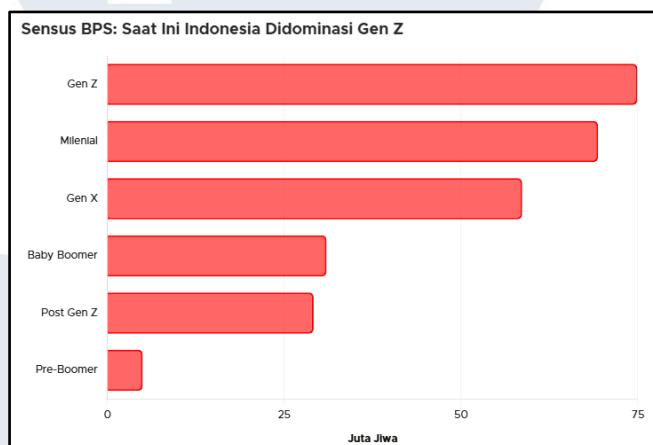


# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Di era modern yang serba dinamis ini, kemandirian finansial menjadi isu krusial untuk kesejahteraan individu. Salah satu fondasi utama kemandirian finansial adalah kemampuan untuk menabung. Stabilitas keuangan personal berawal dari kebiasaan menabung yang disiplin. Penting untuk mengalokasikan dana tabungan terlebih dahulu sebagai jaring pengaman finansial sebelum individu mulai mempertimbangkan opsi investasi. Menurut Fatmawati et al. (2022), kebiasaan menabung yang kuat adalah kunci untuk meminimalisasi risiko keuangan dan mempersiapkan diri menghadapi kondisi tak terduga di masa depan.



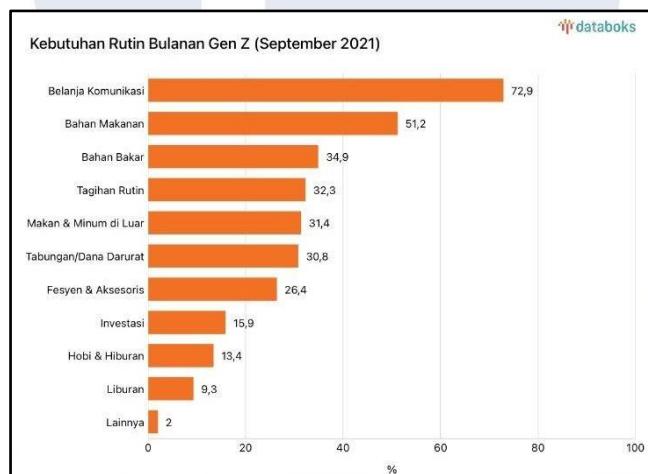
**Gambar 1. 1 Komposisi Penduduk Indonesia Berdasarkan Generasi Tahun 2023**

Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS), diolah oleh GoodStats (2023).

Berdasarkan hasil Sensus Penduduk yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2023, Generasi Z merupakan kelompok demografis terbesar di Indonesia, dengan proporsi mencapai 27,94% dari total penduduk, atau setara dengan sekitar 75,49 juta jiwa. Secara umum, kelompok ini mencakup individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, yang saat ini banyak berada pada tahap pendidikan tinggi dan awal karier. Besarnya populasi Gen Z menjadikan mereka

sebagai segmen strategis dalam perekonomian nasional, baik dari sisi konsumsi, tenaga kerja, maupun potensi tabungan dan investasi di masa depan.

Gen Z dikenal sebagai generasi *digital native*, yang tumbuh dalam lingkungan yang terhubung dengan teknologi informasi, media sosial, dan akses cepat terhadap informasi keuangan. Kondisi ini memberikan peluang besar bagi peningkatan literasi keuangan melalui sumber digital, namun juga menghadirkan risiko perilaku konsumtif yang lebih tinggi akibat eksposur terhadap tren gaya hidup dan iklan *online*. Seperti dijelaskan oleh Pratama & Rahmawati (2022), karakteristik Gen Z yang adaptif terhadap teknologi sering kali diiringi oleh kecenderungan melakukan transaksi instan, pembelian impulsif, serta pemanfaatan layanan keuangan digital seperti *e-wallet* dan *paylater*.



Gambar 1. 2 Kebutuhan Bulanan Gen Z

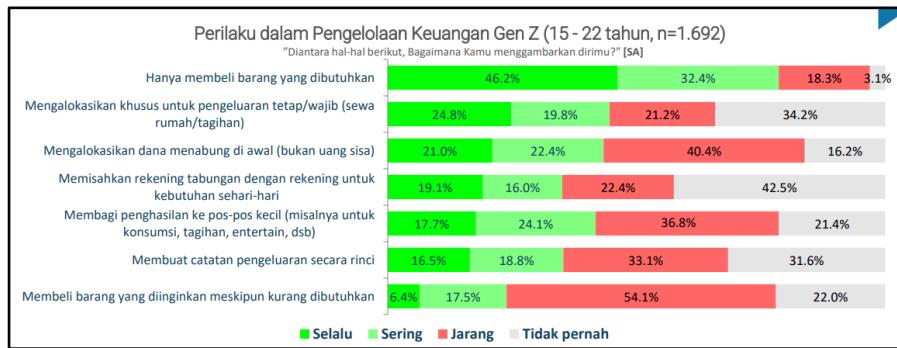
Sumber : Katadata *Insight Center*

Oleh karena itu, memahami perilaku keuangan dan kebiasaan menabung di kalangan Generasi Z menjadi penting, khususnya pada individu yang sedang berada pada fase pembentukan kemandirian finansial. Generasi Z memiliki karakteristik sebagai generasi yang tumbuh di tengah perkembangan teknologi digital, cenderung adaptif terhadap inovasi, memiliki tingkat akses informasi yang tinggi, serta terbiasa dengan kemudahan transaksi keuangan berbasis digital. Di sisi lain, karakteristik tersebut juga mendorong pola konsumsi yang lebih impulsif dan berorientasi pada kepuasan jangka pendek. Sebagai individu, Generasi Z

berperan sebagai konsumen aktif yang tidak hanya mengelola keuangan untuk kebutuhan sehari-hari, tetapi juga mulai dihadapkan pada keputusan menabung dan berinvestasi untuk masa depan.

Dalam konteks makro, perilaku keuangan Generasi Z memiliki implikasi yang signifikan terhadap stabilitas dan pertumbuhan ekonomi nasional. Rendahnya kebiasaan menabung dapat berdampak pada tingkat tabungan nasional yang berpengaruh terhadap ketersediaan dana investasi dan pembangunan ekonomi jangka panjang. Selain itu, perilaku investasi Generasi Z yang cenderung tertarik pada instrumen berisiko tinggi dan berbasis digital, seperti aset kripto dan investasi daring, menunjukkan adanya pergeseran preferensi investasi yang berpotensi memengaruhi struktur pasar keuangan di masa depan. Namun, meskipun peran menabung dan investasi sangat krusial, fakta di lapangan menunjukkan adanya kontradiksi antara pentingnya perencanaan keuangan dengan perilaku yang dijalankan oleh Generasi Z. Gaya hidup yang serba instan dan konsumtif sering kali menjadi prioritas, sehingga kebiasaan menabung sulit dipertahankan. Data dari Katadata Insight Center (2022) menunjukkan bahwa hanya sekitar 30% Generasi Z yang memiliki tabungan rutin, dengan pengeluaran yang didominasi oleh belanja komunikasi, bahan makanan, dan tagihan rutin, sementara alokasi untuk tabungan dan investasi masih berada pada prioritas yang relatif rendah. Kondisi ini menunjukkan perlunya pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku keuangan Generasi Z.

Data pada Gambar 1.3 berikut ini menunjukkan bahwa sebagian besar pengeluaran Generasi Z dialokasikan untuk kebutuhan konsumsi seperti komunikasi, transportasi, dan hiburan. Sementara itu, alokasi untuk tabungan dan investasi berada pada proporsi paling kecil dalam struktur pengeluaran bulanan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun Generasi Z memiliki akses informasi finansial yang luas melalui teknologi digital, kesadaran untuk menabung secara rutin masih tergolong rendah.



**Gambar 1. 3 Kebutuhan Bulanan Gen Z**

Sumber : *Katadata Insight Center (2022)*

Hasil survei Katadata Insight Center (2022) memperkuat temuan tersebut dengan menyebutkan bahwa 56,6% Gen Z di Indonesia jarang atau tidak pernah menabung, dan hanya sekitar 30% yang memiliki tabungan rutin. Fakta ini mengindikasikan bahwa kebiasaan menabung belum menjadi prioritas utama dalam pengelolaan keuangan mereka. Sebagian besar generasi muda lebih memilih untuk memenuhi kebutuhan jangka pendek yang bersifat konsumtif dibandingkan membangun kebiasaan finansial yang berorientasi pada masa depan. berbagai laporan nasional juga menunjukkan bahwa tantangan utama Gen Z dalam menabung dipengaruhi oleh faktor sosial dan gaya hidup digital. Kementerian Keuangan Republik Indonesia (2022) mencatat bahwa kebiasaan menabung masih sulit dilakukan oleh generasi muda karena rendahnya kesadaran perencanaan keuangan serta pengaruh media sosial yang kuat terhadap pola konsumsi. Hal ini sejalan dengan laporan dari Tempo (2024) yang menyebutkan bahwa perilaku *“buy now pay later”* dan kemudahan akses transaksi digital membuat Gen Z lebih rentan terhadap perilaku konsumtif. Selain itu, laporan Kompas (2024) menunjukkan bahwa sebagian besar anak muda memahami pentingnya menabung, tetapi belum mampu melakukannya secara konsisten. Kondisi ini memperlihatkan adanya kesenjangan antara pengetahuan finansial dan praktik keuangan aktual di kalangan generasi Z.

Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa tantangan keuangan generasi muda tidak hanya bersumber dari faktor individu, tetapi juga dari lingkungan sosial dan budaya digital yang membentuk pola konsumsi mereka.

Oleh karena itu, rendahnya kebiasaan menabung di kalangan Gen Z dapat menjadi indikator adanya kelemahan dalam kemampuan perencanaan keuangan pribadi. Fenomena tersebut dapat menjadi sinyal bahwa banyak Gen Z yang belum memiliki perencanaan keuangan yang matang. Gaya hidup digital yang serba cepat serta pengaruh media sosial memperkuat kecenderungan perilaku impulsif dalam pengeluaran. Kondisi tersebut semakin menegaskan pentingnya penguatan aspek literasi keuangan sebagai fondasi utama dalam membentuk perilaku menabung yang sehat dan berkelanjutan.

Untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi perilaku menabung (*saving behavior*) pada generasi Z, diperlukan kajian terhadap beberapa variabel yang diyakini berpengaruh secara langsung maupun tidak langsung terhadap literasi keuangan. Penelitian terdahulu oleh Alshebami dan Aldhyani (2022) yang berfokus pada mahasiswa di Arab Saudi menggunakan metode kuantitatif dengan model regresi untuk menganalisis hubungan antara berbagai faktor sosial terhadap literasi dan perilaku menabung. Penelitian tersebut melibatkan 220 responden generasi Z dan menemukan bahwa *financial education*, *peer influence*, *parental influence*, dan *self-control* merupakan empat faktor psikososial utama yang menentukan perilaku finansial seseorang. Hasil penelitian ini memberikan dasar konseptual penting bagi studi lanjutan yang berupaya meneliti hubungan serupa dalam konteks budaya dan ekonomi yang berbeda, termasuk di Indonesia.

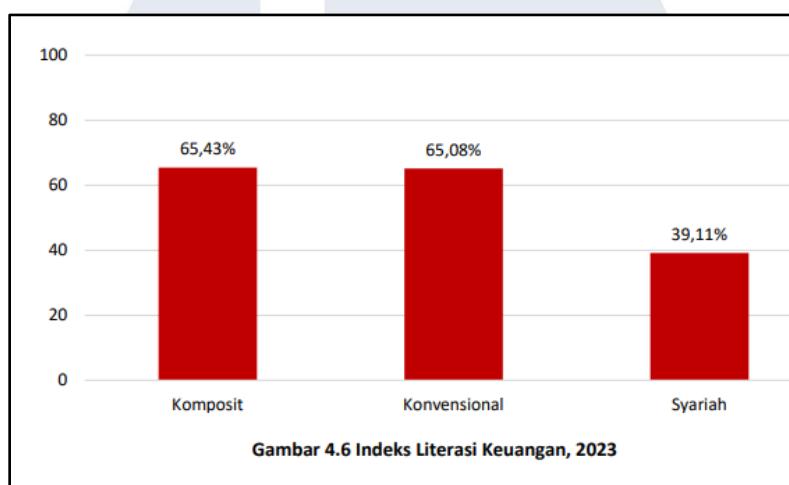
Salah satu faktor yang terbukti berpengaruh signifikan terhadap perilaku menabung (*saving behavior*) adalah tingkat pemahaman individu terhadap konsep keuangan atau yang dikenal sebagai *Financial literacy*. Menurut Lusardi dan Mitchell (2014), literasi keuangan menjadi elemen fundamental yang menentukan bagaimana seseorang merencanakan, mengelola, dan memanfaatkan sumber daya finansialnya secara efektif. Individu yang memiliki literasi keuangan yang baik cenderung lebih mampu membuat keputusan finansial yang rasional, termasuk dalam hal menabung dan berinvestasi. Sejalan dengan itu, penelitian oleh Potrich, Vieira, dan Kirch (2015) menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan, terutama dalam

konteks perencanaan dan kebiasaan menabung. Dengan demikian, tingkat pengetahuan dan pemahaman terhadap keuangan dapat dianggap sebagai determinan utama dari perilaku menabung di berbagai kelompok usia, termasuk generasi Z.

Setelah melihat pengaruh empiris literasi keuangan terhadap perilaku menabung, penting untuk memahami konsep literasi keuangan itu sendiri secara lebih mendalam. Literasi keuangan tidak hanya mencakup pengetahuan tentang produk dan layanan keuangan, tetapi juga mencerminkan kemampuan kognitif seseorang dalam mengelola sumber daya finansial secara bijak. Menurut Zait dan Bertea (2015), literasi keuangan didefinisikan sebagai kemampuan individu untuk memperoleh, memahami, dan menggunakan informasi keuangan secara efektif guna mengambil keputusan yang tepat. Individu dengan tingkat literasi keuangan yang baik tidak hanya memahami pentingnya menabung, tetapi juga memiliki kemampuan dalam merencanakan keuangan, mengatur pengeluaran, serta membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Dengan demikian, literasi keuangan berperan sebagai landasan kognitif yang memungkinkan individu mengembangkan perilaku finansial yang rasional dan bertanggung jawab.

Meskipun secara konseptual literasi keuangan memiliki peran penting dalam membentuk perilaku finansial yang sehat, tingkat literasi keuangan di berbagai negara masih menunjukkan kesenjangan yang cukup besar. Namun, data global menunjukkan bahwa kesenjangan literasi keuangan masih menjadi tantangan di berbagai negara. Menurut laporan OECD/INFE (2023), rata-rata tingkat literasi keuangan di negara-negara anggota OECD mencapai 71%, jauh lebih tinggi dibandingkan dengan negara-negara berkembang. Hal ini sejalan dengan temuan World Bank (Global Findex Database, 2021) yang menunjukkan bahwa hanya sekitar 39% penduduk muda berusia 15–24 tahun di negara berkembang yang memiliki rekening tabungan aktif. Sementara itu, Klapper, Lusardi, & Van Oudheusden (2015) juga mengungkapkan bahwa hanya 33% orang dewasa di seluruh dunia yang memiliki literasi keuangan yang baik, menandakan adanya disparitas besar antara negara maju dan berkembang.

Berdasarkan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2024 yang diselenggarakan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) bersama Badan Pusat Statistik (BPS), indeks literasi keuangan penduduk Indonesia tercatat sebesar 65,43% yang artinya dari 100 orang yang berusia 15-75 tahun hanya 65 orang yang terliterasi keuangan dengan baik (Well Literate). Angka ini menunjukkan kemajuan dibanding survei tahun 2022 (49,68%), namun masih menyisakan ruang besar untuk peningkatan, terutama di kalangan generasi muda yang menjadi tulang punggung ekonomi masa depan.



**Gambar 1. 4 Indeks Literasi Keuangan 2023**

Sumber : OJK.go.id

Kondisi ini penting untuk diperhatikan karena Generasi Z tumbuh di era digital dengan akses informasi yang sangat luas, namun di sisi lain juga dihadapkan pada godaan konsumsi impulsif yang lebih tinggi. Kesadaran literasi finansial yang rendah dapat berdampak pada rendahnya perilaku menabung dan tingginya kecenderungan berhutang, terutama melalui platform digital seperti *paylater* dan kredit *online*. Dengan demikian, tingkat literasi keuangan yang baik menjadi pondasi utama bagi seseorang dalam membentuk perilaku menabung yang sehat dan berkelanjutan. Namun, kemampuan literasi keuangan seseorang tidak muncul secara spontan, melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor eksternal dan internal seperti pendidikan keuangan yang diterima, lingkungan sosial, peran keluarga, serta kemampuan individu dalam mengendalikan diri

terhadap godaan konsumsi. Oleh karena itu, untuk memahami perilaku menabung Gen Z secara lebih komprehensif, perlu ditinjau bagaimana faktor-faktor tersebut berinteraksi dalam membentuk literasi keuangan dan keputusan finansial mereka.

Salah satu faktor eksternal yang berperan penting dalam membentuk literasi keuangan dan perilaku menabung seseorang adalah pendidikan keuangan (*financial education*). Pendidikan keuangan berfungsi sebagai sarana untuk membangun pengetahuan, sikap, dan keterampilan individu dalam mengelola sumber daya finansialnya secara bijak. Melalui pendidikan keuangan, seseorang dapat memahami konsep dasar seperti penganggaran, tabungan, investasi, dan pengendalian utang, sehingga mampu membuat keputusan ekonomi yang rasional. Menurut Huston (2010), pendidikan keuangan merupakan proses peningkatan pemahaman dan kemampuan seseorang dalam mengelola keuangan pribadi secara efektif, yang pada akhirnya dapat memengaruhi perilaku finansial jangka panjang.

Pentingnya pendidikan keuangan semakin relevan bagi generasi muda, terutama seseorang yang mulai mengelola keuangannya secara mandiri. Dalam konteks ini, pendidikan keuangan tidak hanya diperoleh dari bangku kuliah, tetapi juga melalui kegiatan nonformal seperti pelatihan, seminar, maupun media digital yang kini banyak menyediakan konten edukatif. Namun demikian, data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2022) menunjukkan bahwa hanya sekitar 29% masyarakat Indonesia yang pernah mengikuti pelatihan atau pendidikan keuangan formal, baik melalui sekolah maupun lembaga keuangan. Kondisi ini menandakan bahwa sebagian besar masyarakat, termasuk Gen Z yang di masa transisi menuju keandiran finansial masih belajar mengelola keuangan berdasarkan pengalaman pribadi atau pengaruh lingkungan sosial tanpa dasar pengetahuan yang kuat.

Sejumlah penelitian juga memperkuat hubungan antara pendidikan keuangan, literasi keuangan, dan perilaku menabung. Margaretha dan Pambudhi (2015) menemukan bahwa mahasiswa yang pernah mendapatkan pendidikan keuangan memiliki literasi keuangan lebih tinggi dan kecenderungan menabung yang lebih konsisten dibandingkan mereka yang tidak. Penelitian lain oleh Setiyani dan Solichah (2019) juga menunjukkan bahwa intervensi pendidikan

keuangan dapat meningkatkan kesadaran finansial dan mendorong perilaku menabung yang lebih disiplin di kalangan mahasiswa. Dengan demikian, pendidikan keuangan menjadi salah satu instrumen penting dalam membentuk generasi muda yang sadar finansial, mampu merencanakan masa depan, dan memiliki perilaku menabung yang sehat. Pemahaman ini akan berinteraksi dengan faktor sosial lainnya, seperti pengaruh teman sebaya (*peer influence*), yang juga turut memengaruhi cara Gen Z mengambil keputusan finansial.

Selain pendidikan keuangan, pengaruh teman sebaya (*peer influence*) juga menjadi salah satu faktor sosial yang cukup besar dalam membentuk perilaku finansial generasi Z. Lingkungan pertemanan sering kali menjadi tempat belajar pertama bagi generasi muda dalam mengatur keuangan, mengambil keputusan, serta menentukan prioritas finansial mereka. Menurut Bearden dan Etzel (1982), *peer influence* menggambarkan sejauh mana pandangan, kebiasaan, dan perilaku dari kelompok sosial dapat memengaruhi keputusan individu, termasuk dalam hal konsumsi dan menabung. Di era digital seperti sekarang, pengaruh teman sebaya tidak hanya datang dari interaksi langsung, tetapi juga melalui media sosial, di mana tren gaya hidup, belanja *online*, dan penggunaan aplikasi keuangan digital semakin mudah ditiru oleh kalangan muda yang beranjak dewasa seperti generasi Z.

Fenomena ini terlihat jelas di lingkungan lingkungan pertemanan Gen Z, di mana banyak dari mereka mengambil keputusan finansial berdasarkan gaya hidup teman-temannya. Misalnya, saat sebagian besar teman menggunakan sistem paylater atau mengikuti tren belanja tertentu, orang lain sering kali ikut terbawa suasana tanpa pertimbangan jangka panjang. Namun di sisi lain, pengaruh teman sebaya juga bisa bersifat positif apabila lingkungannya memiliki perilaku finansial yang sehat, seperti rajin menabung atau bijak dalam berbelanja. Penelitian oleh Rai, Dua, dan Yadav (2019) menunjukkan bahwa individu yang berinteraksi dengan teman sebaya yang memiliki literasi keuangan tinggi cenderung mengembangkan perilaku finansial yang lebih baik. Hal ini juga sering terlihat di kampus, di mana kelompok mahasiswa yang aktif berdiskusi tentang keuangan

atau investasi memiliki kesadaran finansial yang lebih tinggi dibandingkan yang tidak.

Penelitian di Indonesia oleh Sari dan Pratama (2021) turut memperkuat temuan tersebut, dengan hasil bahwa pengaruh teman sebaya memiliki hubungan positif dengan perilaku menabung mahasiswa. Seseorang yang berada dalam lingkungan sosial yang disiplin secara finansial cenderung meniru kebiasaan tersebut dalam keseharian mereka. Karena itu, pengaruh teman sebaya dapat menjadi kekuatan sosial yang memperkuat atau justru melemahkan perilaku keuangan yang sehat. Setelah memahami peran lingkungan sosial melalui teman sebaya, penting juga untuk melihat bagaimana peran keluarga dan pola asuh keuangan orang tua (*parental influence*) turut membentuk sikap serta kebiasaan finansial sejak dini.

Selain teman sebaya, orang tua juga memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk perilaku keuangan anak sejak dini. Pola asuh keuangan yang diterapkan di lingkungan keluarga menjadi fondasi awal bagi individu untuk memahami konsep uang, menabung, serta mengelola pengeluaran. Menurut Shim et al. (2010), keluarga merupakan institusi pertama yang memperkenalkan nilai-nilai keuangan kepada anak, baik secara langsung melalui nasihat dan contoh perilaku, maupun secara tidak langsung melalui pengamatan terhadap kebiasaan orang tua. Artinya, cara orang tua mengatur keuangan rumah tangga sering kali menjadi cerminan dan panutan bagi anak-anaknya.

Dalam konteks Gen Z, pengaruh orang tua terhadap perilaku finansial masih cukup kuat, meskipun sebagian besar sudah mulai memiliki penghasilan sendiri atau hidup lebih mandiri. Banyak Gen Z yang mengaku bahwa kebiasaan menabung mereka berasal dari ajaran keluarga, seperti nasihat untuk menyisihkan uang saku, menghindari utang konsumtif, atau membuat catatan pengeluaran harian. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dew dan Xiao (2011), yang menemukan bahwa dukungan dan komunikasi keuangan dari orang tua berpengaruh positif terhadap perilaku finansial anak muda. Begitu pula penelitian oleh Jorgensen dan Savla (2010), yang menunjukkan bahwa

keterlibatan orang tua dalam pendidikan keuangan anak mampu meningkatkan literasi keuangan dan kebiasaan menabung di usia remaja.

Di Indonesia, penelitian yang dilakukan oleh Lestari dan Rahmawati (2021) juga mengonfirmasi bahwa pengaruh orang tua memiliki hubungan positif terhadap perilaku menabung mahasiswa. Semakin tinggi tingkat komunikasi keuangan dalam keluarga, semakin besar kemungkinan anak memiliki perilaku finansial yang terencana dan bertanggung jawab. Hal ini menunjukkan bahwa keluarga berperan tidak hanya sebagai penyedia dukungan ekonomi, tetapi juga sebagai lingkungan pendidikan keuangan informal yang membentuk kebiasaan finansial jangka panjang. Karena itu, peran orang tua yang positif dalam pengelolaan keuangan dapat memperkuat efek pendidikan keuangan dan lingkungan sosial terhadap perilaku menabung kalangan muda seperti generasi Z. Namun demikian, untuk dapat mempertahankan perilaku keuangan yang sehat, dibutuhkan pula kemampuan individu dalam mengendalikan diri terhadap godaan konsumtif, yang dikenal dengan istilah *self-control*.

Faktor lain yang juga berpengaruh terhadap perilaku menabung Gen Z adalah pengendalian diri (*self-control*), yaitu kemampuan individu dalam menahan dorongan untuk melakukan pengeluaran yang bersifat impulsif dan tidak direncanakan. Menurut Tangney, Baumeister, dan Boone (2004), *self-control* adalah kapasitas seseorang untuk mengatur pikiran, emosi, dan tindakan agar selaras dengan tujuan jangka panjang. Dalam konteks keuangan, pengendalian diri sangat penting karena membantu individu menyeimbangkan antara keinginan untuk menikmati uang saat ini dengan kebutuhan untuk menabung demi masa depan. Gen Z dengan tingkat pengendalian diri yang tinggi biasanya lebih selektif dalam melakukan pembelian dan lebih konsisten dalam menyisihkan sebagian uang untuk tabungan.

Generasi Z yang hidup di era digital sering kali menghadapi tantangan besar dalam menjaga pengendalian diri, terutama karena kemudahan akses terhadap berbagai platform belanja *online* dan layanan paylater. Lingkungan digital yang serba cepat menciptakan budaya konsumsi instan yang mendorong

perilaku impulsif. Studi oleh Moffitt et al. (2011) menunjukkan bahwa *self-control* yang rendah berkorelasi dengan kebiasaan keuangan yang buruk, termasuk kecenderungan berutang dan rendahnya tingkat tabungan. Hal yang sama juga ditemukan dalam penelitian oleh Baumeister et al. (2007), di mana individu dengan kemampuan pengendalian diri yang baik cenderung memiliki perilaku keuangan yang lebih sehat dan tingkat kesejahteraan subjektif yang lebih tinggi.

Di Indonesia, penelitian oleh Widayastuti dan Puspitasari (2020) menunjukkan bahwa pengendalian diri memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku menabung mahasiswa. Gen Z dengan kemampuan menahan diri terhadap pengeluaran konsumtif lebih mampu mempertahankan keseimbangan finansialnya. Karena itu, *self-control* dapat dianggap sebagai pondasi internal yang melengkapi faktor-faktor eksternal seperti pendidikan keuangan, pengaruh teman sebaya, dan pengaruh orang tua dalam membentuk perilaku keuangan yang sehat. Pemahaman terhadap seluruh faktor ini menjadi penting untuk menjelaskan bagaimana *Financial literacy* berperan sebagai variabel mediasi yang menghubungkan keempat faktor tersebut dengan *financial saving behavior* Gen Z khususnya di wilayah Jabodetabek.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa perilaku menabung pada Gen Z tidak hanya ditentukan oleh satu faktor, melainkan oleh perpaduan antara faktor eksternal dan internal. Pendidikan keuangan, pengaruh teman sebaya, serta pola asuh keuangan dari orang tua berperan dalam membentuk pengetahuan dan kebiasaan finansial, sedangkan pengendalian diri berfungsi menjaga konsistensi perilaku keuangan yang sehat di tengah arus konsumsi digital yang semakin kuat. Keempat faktor tersebut saling berinteraksi dan memengaruhi tingkat literasi keuangan individu, yang pada akhirnya menentukan seberapa bijak generasi Z khususnya di wilayah Jabodetabek mengelola dan menyisihkan keuangannya. Karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh *financial education, peer influence, parental influence*, dan *self-control* terhadap

*saving behavior* dengan *Financial literacy* sebagai variabel mediasi pada Gen Z di Indonesia

## 1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Dalam uraian sebelumnya, dapat dilihat bahwa perilaku menabung pada Gen Z tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor saja, melainkan merupakan hasil dari interaksi berbagai aspek, baik dari luar maupun dari dalam diri individu. Faktor eksternal seperti pendidikan keuangan, pengaruh teman sebaya, dan peran orang tua menjadi landasan dalam membentuk pemahaman serta sikap seseorang terhadap pengelolaan keuangan. Sementara itu, faktor internal seperti pengendalian diri berperan penting dalam menjaga konsistensi perilaku keuangan tersebut. Perpaduan antara faktor-faktor tersebut pada akhirnya menentukan sejauh mana seseorang mampu mengembangkan literasi keuangan, yang kemudian berpengaruh terhadap perilaku menabung mereka. Oleh sebab itu, penting untuk memahami bagaimana setiap faktor saling berhubungan dan berkontribusi dalam membentuk perilaku keuangan Gen Z.

Selain itu, hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa keempat faktor tersebut memberikan pengaruh yang berbeda-beda terhadap literasi dan perilaku keuangan, bergantung pada konteks sosial dan budaya yang melingkapinya. Namun, dalam konteks Indonesia, khususnya pada Generasi Z, masih terbatas penelitian yang secara komprehensif mengkaji hubungan antara *financial education*, *peer influence*, *parental influence*, dan *self-control* terhadap *saving behavior* dengan *financial literacy* sebagai variabel mediasi. Pemilihan Generasi Z sebagai objek penelitian didasarkan pada temuan empiris yang telah dijelaskan pada latar belakang, yang menunjukkan bahwa meskipun Generasi Z memiliki tingkat akses informasi dan teknologi keuangan yang tinggi, tingkat kebiasaan menabung mereka masih relatif rendah. Data yang menunjukkan bahwa hanya sebagian kecil Generasi Z memiliki tabungan rutin, serta kecenderungan alokasi pengeluaran yang lebih besar pada konsumsi dibandingkan tabungan dan investasi, mengindikasikan adanya permasalahan perilaku menabung yang perlu diteliti lebih lanjut. Oleh karena itu, *saving behavior* Generasi Z menjadi fokus

penting dalam penelitian ini, karena perilaku keuangan yang terbentuk pada fase usia ini akan memengaruhi keputusan finansial jangka panjang individu serta berimplikasi pada tingkat tabungan dan stabilitas ekonomi di masa depan.

Dengan demikian, penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan tersebut melalui pengujian empiris terhadap pengaruh langsung maupun tidak langsung antarvariabel penelitian pada Generasi Z yang berdomisili di wilayah Jabodetabek. Oleh karena itu, pertanyaan penelitian yang akan dijawab dalam studi ini adalah:

1. Apakah *Financial Education* (Pendidikan Keuangan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Financial Literacy* (Literasi Keuangan) pada generasi Z?
2. Apakah *Peer Influence* (Pengaruh Teman Sebaya) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Financial Literacy* pada generasi Z?
3. Apakah *Parental Influence* (Pengaruh Orang Tua) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Financial Literacy* pada generasi Z?
4. Apakah *Self-Control* (Pengendalian Diri) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Financial Literacy* pada generasi Z?
5. Apakah *Financial Literacy* (Literasi Keuangan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Financial Saving Behavior* (Perilaku Menabung) pada generasi Z?
6. Apakah *Financial Literacy* memediasi hubungan antara *Financial Education* dan *Financial Saving Behavior* pada generasi Z?
7. Apakah *Financial Literacy* memediasi hubungan antara *Peer Influence* dan *Financial Saving Behavior* pada generasi Z?
8. Apakah *Financial Literacy* memediasi hubungan antara *Parental Influence* dan *Financial Saving Behavior* pada generasi Z?
9. Apakah *Financial Literacy* memediasi hubungan antara *Self-Control* dan *Financial Saving Behavior* pada generasi Z?

## 1.2 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh Pendidikan Keuangan (*Financial education*), Pengaruh Teman Sebaya (*Peer influence*), Pengaruh Orang Tua (*Parental influence*), dan Pengendalian Diri (*Self-control*) terhadap Perilaku Menabung (*Financial Saving behavior*) dengan Literasi Keuangan (*Financial literacy*) sebagai variabel mediasi pada generasi Z.

Secara lebih spesifik, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis pengaruh positif Pendidikan Keuangan terhadap Literasi Keuangan.
2. Menganalisis pengaruh Pengaruh positif Teman Sebaya terhadap Literasi Keuangan.
3. Menganalisis pengaruh Pengaruh positif Orang Tua terhadap Literasi Keuangan.
4. Menganalisis pengaruh positif Pengendalian Diri terhadap Literasi Keuangan.
5. Menganalisis pengaruh positif Literasi Keuangan terhadap Perilaku Menabung.
6. Menganalisis peran mediasi Literasi Keuangan dalam hubungan antara Pendidikan Keuangan dan Perilaku Menabung.
7. Menganalisis peran mediasi Literasi Keuangan dalam hubungan antara Pengaruh Teman Sebaya dan Perilaku Menabung.
8. Menganalisis peran mediasi Literasi Keuangan dalam hubungan antara Pengaruh Orang Tua dan Perilaku Menabung.
9. Menganalisis peran mediasi Literasi Keuangan dalam hubungan antara Pengendalian Diri dan Perilaku Menabung.

### 1.3 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditetapkan, yaitu menganalisis pengaruh *Financial education*, *Peer dan Parental influence*, serta *Self-control* terhadap *Financial Saving behavior* dengan *Financial literacy* sebagai variabel mediasi, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata. Hasil dari skripsi ini tidak hanya bertujuan untuk menambah khazanah ilmu pengetahuan, tetapi juga menawarkan wawasan praktis yang relevan bagi berbagai pihak. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut.

#### 1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini memperkaya literatur di bidang manajemen keuangan dan perilaku konsumen, khususnya dalam konteks Gen Z di Indonesia. Dengan menguji hubungan antara *Financial education*, *Peer dan Parental influence*, *Self-control*, serta *Financial Saving behavior* dengan mediasi *Financial literacy*, penelitian ini mengintegrasikan beberapa variabel penting ke dalam satu kerangka kerja yang komprehensif. Hal ini memberikan dasar yang kuat untuk studi di masa depan.

#### 1.4.2 Manfaat Praktis

- Bagi Generasi Z

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran Generasi Z terhadap pentingnya literasi keuangan dan kebiasaan menabung yang berkelanjutan. Dengan memahami bahwa faktor-faktor seperti *financial education*, *peer influence*, *parental influence*, dan *self-control* memiliki peran penting dalam membentuk perilaku menabung, Generasi Z diharapkan mampu mengelola keuangan secara lebih bijak, rasional, dan berorientasi pada perencanaan keuangan jangka panjang.

- Bagi Lembaga Pendidikan dan Pembuat Kebijakan

Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan praktis bagi institusi pendidikan dalam merancang program edukasi keuangan yang lebih relevan dengan karakteristik dan kebutuhan Generasi Z. Selain itu, bagi regulator dan pembuat kebijakan, temuan penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai dasar perumusan kebijakan dan program literasi keuangan nasional yang bertujuan mendorong peningkatan perilaku menabung serta ketahanan finansial generasi muda.

- Bagi Lembaga Keuangan, Sektor Investasi, dan *Fintech*

Penelitian ini memberikan wawasan empiris bagi lembaga keuangan, perbankan, perusahaan investasi, serta penyedia layanan financial technology (fintech) mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku menabung Generasi Z. Pemahaman ini dapat digunakan untuk menyesuaikan desain produk keuangan, investasi, dan layanan digital yang lebih sesuai dengan tingkat literasi keuangan, preferensi risiko, serta karakteristik perilaku finansial Generasi Z, sehingga meningkatkan efektivitas edukasi, pemasaran, dan inklusi keuangan.

- Bagi Pelaku Usaha dan Masyarakat Luas

Bagi pelaku usaha, khususnya sektor ritel dan bisnis berbasis konsumen, penelitian ini dapat membantu dalam memahami pola pengelolaan keuangan dan preferensi finansial Generasi Z. Secara lebih luas, penelitian ini berkontribusi dalam menciptakan ekosistem keuangan yang lebih sehat melalui peningkatan pemahaman mengenai pembentukan perilaku menabung, yang pada akhirnya mendukung stabilitas dan kesejahteraan ekonomi masyarakat secara berkelanjutan.

#### **1.4 Batasan Penelitian**

Penelitian ini memiliki beberapa batasan untuk menjaga fokus dan kejelasan ruang lingkup penelitian. (1) Penelitian ini hanya difokuskan pada Generasi Z berusia 16–28 tahun yang berdomisili di wilayah Jabodetabek,

sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan untuk seluruh Generasi Z di Indonesia. Pembatasan wilayah ini dilakukan dengan mempertimbangkan keterbatasan akses dalam pengumpulan data. (2) Penelitian ini hanya mengkaji pengaruh financial education, peer influence, parental influence, dan self-control terhadap saving behavior, dengan financial literacy sebagai variabel mediasi. Faktor-faktor lain yang berpotensi memengaruhi perilaku menabung, seperti tingkat pendapatan, status pekerjaan, dan kondisi sosial-ekonomi yang lebih rinci, tidak dibahas dalam penelitian ini. (3) yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui kuesioner dengan metode self-report, sehingga sangat bergantung pada persepsi dan kejujuran responden dalam menjawab setiap pernyataan.

Selain itu, penelitian ini tidak melakukan klasifikasi responden berdasarkan status aktivitas utama, seperti bekerja, menempuh pendidikan pada jenjang tertentu, maupun karakteristik ekonomi seperti tingkat pendapatan atau jumlah uang yang dimiliki per bulan. Oleh karena itu, analisis difokuskan pada hubungan antarvariabel utama tanpa mempertimbangkan perbedaan latar belakang ekonomi dan status aktivitas responden secara lebih rinci.

## 1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini disusun untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai isi dan alur pembahasan skripsi. Adapun sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

### BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab pertama, peneliti menjelaskan latar belakang masalah yang menjadi dasar dilaksanakannya penelitian ini, diikuti dengan rumusan masalah dalam bentuk pertanyaan penelitian yang akan diuji. Bab ini juga memaparkan tujuan penelitian, manfaat penelitian baik secara teoritis maupun praktis, serta batasan penelitian agar pembahasan tetap terarah dan fokus. Di bagian akhir, peneliti menjelaskan sistematika penulisan skripsi secara keseluruhan sebagai panduan dalam membaca isi penelitian ini.

## **BAB II: LANDASAN TEORI**

Bab kedua membahas teori-teori yang menjadi dasar dari penelitian ini, meliputi konsep dan definisi dari setiap variabel yang digunakan, yaitu *financial education*, *peer influence*, *parental influence*, *self-control*, *Financial literacy*, dan *saving behavior*. Selain itu, bab ini juga menguraikan teori pendukung seperti teori perilaku keuangan (*financial behavior theory*) yang menjadi landasan konseptual penelitian, hubungan antarvariabel, hasil penelitian terdahulu yang relevan, serta pengembangan hipotesis dan model penelitian yang digunakan sebagai acuan dalam analisis data.

## **BAB III: METODOLOGI PENELITIAN**

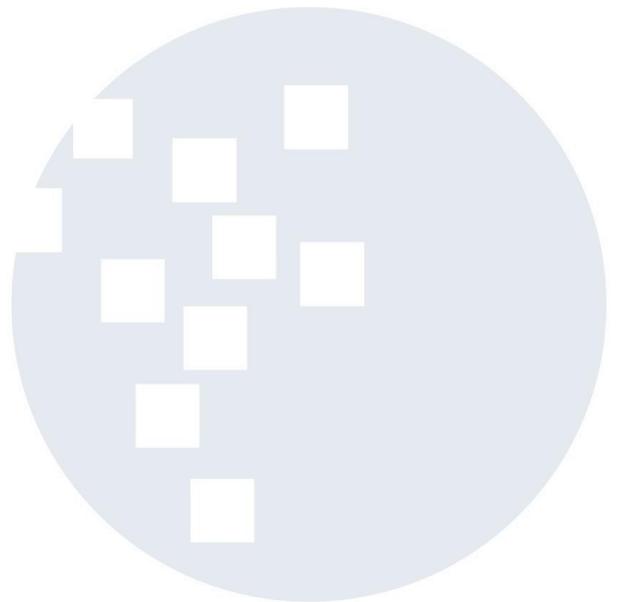
Bab ketiga menjelaskan metode yang digunakan dalam penelitian ini, mencakup desain penelitian, populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, serta metode pengumpulan data yang dilakukan dengan menyebarluaskan kuesioner kepada Gen Z di Indonesia yang terfokus di Jabodetabek. Bab ini juga memaparkan operasionalisasi variabel penelitian, yang terdiri dari variabel independen (*financial education*, *peer influence*, *parental influence*, dan *self-control*), variabel dependen (*saving behavior*), serta variabel mediasi (*Financial literacy*). Selain itu, bab ini menjelaskan teknik analisis data yang digunakan dengan bantuan perangkat lunak statistik untuk menguji validitas, reliabilitas, serta pengujian hipotesis penelitian.

## **BAB IV: ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Bab keempat menyajikan hasil pengolahan data yang telah dikumpulkan dan diuji berdasarkan metode pada bab sebelumnya. Pada bagian ini, peneliti menampilkan karakteristik responden, hasil analisis statistik, serta hasil pengujian hipotesis. Selanjutnya, hasil penelitian dibahas secara mendalam untuk melihat pengaruh antarvariabel, baik secara langsung maupun tidak langsung, serta mengaitkannya dengan teori dan temuan penelitian terdahulu.

## **BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab terakhir berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, yang menjawab rumusan masalah dan tujuan penelitian. Selain itu, peneliti juga memberikan saran yang ditujukan bagi Generasi Z, lembaga terkait, serta peneliti selanjutnya agar hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat praktis dan menjadi acuan untuk pengembangan penelitian di masa mendatang.



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA