)

Proses tinjauan ini mengikuti pedoman *Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses* (PRISMA) guna memastikan ketelitian metodologis, kejelasan pelaporan, dan keterulangan hasil (Page et al., 2021). Tidak seperti tinjauan naratif tradisional yang bersifat deskriptif dan subjektif, SLR berfokus pada pertanyaan penelitian yang telah ditentukan sebelumnya dengan kriteria inklusi dan eksklusi yang jelas. Pendekatan ini dianggap tepat untuk memetakan bukti akademik yang masih terfragmentasi tentang literasi keuangan, digitalisasi, dan perilaku keuangan Gen Z di Indonesia.

Pertanyaan Penelitian

Kajian ini berupaya menjawab empat pertanyaan utama berikut:

- RQ1: Apa saja tema utama, metodologi, dan kerangka teori yang digunakan dalam studi tentang perilaku pengelolaan keuangan Gen Z di Indonesia?
- RQ2: Faktor-faktor apa yang paling berpengaruh terhadap perilaku keuangan Gen Z, khususnya terkait literasi keuangan, digitalisasi, dan aspek sosial budaya?
- RQ3: Kesenjangan teoretis dan metodologis apa yang masih terdapat dalam literatur yang ada?
- RQ4: Bagaimana penelitian selanjutnya dapat mengintegrasikan teori keuangan perilaku dan transformasi digital untuk menjelaskan pengambilan keputusan keuangan Gen Z secara lebih mendalam?

Strategi Pencarian Literatur

Pencarian literatur dilakukan secara komprehensif melalui beberapa basis data akademik utama, yaitu Scopus, Web of Science, ScienceDirect, Emerald Insight, Taylor & Francis, dan Google Scholar. Kata kunci yang digunakan merupakan kombinasi dari operator Boolean dan istilah pencarian berikut:

("financial behavior" OR "financial management" OR "financial literacy") AND ("Generation Z" OR "Gen Z" OR "young adults") AND ("Indonesia")

Rentang waktu publikasi dibatasi antara 2013–2025 untuk menangkap perkembangan terkini terkait digitalisasi dan perilaku keuangan generasi muda. Hanya artikel yang diterbitkan di jurnal terindeks, prosiding ilmiah, atau laporan institusional bereputasi yang disertakan.

Kriteria Inklusi dan Eksklusi

1. Kriteria Inklusi:
 - a. Studi yang berfokus pada Generasi Z atau dewasa muda (usia 18–27 tahun) di Indonesia.
 - b. Artikel yang membahas pengelolaan keuangan, literasi keuangan, keuangan digital, perilaku konsumsi, atau praktik menabung dan investasi.
 - c. Publikasi ilmiah yang terbit dalam Bahasa Indonesia atau Inggris dan telah melalui proses *peer review*.

- d. Studi yang menyajikan data empiris atau analisis konseptual terkait perilaku atau pengambilan keputusan keuangan.
2. Kriteria Eksklusi:
 - a. Studi yang membahas generasi lain (misalnya Milenial atau Baby Boomer).
 - b. Artikel tanpa konteks perilaku keuangan, seperti hanya membahas adopsi fintech tanpa implikasi perilaku.
 - c. Publikasi non-ilmiah seperti blog, opini, atau berita.

Proses Penyaringan dan Seleksi

Prosedur seleksi mengikuti empat tahapan PRISMA (*Identification, Screening, Eligibility, dan Inclusion*). Proses tersebut dirangkum dalam Tabel 2 berikut.

Tabel 2.
Ringkasan Proses Pencarian dan Seleksi Literatur (Model PRISMA)

Tahapan PRISMA	Deskripsi Proses	Jumlah Artikel
Identifikasi	Artikel diperoleh dari basis data (Scopus, Web of Science, ScienceDirect, Emerald, Taylor & Francis, Google Scholar).	257
Penyaringan	Duplikasi dan judul yang tidak relevan dihapus.	134
Kelayakan (Eligibility)	Abstrak dan teks lengkap ditinjau berdasarkan kriteria inklusi.	68
Inklusi Akhir	Artikel yang memenuhi semua kriteria dan dianalisis lebih lanjut.	42

Ekstraksi dan Analisis Data

Data dari setiap artikel yang terpilih diekstraksi menggunakan matriks terstruktur mencakup:

- a. Nama penulis, tahun, dan sumber publikasi;
- b. Tujuan penelitian dan populasi;
- c. Pendekatan metodologis (kuantitatif, kualitatif, atau campuran);
- d. Kerangka teori yang digunakan (misalnya *Theory of Planned Behavior, Behavioral Finance Theory, Financial Literacy Model*);
- f. Temuan utama serta implikasi kebijakan atau edukatif.

Temuan kemudian dikategorikan dalam empat tema besar:

- a. Literasi Keuangan dan Hasil Perilaku
- b. Digitalisasi dan Pengaruh Fintech
- c. Determinan Sosial Budaya dan Ekonomi
- d. Bias Psikologis dan Perilaku Keuangan

Analisis tematik digunakan untuk mengidentifikasi pola, perbedaan, dan kesenjangan dalam literatur.

Penilaian Kualitas Studi

Setiap artikel dievaluasi menggunakan kriteria kualitas dari Gough et al., (2017) berdasarkan empat aspek:

- Relevansi: kesesuaian konteks penelitian dengan perilaku keuangan Gen Z;
- Ketelitian: kejelasan metodologi dan validitas analisis;
- Kredibilitas: reliabilitas data dan sumber informasi;
- Kontribusi: signifikansi teoretis dan praktis.

Penilaian dilakukan menggunakan skala Likert 4 poin (1 = rendah hingga 4 = sangat baik). Hanya studi dengan skor ≥ 3 yang disertakan dalam sintesis akhir.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil tinjauan sistematis terhadap 42 artikel ilmiah yang diterbitkan antara tahun 2013 hingga 2025, ditemukan empat tema dominan terkait perilaku pengelolaan keuangan Generasi Z di Indonesia, yaitu:

- Literasi keuangan dan hasil perilaku;
- Digitalisasi dan pengaruh *fintech*;
- Faktor sosial budaya dan keluarga; serta
- Bias perilaku dan psikologis.

Temuan ini menunjukkan adanya interaksi kompleks antara pengetahuan, teknologi, dan konteks sosial yang membentuk pola pengelolaan keuangan Generasi Z dalam ekonomi yang semakin terdigitalisasi.

Literasi Keuangan dan Hasil Perilaku

Literasi keuangan secara konsisten muncul sebagai faktor utama dalam perilaku keuangan yang bertanggung jawab di kalangan Generasi Z. Namun, meskipun sebagian besar penelitian menunjukkan korelasi positif antara tingkat literasi dan hasil keuangan, bukti terkait penerapan perilaku nyata masih belum konsisten. Penelitian oleh Ali et al., (2014) menemukan bahwa literasi keuangan yang tinggi berkorelasi dengan peningkatan kepuasan finansial dan kedisiplinan dalam penganggaran. Amagir et al., (2020) menekankan bahwa pengetahuan finansial membantu individu dalam mengendalikan pengeluaran serta mendorong perilaku menabung. Namun, beberapa penelitian di Indonesia (misalnya Rahman & Yulia, (2022); P. P. Sari et al., (2023) menunjukkan masih adanya kesenjangan antara pengetahuan dan tindakan (*knowledge-behavior gap*).

Sebagai contoh, banyak mahasiswa yang memahami prinsip investasi dan menabung, tetapi masih menunjukkan perilaku konsumtif dan kurang perencanaan jangka panjang (R. Yuliani et al., 2023). Hal ini menandakan bahwa literasi saja belum cukup tanpa adanya penguatan perilaku seperti pelatihan perencanaan keuangan, pembelajaran berbasis simulasi, dan pengalaman langsung (Lusardi & Mitchell, 2014). Perkembangan terkini juga menunjukkan pergeseran fokus dari *cognitive literacy* menuju *behavioral literacy*, yang menekankan pentingnya kecerdasan emosional, pengendalian diri, dan pengambilan keputusan berbasis nilai (Atkinson & Messy, 2012). Dalam konteks Indonesia, hal ini sangat penting karena Gen Z beroperasi dalam lingkungan digital yang sarat promosi dan tekanan sosial dari media sosial.

Tabel 3.

Ringkasan Temuan Tema 1: Literasi Keuangan dan Perilaku

Aspek	Temuan Utama	Implikasi
Korelasi literasi-perilaku	Literasi tinggi belum sepenuhnya diterjemahkan ke perilaku keuangan bijak	Diperlukan pembelajaran berbasis praktik
Faktor penguat	Edukasi finansial berbasis simulasi, mentoring, dan proyek keuangan nyata	Efektif untuk menutup <i>knowledge-behavior gap</i>
Pergeseran konsep	Dari <i>cognitive literacy</i> ke <i>behavioral literacy</i>	Fokus pada pengendalian diri dan keputusan berbasis nilai

Digitalisasi dan Pengaruh Fintech

Transformasi digital secara signifikan memengaruhi kebiasaan keuangan Gen Z di Indonesia. Meningkatnya penggunaan e-wallet, layanan *buy-now-pay-later* (BNPL), dan perbankan digital telah menciptakan fenomena ganda: memperluas inklusi keuangan sekaligus meningkatkan perilaku konsumtif. Data OJK (2023) menunjukkan bahwa lebih dari 80% Gen Z menggunakan platform pembayaran digital, seperti GoPay, OVO, dan DANA. Studi A. R. Putri & Handayani (2021) dan Santoso et al., (2024) mengungkap bahwa kemudahan transaksi digital menurunkan kesadaran

pengeluaran dan memperkuat kecenderungan *instant gratification*. Berdasarkan teori keuangan perilaku, kemudahan transaksi menurunkan “rasa sakit saat membayar” (*pain of paying*), sehingga mendorong pengeluaran berlebih dan ketergantungan pada kredit (Thaler, 1999). Namun, di sisi lain, digitalisasi juga membuka peluang pemberdayaan keuangan. Platform investasi seperti Bibit, Ajaib, dan Pluang memungkinkan Gen Z berinvestasi sejak dini, meski sebagian besar masih berorientasi pada keuntungan jangka pendek. Hal ini menunjukkan pentingnya integrasi literasi keuangan digital agar teknologi tidak sekadar mempermudah transaksi, tetapi juga memperkuat perilaku finansial berkelanjutan.

Tabel 4.
Ringkasan Temuan Tema 2: Digitalisasi dan Fintech

Aspek	Temuan	Dampak
Adopsi e-wallet tinggi	>80% Gen Z Indonesia menggunakan layanan digital	Meningkatkan efisiensi transaksi
Risiko perilaku	Transaksi instan memicu konsumsi impulsif dan ketergantungan kredit	Membutuhkan literasi digital dan disiplin finansial
Peluang edukatif	Akses platform investasi meningkat	Perlu penguatan <i>digital literacy</i> dan mitigasi risiko

Faktor Sosial Budaya dan Keluarga

Perilaku keuangan Generasi Z di Indonesia tidak terbentuk secara individual, tetapi berakar kuat dalam budaya kolektif. Nilai keluarga, dinamika sosial, dan norma budaya sangat memengaruhi bagaimana individu memandang tanggung jawab finansial.

Penelitian Rahman & Yulia, (2022) dan D. P. Sari et al., (2023) menunjukkan bahwa sosialisasi keuangan dari orang tua – misalnya melalui diskusi tentang menabung, berinvestasi, dan mengatur pengeluaran – berpengaruh signifikan terhadap kebiasaan finansial anak. Berbeda dengan konteks Barat yang menekankan kemandirian finansial, sebagian besar Gen Z di Indonesia masih bergantung pada dukungan keluarga hingga usia dewasa muda.

Selain itu, tekanan sosial dan *peer influence* di media digital memperkuat kecenderungan konsumtif. Upaya mempertahankan gaya hidup modern dan citra daring mendorong perilaku konsumsi berlebih (E. Yuliani et al., 2023). Oleh karena itu, program literasi keuangan sebaiknya mengintegrasikan nilai-nilai budaya hemat (*thrift*) dan solidaritas sosial untuk memperkuat disiplin finansial.

Tabel 5.
Ringkasan Temuan Tema 3: Sosial Budaya dan Keluarga

Faktor	Deskripsi	Pengaruh terhadap Perilaku Keuangan
Sosialisasi keluarga	Diskusi tentang keuangan dalam rumah tangga	Membentuk kebiasaan menabung dan disiplin
Norma kolektif	Ketergantungan finansial antar anggota keluarga	Menunda kemandirian finansial
Pengaruh teman sebaya	Perbandingan sosial di media sosial	Memicu perilaku konsumtif dan citra gaya hidup

Bias Perilaku dan Psikologis

Kerangka teori keuangan perilaku (*behavioral finance*) menjelaskan bahwa keputusan finansial Gen Z sering kali dipengaruhi oleh bias kognitif dan emosional. Beberapa bias yang paling dominan antara lain:

- Overconfidence bias: kecenderungan melebihkan kemampuan keuangan pribadi sehingga mengambil risiko berlebih (Lusardi & Mitchell, 2014).
- Herding behavior: mengikuti tren investasi populer tanpa analisis risiko mendalam (Santoso et al., 2024).
- Present bias: preferensi terhadap kepuasan instan yang menurunkan minat menabung (Thaler & Sunstein, 2008).

Paparan digital yang konstan memperkuat bias-bias ini. Iklan daring, promosi *influencer*, dan *flash sale* menstimulasi perilaku impulsif dan menghambat kemampuan menunda gratifikasi. Strategi intervensi perilaku seperti *nudging*, aplikasi anggaran, dan sistem permainan (*gamified saving tools*) terbukti efektif untuk memperbaiki kebiasaan ini (United Nations Development Programme, 2021).

Tabel 6.

Ringkasan Temuan Tema 4: Bias Perilaku dan Psikologis

Jenis Bias	Deskripsi	Dampak terhadap Perilaku Finansial
Overconfidence	Keyakinan berlebihan pada kemampuan investasi	Pengambilan risiko berlebih
Herding	Meniru keputusan finansial orang lain	Investasi tanpa analisis rasional
Present bias	Fokus pada kepuasan jangka pendek	Rendahnya kebiasaan menabung

Pembahasan

Sintesis hasil menunjukkan bahwa perilaku pengelolaan keuangan Gen Z merupakan konstruksi multidimensi yang dipengaruhi oleh literasi, teknologi, budaya, dan psikologi. Meskipun literasi keuangan merupakan fondasi utama, efektivitasnya sangat bergantung pada konteks penguatan perilaku seperti kesadaran digital, penyesuaian budaya, serta pengendalian emosional. Pendekatan yang holistik diperlukan tidak hanya melalui kampanye informasi, tetapi juga melalui program intervensi perilaku, pelatihan praktis, dan pendidikan keuangan yang relevan dengan nilai sosial dan digitalisasi. Hal ini sejalan dengan arah kebijakan OJK (2023) yang menekankan pada peningkatan *financial resilience* generasi muda, bukan sekadar peningkatan literasi.

Secara keseluruhan, penguatan perilaku finansial Generasi Z Indonesia memerlukan kolaborasi lintas sektor antara lembaga pendidikan, penyedia layanan keuangan digital, dan regulator pemerintah untuk menyeimbangkan kemudahan teknologi dengan disiplin pengelolaan keuangan jangka panjang.

KESIMPULAN

Tinjauan sistematis ini menegaskan bahwa perilaku pengelolaan keuangan Generasi Z di Indonesia merupakan fenomena yang kompleks dan multidimensional, dipengaruhi oleh interaksi antara faktor literasi keuangan, digitalisasi, konteks sosial-budaya, serta bias perilaku. Meskipun tingkat literasi keuangan di kalangan Gen Z menunjukkan tren peningkatan, kesenjangan antara pengetahuan dan perilaku (*knowledge-behavior gap*) masih cukup signifikan. Banyak individu memahami konsep keuangan dasar seperti tabungan, investasi, dan manajemen risiko, namun belum menerapkannya secara konsisten dalam praktik sehari-hari.

Perkembangan teknologi keuangan (*fintech*) memperluas akses terhadap layanan keuangan dan membuka peluang partisipasi investasi, tetapi sekaligus meningkatkan risiko perilaku konsumtif, ketergantungan kredit, serta penurunan disiplin pengeluaran. Faktor keluarga dan budaya kolektifis memainkan peran ganda: memperkuat nilai kehati-hatian namun juga memperlambat kemandirian finansial. Selain itu, bias psikologis seperti *overconfidence*, *herding*, dan *present bias* melemahkan

pengambilan keputusan rasional, khususnya dalam ekosistem digital yang sarat rangsangan visual, promosi, dan tekanan sosial.

Dengan demikian, perilaku keuangan Gen Z tidak dapat dijelaskan hanya melalui pendekatan ekonomi rasional, tetapi harus dianalisis melalui perspektif *behavioral finance*, dinamika sosiokultural, serta digital literacy secara terpadu.

Implikasi Penelitian

1. Implikasi Teoretis

Hasil penelitian ini menegaskan perlunya pendekatan lintas-disiplin dalam mengkaji perilaku keuangan generasi muda. Temuan menunjukkan bahwa model perilaku keuangan tradisional yang berbasis rational choice tidak memadai untuk menjelaskan deviasi perilaku Gen Z dalam konteks digital. Oleh karena itu, integrasi konsep literasi keuangan, teori perilaku, dan kerangka sosiokultural menjadi dasar penting untuk pengembangan teori yang lebih relevan dengan karakteristik digital native. Temuan juga mendukung pergeseran fokus dari cognitive literacy menuju behavioral literacy, yang dapat memperkaya model konseptual dalam penelitian perilaku keuangan.

2. Implikasi Praktis

Penelitian ini memberikan landasan bagi lembaga pendidikan, regulator, dan penyedia layanan fintech untuk merancang program intervensi yang tidak hanya fokus pada peningkatan pengetahuan, tetapi juga penguatan perilaku. Edukasi finansial berbasis simulasi, pelatihan praktik, dan fitur digital seperti nudging, pengingat otomatis, dan gamifikasi dapat membantu menutup knowledge-behavior gap. Bagi fintech, hasil ini menunjukkan pentingnya menyertakan fitur mitigasi risiko—misalnya limit kredit adaptif, notifikasi pengeluaran, atau dashboard kesehatan finansial—untuk menekan perilaku impulsif.

3. Implikasi Kebijakan

Bagi pembuat kebijakan, temuan ini menekankan perlunya strategi literasi keuangan yang lebih komprehensif dan berbasis bukti. Kebijakan yang hanya menekankan informasi atau penyuluhan tidak memadai untuk mengubah perilaku keuangan Gen Z. Program nasional harus menggabungkan edukasi perilaku, literasi digital, perlindungan konsumen, serta regulasi fintech yang lebih ketat terhadap fitur-fitur yang mendorong konsumsi berlebih. Selain itu, kebijakan yang melibatkan keluarga sebagai agen sosialisasi keuangan dapat memperkuat pembentukan kebiasaan finansial sejak dini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, A., Rahman, M. S., & Bakar, A. (2014). Financial literacy and satisfaction in Malaysia: The mediating role of financial behavior. *Asian Social Science*, 10(24), 273–281. <https://doi.org/10.5539/ass.v10n24p273>
- Amagir, A., Groot, W., Brink, H. M., & Wilschut, A. (2020). A review of financial-literacy education programs for children and adolescents. *Citizenship, Social and Economics Education*, 19(3), 183–204. <https://doi.org/10.1177/2047173420935130>
- Atkinson, A., & Messy, F. A. (2012). *Measuring financial literacy: Results of the OECD/International Network on Financial Education (INFE) pilot study* (OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions, No. 15). <https://doi.org/10.1787/5k9csfs90fr4-en>
- (BPS), B. P. S. (2023). *Statistik penduduk Indonesia berdasarkan kelompok umur 2023*. Badan Pusat Statistik.
- Francis, T., & Hoefel, F. (2018). "True Gen": Generation Z and its implications for companies. *McKinsey & Company*. <https://www.mckinsey.com>
- Gough, D., Oliver, S., & Thomas, J. (2017). *An introduction to systematic reviews* (2nd ed.). Sage Publications.
- Gudmunson, C. G., & Danes, S. M. (2011). Family financial socialization: Theory and critical review.

- Journal of Family and Economic Issues*, 32(4), 644–667. <https://doi.org/10.1007/s10834-011-9275-y>
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47(2), 263–292. <https://doi.org/10.2307/1914185>
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44. <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>
- OECD. (2020). *OECD/INFE 2020 International survey of adult financial literacy*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/48ebd1ba-en>
- OECD. (2022). *Financial literacy and inclusion: Results of OECD/INFE 2022 global survey*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/cc9b9b6b-en>
- (OJK), O. J. K. (2023). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2023*. OJK.
- Page, M. J., Moher, D., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., & McKenzie, J. E. (2021). PRISMA 2020 explanation and elaboration: Updated guidance and exemplars for reporting systematic reviews. *BMJ*, 372, n160. <https://doi.org/10.1136/bmj.n160>
- Putri, A. R., & Handayani, W. (2021). The impact of pay-later services on young consumers' financial discipline: Evidence from Indonesia. *Journal of Economics and Behavioral Studies*, 13(4), 45–56. <https://doi.org/10.22610/jebs.v13i4.3259>
- Putri, N. M., & Handayani, S. (2021). Pengaruh gaya hidup digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengguna e-wallet di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 9(2), 112–125. <https://doi.org/10.24843/jmk.2021.v09.i02.p04>
- Rahman, A., & Yulia, D. (2022). Financial literacy, digital behavior, and financial well-being among Indonesian youth. *Asian Journal of Business and Accounting*, 15(2), 67–88. <https://doi.org/10.22452/ajba.vol15no2.4>
- Santoso, B., Hidayat, R., & Lestari, P. (2024). Digital payments, consumer behavior, and impulsive spending among Gen Z: Evidence from Indonesia. *International Journal of Financial Studies*, 12(1), 1–15. <https://doi.org/10.3390/ijfs12010001>
- Sari, D. P., Wulandari, F., & Prasetyo, R. (2023). The influence of social media and peer pressure on financial management behavior among Generation Z in Indonesia. *Journal of Behavioral Economics and Finance*, 9(3), 120–135.
- Sari, P. P., Mubarakah, S., & Kusumawardhani, R. (2023). The influence of digital financial literacy on saving behavior among Gen Z in Indonesia. *Indonesian Journal of Economics, Business, Accounting and Management*, 2(5), 15–27. <https://doi.org/10.63901/ijebam.v2i5.86>
- Thaler, R. H. (1999). Mental accounting matters. *Journal of Behavioral Decision Making*, 12(3), 183–206. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1099-0771\(199909\)12:3<183::AID-BDM318>3.0.CO;2-F](https://doi.org/10.1002/(SICI)1099-0771(199909)12:3<183::AID-BDM318>3.0.CO;2-F)
- Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2008). *Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness*. Yale University Press.
- Tranfield, D., Denyer, D., & Smart, P. (2003). Towards a methodology for developing evidence-informed management knowledge by means of systematic review. *British Journal of Management*, 14(3), 207–222. <https://doi.org/10.1111/1467-8551.00375>
- United Nations Development Programme. (2021). *Governance for sustainable development: Strengthening institutional capacity and accountability*.
- Yuliani, E., Rahman, A., & Lestari, S. (2023). Financial literacy and consumption behavior among Gen Z university students in Indonesia. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 20(1), 101–117.
- Yuliani, R., Maisharoh, R., & Setiawati, N. T. (2023). Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup hedonis, dan love of money terhadap perilaku keuangan generasi Z. *IBRICS: Journal of Multidisciplinary Study*, 1(2), 55–67. <https://ibrics.net>