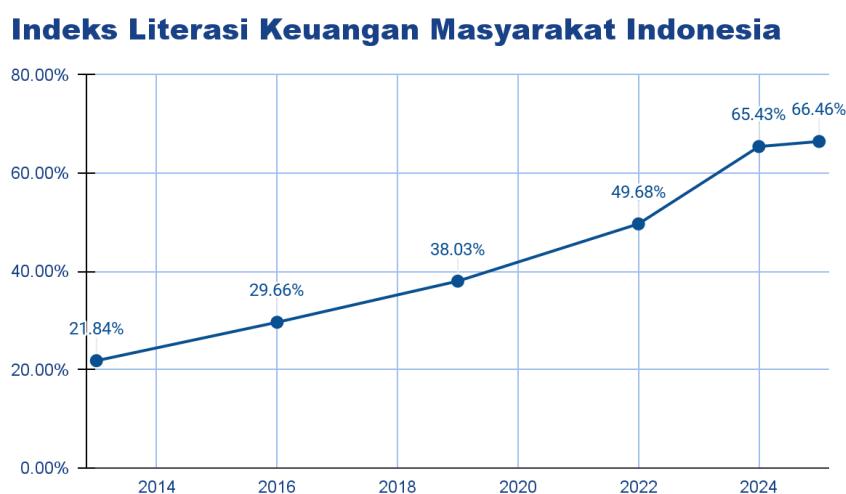


BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pengetahuan terkait pengelolaan keuangan dan kemampuan dalam mengambil keputusan finansial yang tepat semakin dirasa penting oleh masyarakat. Kesadaran ini sejalan dengan meningkatnya indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia dari tahun ke tahun. Berdasarkan hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) yang dilaksanakan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia meningkat secara signifikan dari hanya 21,84% pada tahun 2013 menjadi 66,46% pada tahun 2025. Peningkatan ini menunjukkan bahwa semakin banyak masyarakat yang memahami konsep dasar keuangan, produk keuangan, serta keterampilan dalam mengelola sumber daya finansial yang mereka miliki. Namun demikian, untuk memastikan bahwa peningkatan literasi ini bertransformasi secara nyata menjadi perilaku keuangan yang sehat, penting untuk memahami faktor-faktor psikologis yang mendasarinya, termasuk motivasi yang mendorong seorang individu dalam mengelola keuangan pribadinya.



Gambar 1.1 Indeks Literasi Keuangan Masyarakat Indonesia

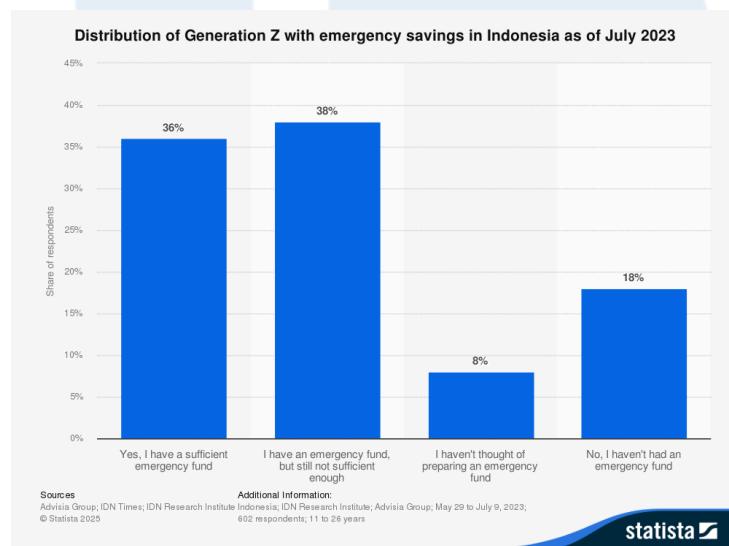
Dalam rangka menganalisis pengaruh antara motivasi dan pengelolaan keuangan, penelitian ini menerapkan *self-determination theory* (SDT). Teori tersebut sudah terlebih dahulu digunakan oleh Di Domenico et al. (2022) untuk meneliti terkait bagaimana konstruk motivasi memengaruhi perilaku keuangan pada orang dewasa berusia 30 - 50 tahun di Amerika. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa ada pengaruh positif antara motivasi otonom dengan karakteristik dan perilaku keuangan yang baik seperti kebiasaan menabung dan berinvestasi. Namun demikian, penelitian tersebut mengakui adanya limitasi yang dapat dikategorikan sebagai “*population gap*” karena hasil yang diperoleh masih terbatas pada konteks geografis dan demografis tertentu. Penelitian tersebut menekankan perlunya eksplorasi lebih lanjut di negara-negara lain dengan melibatkan subjek penelitian dari berbagai kelompok usia.

Sebagai bentuk kontribusi untuk mengisi celah penelitian tersebut, penelitian ini berfokus pada kelompok usia remaja hingga dewasa yang tergolong sebagai Generasi Z di Indonesia. Menurut Direktorat Jenderal Kekayaan Negara (DJKN), masyarakat yang termasuk dalam kelompok Generasi Z lahir pada periode 1997 hingga 2012. Masyarakat pada kelompok usia tersebut menarik untuk dikaji karena umumnya masih menempuh pendidikan, sedang bertransisi ke dunia kerja, dan sedang berusaha menentukan gaya hidup yang sesuai.



Gambar 1.2 Kebiasaan Menabung Antar Generasi

Data dari Indonesia Consumer Finance Report 2023 yang dipublikasikan oleh Lembaga Management FEB UI dan tSurvey juga menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki proporsi tertinggi dalam kebiasaan menabung secara berkala (46,45%) dibandingkan Generasi X (23,72%) dan Generasi Y/Millenial (29,83%). Hal ini menandakan bahwa meskipun masih berusia relatif muda, Generasi Z telah menunjukkan perilaku finansial yang lebih disiplin dalam hal menyisihkan pendapatan mereka untuk tabungan.

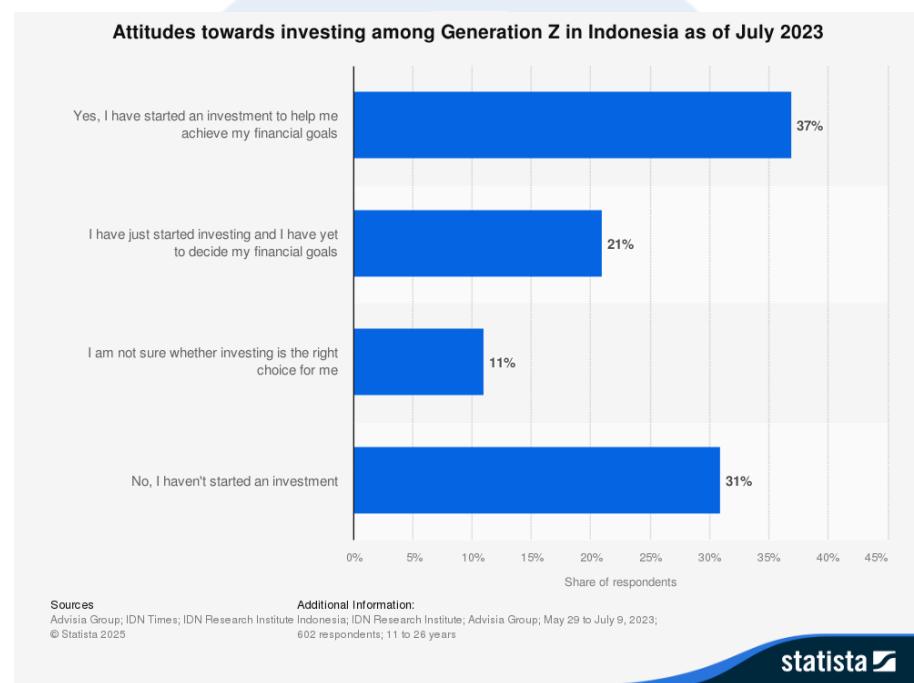


Gambar 1.3 Distribusi Kepemilikan Dana Darurat Generasi Z

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh IDN Research Institute (2023), distribusi Generasi Z di Indonesia terkait kepemilikan dana darurat menunjukkan hasil yang menarik. Sebanyak 36% responden menyatakan telah memiliki dana darurat yang mencukupi, sementara 38% lainnya memiliki dana darurat namun masih belum mencukupi. Hal ini berarti lebih dari tiga perempat (74%) Generasi Z telah memiliki kesadaran mengenai pentingnya dana darurat sebagai bagian dari perencanaan keuangan pribadi. Namun demikian, sebagian besar di antaranya masih menghadapi kesulitan untuk mencapai jumlah dana darurat yang ideal.

Di sisi lain, terdapat 18% responden yang sama sekali belum memiliki dana darurat, dan bahkan 8% responden belum pernah memikirkan untuk mempersiapkan dana darurat. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun

kesadaran finansial Generasi Z relatif tinggi, terdapat kesenjangan antara pengetahuan dan praktik keuangan nyata yang mereka lakukan. Faktor-faktor seperti keterbatasan pendapatan, gaya hidup konsumtif, serta minimnya perencanaan jangka panjang dapat menjadi penyebab utama kesenjangan tersebut.



Gambar 1.4 Kebiasaan Berinvestasi di Kalangan Generasi Z

Melalui survei yang sama, didapati bahwa Generasi Z di Indonesia menunjukkan sikap yang bervariasi dalam hal berinvestasi. Sebanyak 37% responden menyatakan sudah memulai investasi dengan tujuan untuk mencapai target finansial mereka. Hal ini mencerminkan adanya kesadaran yang cukup tinggi di kalangan Generasi Z mengenai pentingnya investasi sebagai sarana untuk perencanaan keuangan jangka panjang.

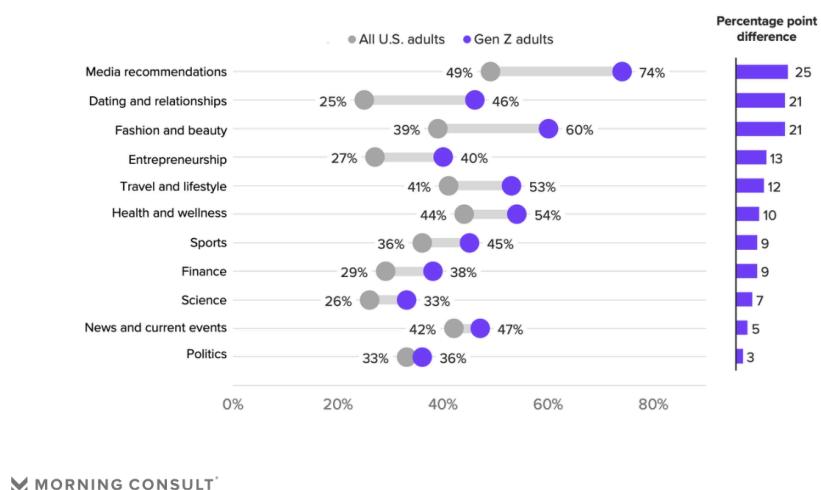
Sementara itu, 21% responden mengaku sudah mulai berinvestasi namun belum memiliki tujuan finansial yang jelas. Temuan ini mengindikasikan adanya antusiasme terhadap investasi, tetapi belum diimbangi dengan perencanaan yang matang. Kondisi ini bisa menjadi cerminan bahwa sebagian Generasi Z masih

berada pada tahap eksplorasi dalam memahami manfaat dan strategi investasi yang tepat.

Di sisi lain, terdapat 31% responden yang belum pernah memulai investasi sama sekali. Proporsi ini menunjukkan bahwa meskipun akses terhadap investasi semakin mudah, masih terdapat hambatan berupa keterbatasan modal, kurangnya literasi investasi, atau tingkat kepercayaan yang rendah terhadap instrumen keuangan. Selain itu, 11% responden menyatakan ragu apakah investasi merupakan pilihan yang tepat bagi mereka, yang menandakan adanya keimbangan akibat persepsi risiko maupun keterbatasan pengetahuan. Meski begitu, karena mayoritas responden dalam survei tersebut sudah mulai berinvestasi, dapat disimpulkan bahwa Generasi Z sudah membangun kebiasaan yang mengarah pada perilaku keuangan yang sehat.

Gen Zers Are Turning to Influencers for Information in Large Numbers

Shares who said they seek out information from social media influencers or content creators on the following topics:



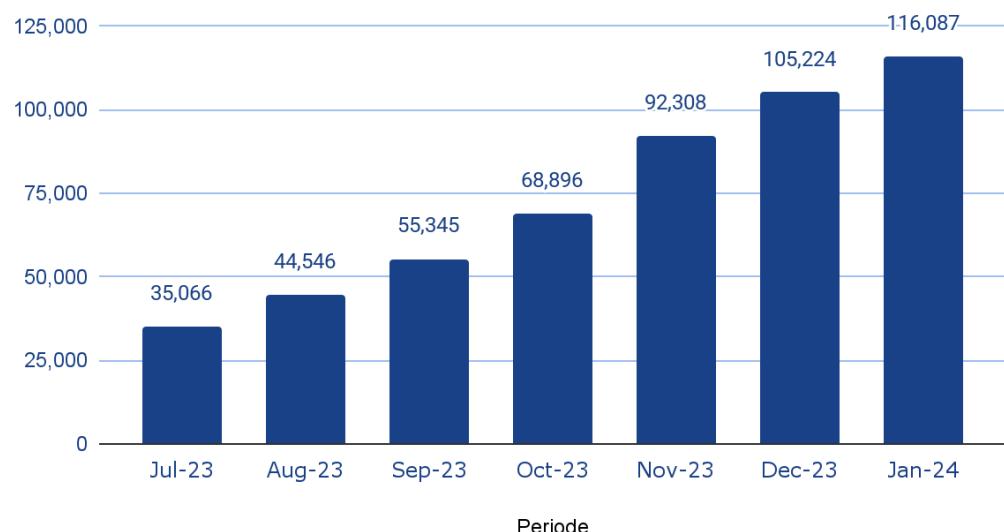
MORNING CONSULT

Survey conducted Aug. 9-10, 2024 among a representative sample of 2,202 U.S. adults with an unweighted margin of error of +/- 2 percentage points.

Gambar 1.5 Peran Influencer dalam Persebaran Informasi di Kalangan Generasi Z

Terdapat beberapa faktor yang memengaruhi terbentuknya perilaku keuangan yang positif di kalangan Generasi Z. Informasi keuangan yang disebarluaskan oleh *influencers* melalui media sosial membawa dampak yang signifikan terhadap pengambilan keputusan keuangan Generasi Z (Umakanth et al., 2025). Hasil survei yang diselenggarakan oleh Morning Consult pada 2024 menunjukkan bahwa 38% dari responden Gen Z dewasa mengaku mencari informasi terkait keuangan dari *content creators* di media sosial.

Tren Jumlah Pengguna IDX Mobile

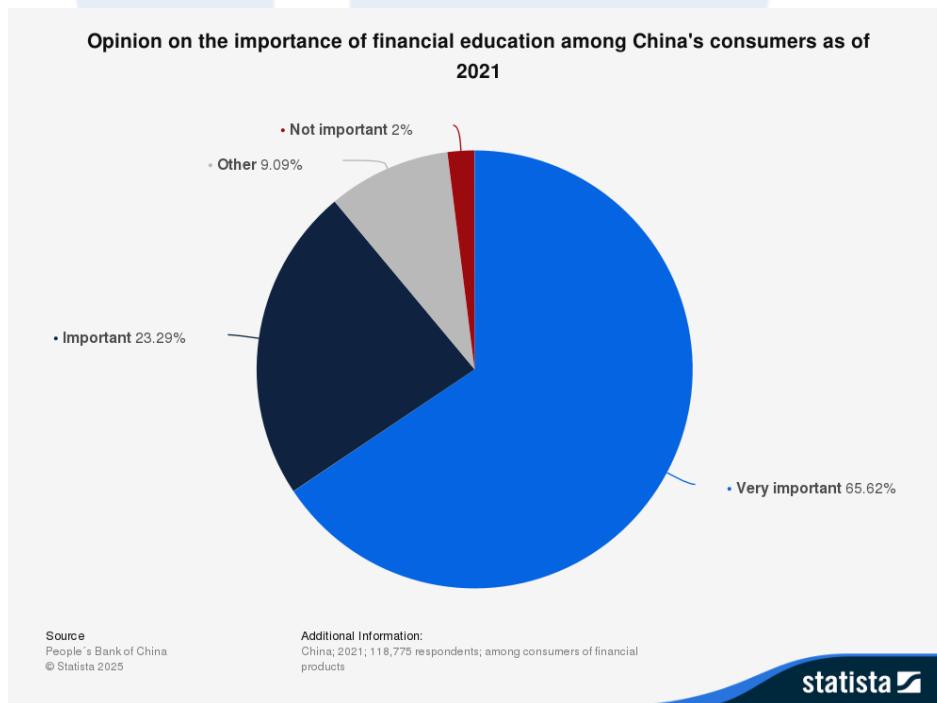


Gambar 1.6 Tren Jumlah Pengguna IDX Mobile

Selain itu, kebiasaan berinvestasi di kalangan Generasi Z juga didukung oleh kemudahan akses yang ditawarkan aplikasi pendukung kegiatan investasi. Menurut data yang diperoleh Bursa Efek Indonesia pada Januari 2024, pengguna aplikasi IDX Mobile telah mencapai 116.000 orang sejak diluncurkan pada 13 Juli 2023. Sebanyak hampir 70 ribu atau 60% dari total pengguna aplikasi berasal dari kalangan Generasi Z dan 34 ribu atau sekitar 29% pengguna berasal dari Generasi Millennial. Melalui aplikasi ini, pengguna dapat mengakses informasi dan edukasi terkait pasar modal, memantau pergerakan pasar modal secara *real-time*, hingga melakukan *virtual trading*. Menurut Gayatri & Kurniawan (2024), penggunaan

aplikasi investasi oleh Generasi Z dan Millennial, khususnya untuk berinvestasi pada produk reksa dana, dipengaruhi oleh persepsi kegunaan, kemudahan, tingkat kepercayaan, persepsi risiko, dan literasi teknologi.

Integrasi pengetahuan dan literasi keuangan dalam lingkungan pendidikan juga mendorong perilaku keuangan yang lebih baik. Program pendidikan keuangan secara umum berhasil meningkatkan kualitas pengetahuan keuangan dan perilaku keuangan di masa mendatang dalam konteks ekonomi (Kaiser et al., 2020). Pendidikan keuangan yang ditanamkan di sekolah juga terbukti secara signifikan meningkatkan literasi keuangan di kalangan pelajar dan menyebabkan perubahan langsung dalam perilaku keuangan jangka panjang (Frisancho, 2022).



Gambar 1.7 Opini terhadap Pentingnya Edukasi Finansial

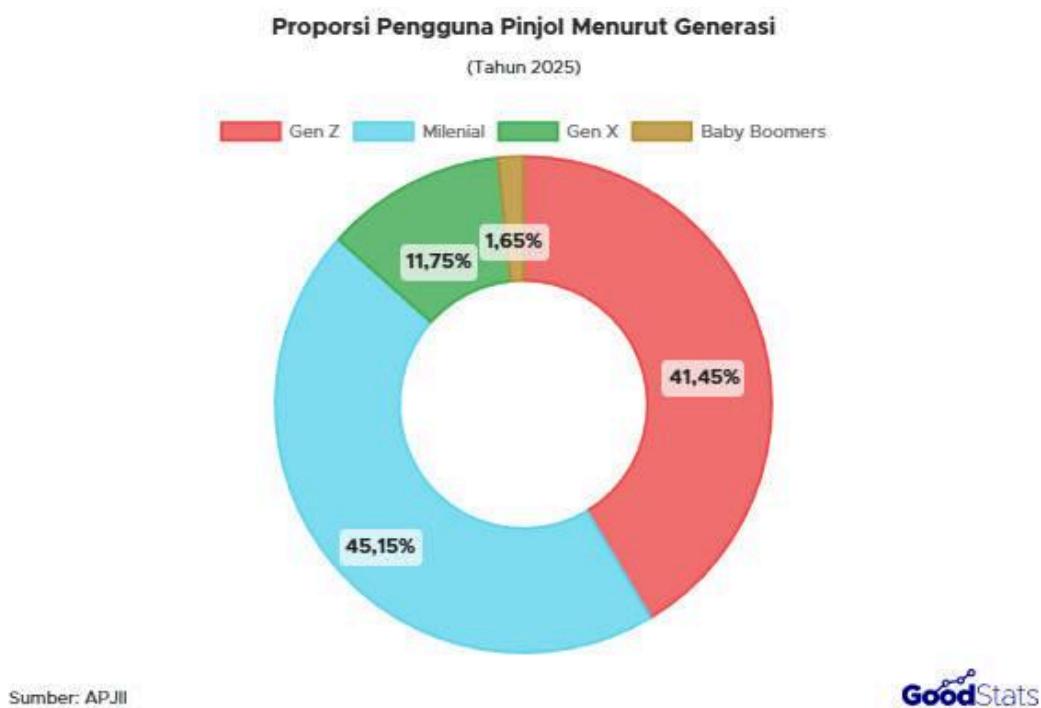
Menurut hasil survei oleh People's Bank of China pada 2021 yang melibatkan 118.775 responden, sebanyak 65,62% di antaranya setuju bahwa edukasi finansial sangat penting bagi mereka. Hal ini menunjukkan bahwa seiring berkembangnya zaman, masyarakat semakin sadar akan peran pengetahuan keuangan dalam kehidupan sehari-hari. Data tersebut juga

mengindikasikan bagaimana edukasi finansial semakin terintegrasi dengan sistem pendidikan saat ini.

Meskipun beberapa data diperoleh dalam konteks internasional, temuan-temuan tersebut mewakili tren global terkait perilaku dan preferensi Generasi Z sebagai bagian dari masyarakat modern dalam mengakses informasi keuangan serta meningkatnya kesadaran akan pentingnya edukasi finansial. Tren global ini relevan untuk dikaji lebih lanjut dalam konteks masyarakat Indonesia, mengingat karakteristik Generasi Z yang relatif seragam dan tingginya penetrasi teknologi serta media sosial di Indonesia.

Di sisi lain, informasi keuangan yang semakin luas, dukungan teknologi yang memadai, serta tingkat kesadaran yang semakin tinggi terhadap pentingnya edukasi finansial tidak serta-merta menjamin terbentuknya perilaku keuangan yang sepenuhnya sehat. Kemudahan akses terhadap layanan keuangan digital tidak hanya membuka peluang bagi peningkatan literasi dan partisipasi keuangan, tetapi juga menghadirkan risiko baru dalam pengelolaan keuangan pribadi. Salah satu risiko tersebut adalah meningkatnya kecenderungan perilaku konsumtif dan pengeluaran berlebih (*overspending*), yang didorong oleh kemudahan akses terhadap produk kredit digital seperti pinjaman online dan layanan *paylater*. Oleh karena itu, untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai perilaku keuangan Generasi Z, penting untuk tidak hanya menyoroti faktor-faktor yang mendukung perilaku keuangan positif, tetapi juga meninjau fenomena *overspending* yang masih menjadi tantangan dalam praktik pengelolaan keuangan sehari-hari.

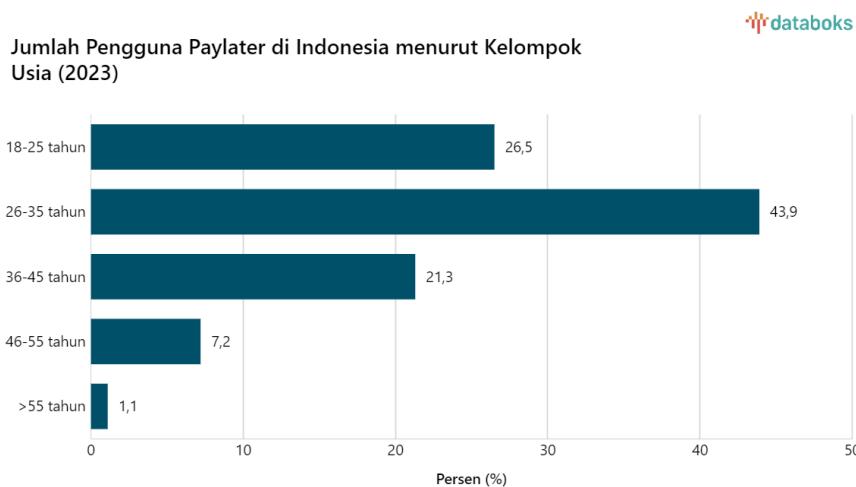
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 1.8 Proporsi Pengguna Pinjaman Online Menurut Generasi

Berdasarkan data yang dipublikasikan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2025, mayoritas pengguna pinjaman online di Indonesia berasal dari kelompok masyarakat usia muda. Generasi Milenial mendominasi dengan proporsi sekitar 45,15%, diikuti oleh Generasi Z sebesar 41,45%, sementara Generasi X dan Baby Boomers masing-masing hanya menyumbang 11,75% dan 1,65%.

Tingginya proporsi Generasi Z sebagai pengguna pinjaman *online* menunjukkan bahwa kelompok usia ini memiliki tingkat keterpaparan yang tinggi terhadap produk kredit jangka pendek berbasis digital. Karakteristik pinjaman online yang menawarkan proses cepat, persyaratan mudah, dan akses instan berpotensi mendorong perilaku konsumtif yang tidak disertai dengan perencanaan keuangan yang matang. Kondisi ini mengindikasikan adanya kecenderungan *overspending*, terutama apabila penggunaan pinjaman dilakukan untuk memenuhi kebutuhan konsumtif dan bukan kebutuhan produktif.



Sumber:
Kredivo
Katadata Insight Center (KIC)

Informasi Lain:

Gambar 1.9 Proporsi Pengguna Layanan *Paylater* Menurut Kelompok Usia

Temuan serupa juga didapati dalam survei kolaborasi antara Kredivo dengan Katadata Insight Center (KIC) pada tahun 2023 terkait penggunaan layanan *paylater* di Indonesia. Kelompok usia 18–25 tahun yang sebagian besar termasuk dalam kategori Generasi Z menunjukkan proporsi sebesar 26,5% dari total pengguna *paylater*, sementara kelompok usia 26–35 tahun mendominasi dengan proporsi sebesar 43,9%.

Meskipun proporsi Generasi Z tidak sebesar kelompok usia 26–35 tahun, angka tersebut tetap menunjukkan bahwa layanan *paylater* telah menjadi bagian signifikan dari perilaku konsumsi Generasi Z. Konsep *buy now, pay later* memungkinkan individu untuk melakukan konsumsi tanpa pembayaran langsung, yang berpotensi melemahkan kontrol pengeluaran apabila tidak diimbangi dengan kesadaran finansial dan pengelolaan anggaran yang baik.

Secara keseluruhan, data pinjaman *online* dan *paylater* tersebut mengindikasikan bahwa Generasi Z berada pada posisi yang rentan terhadap perilaku *overspending*, meskipun di sisi lain mereka juga menunjukkan kecenderungan perilaku keuangan yang relatif sehat seperti menabung dan berinvestasi. Fenomena ini mencerminkan adanya dualitas perilaku keuangan,

di mana akses terhadap edukasi dan layanan keuangan dapat menjadi peluang sekaligus risiko bagi kondisi keuangan individu. Oleh sebab itu, perilaku keuangan Generasi Z tidak dapat dipahami secara parsial hanya dari sisi praktik keuangan yang sehat, tetapi juga perlu dilihat dari potensi perilaku yang berisiko. Oleh karena itu, penelitian ini membedakan perilaku keuangan pribadi ke dalam dua dimensi utama, yaitu perilaku keuangan positif yang direpresentasikan oleh variabel *saving & investing* serta perilaku keuangan negatif yang diwakili oleh variabel *overspending*.

Mengacu pada data-data yang disajikan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa Generasi Z merupakan kelompok dengan potensi finansial yang besar, sehingga menarik untuk dijadikan sebagai subjek penelitian yang relevan, khususnya terkait bagaimana motivasi memengaruhi perilaku keuangan pribadi mereka melalui peran mediasi kesadaran finansial. Penelitian ini memberikan kebaruan dengan dilakukannya survei pada *setting* yang secara khusus melibatkan golongan masyarakat pada usia remaja hingga dewasa muda, yakni Generasi Z di Indonesia, untuk mengkaji pengaruh motivasi berdasarkan *Self-Determination Theory* terhadap perilaku keuangan pribadi pada golongan tersebut. Selain *population gap*, penelitian ini juga memenuhi *theoretical gap* melalui penggunaan variabel kesadaran finansial atau *financial self-awareness* (FSA) sebagai variabel mediasi. Pada jurnal acuan utama, *financial self-awareness* (FSA) diposisikan sebagai variabel dependen yang merupakan bagian dari Perilaku Keuangan (*Financial Behavior*). Penelitian ini akan menguji apakah *financial self-awareness* dapat berfungsi sebagai penghubung yang relevan antara *autonomous motivation* (motivasi otonom), *controlled motivation* (motivasi terkendali), dan *amotivation* (amotivasi) terhadap perilaku keuangan pribadi yang diwujudkan melalui *saving & investing* (kebiasaan menabung dan berinvestasi) serta *overspending* (perilaku belanja berlebihan).

1.2. Rumusan Masalah

Pengelolaan keuangan pribadi menjadi aspek penting dalam mencapai stabilitas finansial jangka panjang. Generasi Z, yang lahir dalam era digital dengan paparan teknologi dan informasi finansial yang sangat tinggi, memiliki karakteristik yang menarik dalam mengambil keputusan keuangan. Namun, penelitian mengenai motivasi Gen Z dalam mengelola keuangan pribadi, khususnya dengan menggunakan kerangka Self-Determination Theory (SDT), masih terbatas. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji faktor-faktor motivasi yang mendorong maupun menghambat mereka dalam mengelola keuangan secara bijak. Untuk mengidentifikasi masalah lebih lanjut, penulis menuangkan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *autonomous motivation* terhadap *financial self-awareness* pada Generasi Z?
2. Bagaimana pengaruh *controlled motivation* terhadap *financial self-awareness* pada Generasi Z?
3. Bagaimana pengaruh *amotivation* terhadap *financial self-awareness* pada Generasi Z?
4. Bagaimana pengaruh *financial self-awareness* terhadap *saving & investing* pada Generasi Z?
5. Bagaimana pengaruh *financial self-awareness* terhadap *overspending* pada Generasi Z?
6. Apakah *financial self-awareness* memediasi pengaruh *autonomous motivation* terhadap *saving & investing* pada Generasi Z?
7. Apakah *financial self-awareness* memediasi pengaruh *autonomous motivation* terhadap *overspending* pada Generasi Z?
8. Apakah *financial self-awareness* memediasi pengaruh *controlled motivation* terhadap *saving & investing* pada Generasi Z?
9. Apakah *financial self-awareness* memediasi pengaruh *controlled motivation* terhadap *overspending* pada Generasi Z?
10. Apakah *financial self-awareness* memediasi pengaruh *amotivation* terhadap *Saving & Investing* pada Generasi Z?

11. Apakah *financial self-awareness* memediasi pengaruh *amotivation* terhadap *overspending* pada Generasi Z?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Menganalisis pengaruh *autonomous motivation* terhadap *financial self-awareness* pada Generasi Z.
2. Menganalisis pengaruh *controlled motivation* terhadap *financial self-awareness* pada Generasi Z.
3. Menganalisis pengaruh *amotivation* terhadap *financial self-awareness* pada Generasi Z.
4. Menilai pengaruh *financial self-awareness* terhadap *saving & investing* pada Generasi Z.
5. Menilai pengaruh *financial self-awareness* terhadap *overspending* pada Generasi Z.
6. Menguji peran *financial self-awareness* sebagai mediator dalam pengaruh *autonomous motivation* terhadap *saving & investing* pada Generasi Z.
7. Menguji peran *financial self-awareness* sebagai mediator dalam pengaruh *autonomous motivation* terhadap *overspending* pada Generasi Z.
8. Menguji peran *financial self-awareness* sebagai mediator dalam pengaruh *controlled motivation* terhadap *saving & investing* pada Generasi Z.
9. Menguji peran *financial self-awareness* sebagai mediator dalam pengaruh *controlled motivation* terhadap *overspending* pada Generasi Z.
10. Menguji peran *financial self-awareness* sebagai mediator dalam pengaruh *amotivation* terhadap *saving & investing* pada Generasi Z.
11. Menguji peran *financial self-awareness* sebagai mediator dalam pengaruh *amotivation* terhadap *overspending* pada Generasi Z.

1.4. Manfaat Penelitian

Mengacu pada tujuan penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya, berikut merupakan manfaat yang diharapkan untuk diperoleh melalui penelitian ini.

1. Manfaat akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur di bidang manajemen keuangan, khususnya yang berkaitan dengan perilaku keuangan generasi muda di Indonesia. Hasil penelitian ini dapat memperkaya kajian mengenai *Behavioral Finance* dan *Financial Decision-Making* berdasarkan pendekatan generasi. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi akademisi dan mahasiswa yang tertarik meneliti topik serupa di masa mendatang.

2. Manfaat praktis bagi pemerintah dan lembaga keuangan

Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan strategis bagi pemerintah dan lembaga keuangan seperti Bank Indonesia, Bursa Efek Indonesia, dan Sekuritas dalam merancang regulasi, program edukasi, penyebaran informasi terkait produk keuangan, dan penyediaan layanan keuangan yang lebih sesuai dengan karakteristik dan motivasi generasi muda.

3. Manfaat praktis bagi lembaga pendidikan

Temuan penelitian ini dapat memberi manfaat bagi lembaga pendidikan, khususnya sekolah menengah dan perguruan tinggi, sebagai dasar untuk mengembangkan kurikulum dan kegiatan pembelajaran berbasis literasi keuangan. Pemahaman terhadap karakteristik motivasi Gen Z memungkinkan lembaga edukasi untuk merancang metode pengajaran yang lebih kontekstual dan aplikatif, sehingga mendorong siswa atau mahasiswa untuk memiliki kesadaran finansial yang lebih kuat.

4. Manfaat praktis bagi masyarakat secara umum

Bagi masyarakat, penelitian ini dapat menjadi sumber wawasan untuk memahami bagaimana motivasi memengaruhi perilaku keuangan pribadi sehingga mereka dapat mengembangkan kebiasaan keuangan yang lebih bijak, seperti mempersiapkan dana darurat, menabung secara konsisten, dan merencanakan investasi yang bermanfaat untuk masa mendatang.

1.5. Batasan Penelitian

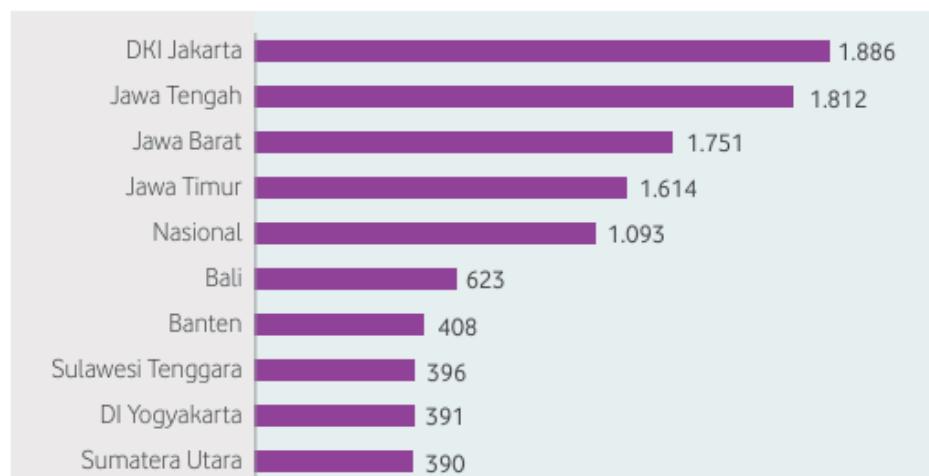
Peneliti menetapkan batasan dalam penelitian ini agar pembahasan tetap terarah dan hasil penelitian selaras dengan tujuan yang telah dirancang. Adapun batasan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Penelitian ini hanya difokuskan pada Generasi Z sebagai subjek penelitian, yakni golongan masyarakat yang lahir pada tahun 1997–2012. Namun demikian, karena penelitian ini akan turut membahas terkait perilaku berinvestasi, subjek penelitian harus berusia minimal 17 tahun. Hal ini sesuai dengan syarat melakukan transaksi di Bursa Efek Indonesia yakni memiliki Rekening Dana Nasabah (RDN). Menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor 3/10/PBI/2001 tentang Penerapan Prinsip Mengenal Nasabah, untuk dapat membuka rekening di suatu Bank, calon nasabah harus memiliki dokumen berupa Kartu Tanda Penduduk (KTP), Surat Izin Mengemudi (SIM) atau paspor yang valid untuk pemeriksaan identitas oleh pihak Bank. Oleh karena itu, subjek yang terlibat dalam penelitian ini dikerucutkan kembali menjadi Generasi Z yang berusia 17 - 28 tahun atau yang lahir pada tahun 1997 hingga 2008.
2. Fokus penelitian terletak pada motivasi dalam pengelolaan keuangan pribadi berdasarkan kerangka Self-Determination Theory (SDT) yang terdiri dari *autonomous motivation*, *controlled motivation*, dan *amotivation* yang berperan sebagai variabel independen.
3. Variabel lain yang dapat memengaruhi perilaku keuangan (misalnya faktor sosial, ekonomi makro, atau budaya) tidak dibahas secara mendalam.

4. Variabel mediasi yang diuji dalam penelitian ini adalah *financial self-awareness* (kesadaran finansial).
5. Variabel dependen yang diuji dalam penelitian ini meliputi *saving* & *investing* (kebiasaan menabung dan berinvestasi) dan *overspending* (perilaku belanja berlebihan).
6. Data dikumpulkan melalui kuesioner berupa Google Form yang dibagikan secara daring kepada responden Generasi Z di Indonesia, khususnya Pulau Jawa.

5.2.2 Evaluasi Persebaran Kegiatan dalam Rangka Meningkatkan Literasi Keuangan

Grafik 5.6 Persebaran Kegiatan Literasi dan Edukasi Keuangan Tahun 2018 – 2020



Gambar 1.10 Persebaran Kegiatan Literasi dan Edukasi Keuangan Tahun 2018 - 2020

Peneliti memilih subjek penelitian yang berdomisili di Pulau Jawa karena menurut publikasi Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) 2021 - 2025, kegiatan edukasi keuangan sepanjang tahun 2018-2020 masih terpusat di provinsi-provinsi yang terletak di Pulau Jawa dengan 7.862 kegiatan. Oleh sebab itu, peneliti berasumsi bahwa pembentukan *autonomous motivation* maupun *controlled motivation* dalam

- konteks perilaku keuangan akan lebih signifikan pada masyarakat yang berdomisili di wilayah tersebut.
7. Penelitian dilaksanakan pada periode September 2025 hingga Desember 2025.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini, peneliti memaparkan fenomena yang menjadi latar belakang dilakukannya penelitian, rumusan masalah dan pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, batasan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan dalam laporan penelitian berupa skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini, peneliti mengelaborasi teori-teori yang menjadi dasar dari penelitian dan teori yang mendukung variabel-variabel yang diuji. Selain itu, dalam bab ini peneliti juga menjabarkan penelitian terdahulu beserta hasil yang diperoleh, model penelitian, dan hipotesis yang akan dibuktikan melalui penelitian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

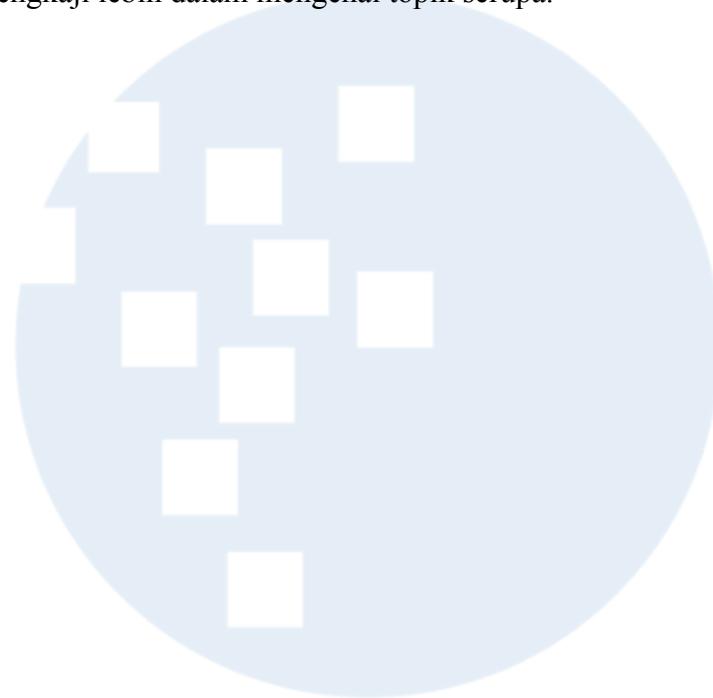
Dalam bab ini, peneliti mengemukakan gambaran umum mengenai objek penelitian, desain penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengambilan sampel, variabel penelitian, definisi operasional, dan teknik analisis data yang diaplikasikan dalam penelitian ini.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, peneliti menjelaskan tentang profil subjek yang terlibat dalam penelitian dan hasil analisis data yang diolah menggunakan software SmartPLS, serta menguraikan implikasi manajerial yang relevan dengan hasil penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini, peneliti memaparkan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilaksanakan dan menyampaikan saran bagi penelitian selanjutnya yang akan mengkaji lebih dalam mengenai topik serupa.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA