

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan digitalisasi tidak hanya memberikan kemudahan akses informasi dan transaksi keuangan, tetapi juga memunculkan berbagai fenomena sosial baru, seperti *Fear of Missing Out* (FoMO) dan *You Only Live Once* (YOLO). Kedua fenomena tersebut berkembang pesat seiring dengan meningkatnya penggunaan media sosial di kalangan Generasi Z. Berdasarkan survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) 2025, Generasi Z menduduki tingkat penetrasi tertinggi sebesar 25,54%. Tingginya keterhubungan digital tersebut menjadikan Generasi Z segmen pasar yang strategis bagi perusahaan *fintech*, perbankan, dan *e-commerce*, tetapi sekaligus menuntut pemahaman yang lebih baik mengenai kualitas keputusan keuangan dan risiko konsumennya.



Gambar 1.1 Tingkat Penetrasi Internet Indonesia

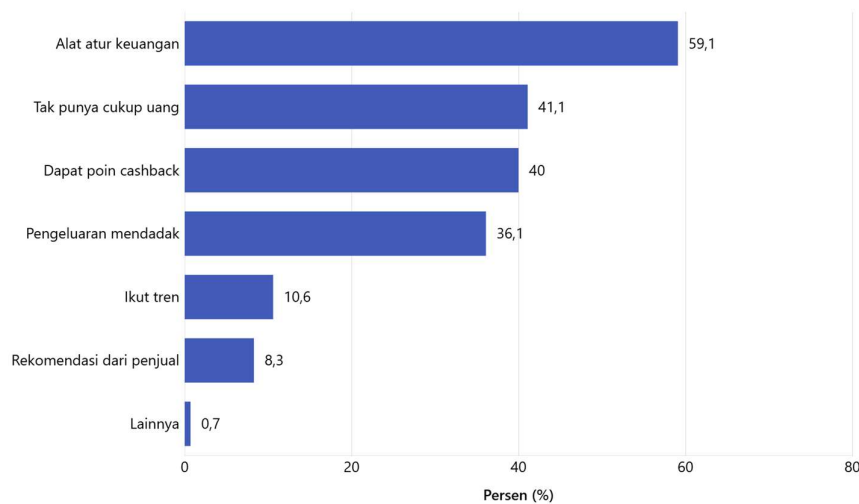
Sumber: APJII, 2025.

Fear of Missing Out atau FoMO, adalah keadaan emosional dimana seseorang merasa cemas dan khawatir akan kehilangan peluang yang menguntungkan atau menyenangkan (Zulfiqar & Fareed, 2026). Perasaan ini biasanya dipicu oleh paparan konten media sosial yang menampilkan suatu pencapaian, gaya hidup tinggi, maupun konsumsi tertentu secara terus-menerus yang akhirnya menjadi suatu tren. Sementara itu, *You Only Live Once* atau YOLO, adalah suatu prinsip hidup yang diterapkan oleh individu untuk memaksimalkan kenikmatan dan pengalaman saat ini tanpa memperhatikan konsekuensi yang akan timbul di masa depan (Qi, 2025). Dalam konteks keputusan konsumen, FoMO dan YOLO dapat mendorong pembelian impulsif, menggeser perencanaan keuangan yang rasional, dan membentuk financial behavior yang lebih berisiko. Kemampuan individu untuk menahan dorongan tersebut berkaitan dengan locus of control, yaitu keyakinan mengenai sejauh mana keputusan dan konsekuensi keuangan berada dalam kendali dirinya. Bagi pelaku bisnis, keterkaitan ini penting karena memengaruhi respons konsumen terhadap promosi, penggunaan fasilitas kredit, serta kualitas hubungan jangka panjang antara pelanggan dan penyedia layanan keuangan.

Gaya hidup konsumtif yang berkembang pada usia remaja menuju dewasa dapat menjadi tantangan serius dalam menjaga stabilitas keuangan pribadi. Pada masa kini, individu Generasi Z seharusnya mulai membangun fondasi keuangan melalui kebiasaan menabung, perencanaan anggaran, serta pengendalian pengeluaran. Walaupun demikian, dominasi fenomena FoMO dan YOLO menunjukkan bahwa keputusan keuangan tidak berorientasi pada keberlanjutan jangka panjang. Kondisi ini menunjukkan adanya kesulitan dalam mengendalikan dorongan internal maupun eksternal yang berkaitan dengan kontrol diri (*locus of control*). Dalam kondisi keuangan yang terbatas, fenomena sosial FoMO dan YOLO mendorong para individu untuk memanfaatkan layanan keuangan digital untuk memenuhi konsumsi non-esensial melalui layanan *fintech lending*, khususnya *Buy Now, Pay Later* (BNPL) atau pinjaman *online* (Pinjol). Pada akhirnya, layanan pinjam-meminjam uang berbasis teknologi finansial berpotensi meningkatkan stres finansial dan menurunkan kesejahteraan keuangan Generasi Z.

Perkembangan teknologi digital telah mendorong pertumbuhan industri *financial technology (fintech) lending* di Indonesia secara signifikan. Kemudahan akses, proses pengajuan yang cepat, serta persyaratan yang relatif sederhana menjadikan layanan ini semakin diminati oleh masyarakat, khususnya generasi muda. Selain itu, masifnya pemasaran layanan *Buy Now Pay Later (BNPL)* dan pinjaman *online* (pinjol) melalui media sosial, *platform e-commerce*, serta berbagai kanal digital turut meningkatkan eksposur masyarakat terhadap produk kredit digital. Data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan bahwa hingga Desember 2025 terdapat 26,10 juta entitas penerima pinjaman online dengan total outstanding loan mencapai Rp96,62 triliun. Tingginya aktivitas pinjaman tersebut juga terlihat dari konsentrasi peminjam yang masih didominasi oleh wilayah metropolitan, khususnya Jabodetabek. Dalam kerangka penelitian ini, keberlanjutan pertumbuhan tersebut berkaitan dengan *financial literacy* konsumen dalam memahami produk, *financial behavior* dalam menggunakan kredit, *locus of control* dalam mengendalikan keputusan, serta *financial stress* yang dapat muncul dari beban pembayaran

Berdasarkan data OJK, DKI Jakarta, Jawa Barat, dan Banten termasuk wilayah dengan nilai *outstanding fintech lending* tertinggi di Indonesia, yang menunjukkan tingginya aktivitas penggunaan kredit digital di kawasan Jabodetabek. Tingginya penetrasi internet, aktivitas ekonomi digital, serta kepadatan penduduk di wilayah tersebut diduga menjadi faktor yang mendorong meningkatnya penggunaan layanan *fintech lending*. Fenomena ini menarik untuk diteliti mengingat kemudahan akses kredit digital yang didukung oleh strategi pemasaran yang agresif tidak hanya memberikan manfaat dalam memenuhi kebutuhan finansial masyarakat, tetapi juga berpotensi memengaruhi perilaku keuangan dan kesejahteraan finansial penggunanya. *Fintech lending* terdiri dari berbagai macam layanan, namun penelitian ini berfokus pada 2 layanan utama yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia, yaitu BNPL dan pinjaman *online*.

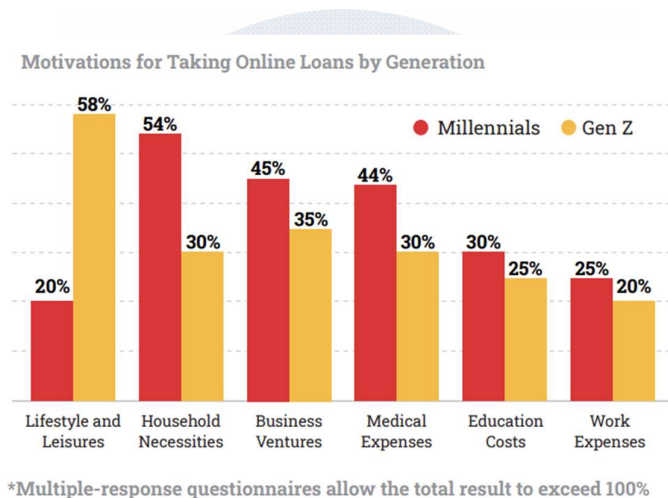


Gambar 1.2 Hasil Survei Alasan Responden Menggunakan *PayLater*

Sumber: Databoks, 2024

Buy Now, Pay Later (BNPL) adalah salah satu layanan pembayaran digital yang memberikan kesempatan kepada konsumen untuk memperoleh barang atau jasa terlebih dahulu, kemudian melunasi pembayarannya secara bertahap dalam jangka waktu tertentu dan seringkali ditawarkan tanpa tambahan bunga (Hung, 2024). Layanan ini sering disebut sebagai *PayLater* dan terintegrasi dalam berbagai *platform e-commerce*, seperti TikTok Shop dan Shopee. Hal ini mendorong perluasan akses Generasi Z terhadap pembiayaan jangka pendek karena proses aktivasinya yang cepat, minim persyaratan, serta berbagai penawaran menarik. Data yang dipublikasikan oleh PT Pefindo Biro Kredit (IdScore) menunjukkan bahwa jumlah pengguna layanan BNPL di Indonesia telah mencapai nominal sebesar Rp56,3 triliun pada periode Februari 2026. Angka ini meningkat sebesar 86,7% dibandingkan periode yang sama pada tahun sebelumnya. Selain itu, Katadata Insight Center (KIC) bersama OVO Finansial turut membuktikan bahwa sebagian besar responden menggunakan layanan BNPL karena tidak memiliki cukup dana saat melakukan pembelian (41,1%) serta untuk memanfaatkan *cashback* dan berbagai promo menarik lainnya (40%). Data ini menunjukkan bahwa penggunaan BNPL tidak hanya didorong oleh kebutuhan konsumsi primer yang

mendesak, tetapi juga oleh daya tarik insentif dan promosi yang ditawarkan dalam ekosistem digital. Kondisi ini tentu berkaitan erat dengan digitalisasi yang secara tidak langsung telah mendorong perilaku keuangan (*financial behavior*) konsumtif pada Generasi Z melalui fenomena sosial FoMO dan YOLO.



Gambar 1.3 Hasil Kuesioner Terkait Motivasi Pengguna Pinjaman *Online*

Sumber: IDN Research Institute, 2025.

Ketertarikan penelitian ini juga dilatarbelakangi oleh semakin masifnya pemasaran layanan pinjaman *online* dan *PayLater* dalam ekosistem digital, khususnya pada platform *e-commerce*. Layanan *Buy Now, Pay Later* tidak hanya ditawarkan sebagai alternatif pembayaran, tetapi juga sering dikaitkan dengan berbagai keuntungan tambahan, seperti promo, cashback, potongan harga, dan kemudahan cicilan. Strategi pemasaran tersebut berpotensi mendorong individu untuk melakukan pembelian secara lebih impulsif karena proses konsumsi menjadi lebih mudah meskipun didasarkan pada penggunaan kredit. Dalam konteks Generasi Z, kondisi ini menjadi semakin relevan karena kelompok tersebut aktif menggunakan platform digital dan rentan terhadap dorongan konsumsi berbasis tren. Hal ini sejalan dengan data IDN Research Institute (2025) pada Gambar 1.3 yang menunjukkan bahwa 58% Generasi Z menggunakan pinjaman *online* untuk

kebutuhan gaya hidup dan hiburan. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa penggunaan layanan kredit digital tidak selalu berorientasi pada kebutuhan produktif, tetapi juga dapat berkaitan dengan perilaku konsumtif yang berpotensi memengaruhi kesejahteraan finansial subjektif.

Pada dasarnya, penggunaan pinjaman *online* dan layanan *Buy Now, Pay Later* tidak serta-merta menjadi permasalahan selama kewajiban pembayaran dapat dipenuhi secara tepat waktu. Permasalahan muncul ketika terjadi keterlambatan pembayaran hingga gagal bayar yang berdampak pada meningkatnya rasio kredit macet. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat bahwa *outstanding* pinjaman *online* per Desember 2025 mencapai Rp96,62 triliun atau tumbuh sebesar 25,45% secara *year-on-year* dengan rasio kredit macet sebesar 4,32%. Indikator yang digunakan untuk menilai rasio tersebut adalah Tingkat Wanprestasi 90 Hari (TWP90), yang mencerminkan persentase pinjaman dengan tunggakan pembayaran melebihi 90 hari. Nilai kredit bermasalah terus memburuk dengan total mencapai sekitar kisaran Rp4 triliun per Desember 2025 lalu. Rasio TWP90 pada periode tersebut mungkin tampak rendah, tetapi menunjukkan peningkatan yang signifikan dibandingkan Oktober 2025 yang tercatat hanya pada level 2,76% saja. Ketika hutang dipandang sebagai solusi atas keterbatasan dana namun tidak dikelola dengan bijak, risiko gagal bayar menjadi konsekuensi yang sulit dihindari mengingat bunga pembayarannya terus bertambah seiring berjalannya waktu.

Peningkatan rasio TWP90 secara terus-menerus menjadi permasalahan yang serius bagi industri fintech lending karena menunjukkan semakin banyaknya pinjaman yang mengalami gagal bayar lebih dari 90 hari setelah jatuh tempo. Kondisi ini tidak hanya meningkatkan risiko kerugian bagi pemberi pinjaman, tetapi juga dapat menurunkan kepercayaan investor, memperketat akses pembiayaan bagi masyarakat, serta mengganggu stabilitas dan keberlanjutan ekosistem keuangan digital secara keseluruhan. Jika tidak dikendalikan, tingginya tingkat wanprestasi dapat memicu berbagai dampak negatif, mulai dari pengetatan penyaluran kredit hingga meningkatnya risiko sistemik di sektor keuangan. Oleh karena itu, seluruh pemangku kepentingan, termasuk regulator, perusahaan fintech

lending, dan pengguna layanan, perlu berperan aktif dalam menjaga kualitas pembiayaan melalui penerapan regulasi yang lebih ketat, penguatan proses penilaian kredit, serta peningkatan edukasi kepada masyarakat.

Di sisi lain, upaya tersebut perlu didukung oleh tingkat literasi dan inklusi keuangan yang memadai. Meskipun akses masyarakat terhadap berbagai layanan keuangan digital terus meningkat seiring perkembangan teknologi, kemampuan untuk memahami manfaat, risiko, hak, dan kewajiban dalam penggunaan produk keuangan belum tentu berkembang pada tingkat yang sama. Kondisi ini tercermin dari adanya kesenjangan antara indeks inklusi keuangan dan indeks literasi keuangan di Indonesia, yang menunjukkan bahwa banyak masyarakat telah menggunakan layanan keuangan tanpa diiringi pemahaman yang memadai mengenai pengelolaannya. Akibatnya, sebagian individu berpotensi mengambil keputusan keuangan yang kurang tepat, termasuk dalam penggunaan layanan fintech lending seperti pinjaman *online* dan *Buy Now Pay Later* (BNPL), yang pada akhirnya dapat meningkatkan risiko permasalahan keuangan di masa depan. Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan menjadi aspek penting untuk memastikan bahwa kemudahan akses terhadap layanan keuangan digital dapat benar-benar mendukung kesejahteraan finansial masyarakat.

Menurut hasil dari Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2025, indeks literasi keuangan (66,46%) masih lebih rendah dibandingkan dengan tingkat inklusi keuangan secara keseluruhan (80,51%). Perluasan akses layanan keuangan yang tidak diiringi dengan peningkatan kemampuan finansial individu berpotensi mendorong pengambilan keputusan yang kurang rasional dan meningkatkan kerentanan ekonomi individu.

**Perbandingan Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan
Berdasarkan Kelompok Umur**

Indeks	Kelompok Umur	Metode	Hasil Survei
Literasi	15-17 tahun	Keberlanjutan	51,68%
		Cakupan DNKI	51,86%
	18-25 tahun	Keberlanjutan	73,22%
		Cakupan DNKI	73,26%
	26-35 tahun	Keberlanjutan	74,04%
		Cakupan DNKI	74,05%
	36-50 tahun	Keberlanjutan	72,05%
		Cakupan DNKI	72,12%
	51-79 tahun	Keberlanjutan	54,55%
		Cakupan DNKI	55,03%
Inklusi	15-17 tahun	Keberlanjutan	74,00%
		Cakupan DNKI	91,32%
	18-25 tahun	Keberlanjutan	89,96%
		Cakupan DNKI	95,07%
	26-35 tahun	Keberlanjutan	86,10%
		Cakupan DNKI	93,52%
	36-50 tahun	Keberlanjutan	85,81%
		Cakupan DNKI	94,11%
	51-79 tahun	Keberlanjutan	66,88%
		Cakupan DNKI	89,70%

Gambar 1.4 Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Berdasarkan Kelompok Umur

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan, 2025.

Pada Gambar 1.4, OJK mencatat bahwa indeks inklusi keuangan pada kelompok 18-25 tahun justru mencapai tingkat yang sangat tinggi sebesar 89,96%. Di sisi lain, literasi keuangannya tercatat lebih rendah di angka 73,22%. Ketidakseimbangan tersebut menimbulkan kekhawatiran karena tingginya kemungkinan individu dalam kelompok usia produktif sulit mengambil keputusan keuangan yang tepat. Apabila hal ini tidak segera diantisipasi, permasalahan keuangan pada tingkat individu dapat terakumulasi dan berpotensi mengganggu stabilitas ekonomi makro di Indonesia.

Permasalahan kredit macet tidak hanya meningkatkan risiko ketidakseimbangan arus kas pribadi, tetapi juga mencerminkan lemahnya pengelolaan keuangan di kalangan generasi muda. Rendahnya kemampuan menabung tidak akan menghentikan individu untuk tetap mengakses layanan keuangan digital. Sebaliknya, keterbatasan dana justru menjadi dorongan utama pengguna dalam mengajukan pinjaman *online* sebagai solusi jangka pendek untuk memenuhi kebutuhan maupun gaya hidup. Jika kondisi ini terus berlanjut tanpa diimbangi dengan perencanaan keuangan yang baik, maka individu berpotensi

terjebak dalam siklus ketergantungan utang. Sejalan dengan pernyataan tersebut, riset dari Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan mengungkapkan bahwa sekitar 61,7% individu usia 17 hingga 40 tahun belum memiliki dana darurat, bahkan sebagian baru mulai mempersiapkan dana pensiun menjelang masa pensiun. Temuan ini sejalan dengan hasil SNLIK 2025 oleh OJK yang menunjukkan bahwa indeks literasi masyarakat terhadap dana pensiun masih tergolong rendah, yaitu sebesar 27,79%. Rendahnya tingkat pemahaman terhadap instrumen keuangan jangka panjang mengindikasikan belum optimalnya kesiapan finansial masyarakat dalam menghadapi kebutuhan masa depan. Kondisi ini berpotensi mengurangi peluang tercapainya kesejahteraan finansial yang berkelanjutan, terutama pada kalangan generasi muda.

Perbandingan Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Berdasarkan Sektor Jasa Keuangan

Indeks	Metode	Hasil Survei
Literasi	Perbankan	65,50%
	Pasar Modal	17,78%
	Perasuransian	45,45%
	Lembaga Pembiayaan	46,66%
	Dana Pensiun	27,79%
	Pergadaian	54,74%
	Lembaga Keuangan Mikro	9,80%
	<i>Fintech Lending</i>	24,90%
	Lembaga Jasa Keuangan Lainnya	42,77%
	Inklusi	Perbankan
Pasar Modal		1,34%
Perasuransian		28,50%
Lembaga Pembiayaan		12,38%
Dana Pensiun		5,37%
Pergadaian		8,23%
Lembaga Keuangan Mikro		1,20%
<i>Fintech Lending</i>		4,40%
Lembaga Jasa Keuangan Lainnya		14,71%

Gambar 1.5 Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Berdasarkan Sektor Jasa Keuangan

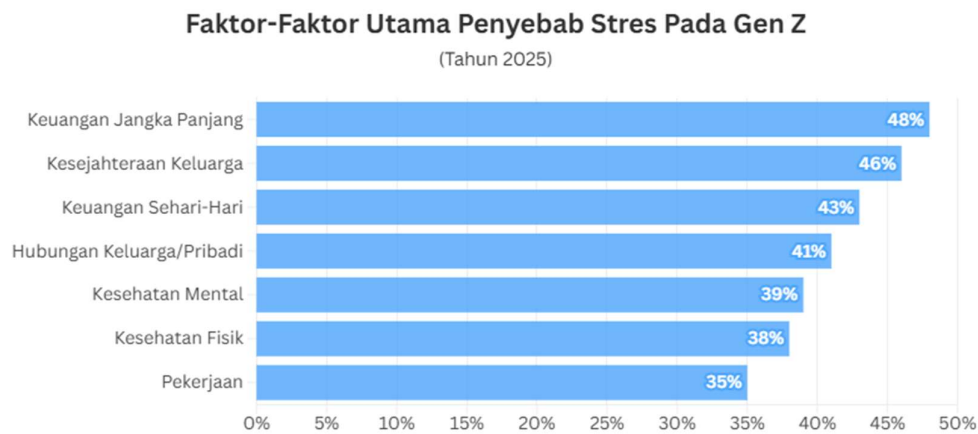
Sumber: Otoritas Jasa Keuangan, 2025.

Ketimpangan antara inklusi dan literasi keuangan akan menjadi semakin kompleks ketika dikaitkan dengan kondisi literasi digital masyarakat Indonesia yang juga masih relatif rendah. Berdasarkan catatan *Institute for Development of Economics and Finance* (INDEF) tahun 2023 yang disampaikan oleh Aviliani, ekonom senior INDEF, indeks literasi digital Indonesia hanya mencapai 62% yang menduduki posisi terendah di antara negara ASEAN lainnya yang rata-ratanya

berada pada kisaran 70%. Hal ini tentu menggambarkan kondisi masyarakat Indonesia masih terbatas dalam memahami, mengevaluasi, dan menggunakan teknologi digital secara kritis. Di sisi lain, proses digitalisasi di Indonesia terus berkembang pesat dan mendorong seluruh pengguna internet untuk mengakses berbagai layanan berbasis digital, termasuk Generasi Z. Pemanfaatan teknologi digital ini tidak hanya terbatas untuk komunikasi atau hiburan saja, tetapi juga meluas hingga kegiatan bertransaksi yang memiliki tingkat risiko relatif lebih tinggi dibandingkan layanan digital lainnya. Perkembangan teknologi digital yang semakin cepat tercermin dari bertambahnya berbagai platform layanan keuangan berbasis digital, termasuk bank digital dan dompet elektronik (*e-wallet*). Selain digunakan sebagai media pembayaran, layanan tersebut juga dapat dimanfaatkan untuk menyimpan dana serta membantu pengguna dalam mengelola aktivitas keuangannya. Walaupun demikian, kemudahan ini dapat meningkatkan risiko perilaku konsumtif apabila tidak diimbangi dengan pengendalian diri yang memadai. Khususnya bagi Generasi Z yang aktif di *platform digital*, hal ini berpotensi memperlemah inklusi keuangan jangka panjang. Oleh karena itu, integrasi literasi digital dalam pendidikan keuangan menjadi krusial untuk mengurangi kerentanan tersebut.

Ketidakpastian ekonomi global turut memperburuk kondisi kerentanan finansial yang dihadapi oleh generasi muda. Dinamika ekonomi dunia yang ditandai dengan inflasi yang fluktuatif, kenaikan suku bunga, serta potensi perlambatan pertumbuhan ekonomi menciptakan tekanan tersendiri terhadap stabilitas keuangan individu. Bagi sebagian besar Generasi Z yang masih berada pada tahap awal pengembangan karier dan memiliki kapasitas pendapatan yang relatif terbatas, situasi ini dapat meningkatkan risiko munculnya stres finansial. Fenomena terkait meningkatnya stres finansial pada Generasi Z juga dibuktikan oleh riset atau survei yang dilakukan oleh Deloitte (2025). Survei tersebut menunjukkan bahwa faktor keuangan menjadi penyebab utama stres pada Gen Z, dengan kekhawatiran terhadap keuangan jangka panjang menempati posisi tertinggi sebesar 48%, diikuti oleh kesejahteraan keluarga (46%) dan kondisi keuangan sehari-hari (43%). Temuan tersebut juga didukung oleh *Stressful Cities Index* (2021) dari situs Vaay,

bahwa kota Jakarta menjadi salah satu kota dengan tingkat stress tertinggi di dunia dengan penempatan urutan ke-sembilan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa *financial stress* pada Generasi Z tidak hanya berdampak pada kesejahteraan finansial individu, tetapi juga berpotensi memengaruhi perekonomian Indonesia secara lebih luas. Sebagai generasi yang akan mendominasi usia produktif di masa mendatang, kemampuan Generasi Z dalam mengelola tekanan finansial menjadi penting untuk menjaga stabilitas sektor keuangan, meningkatkan produktivitas, serta mendukung pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

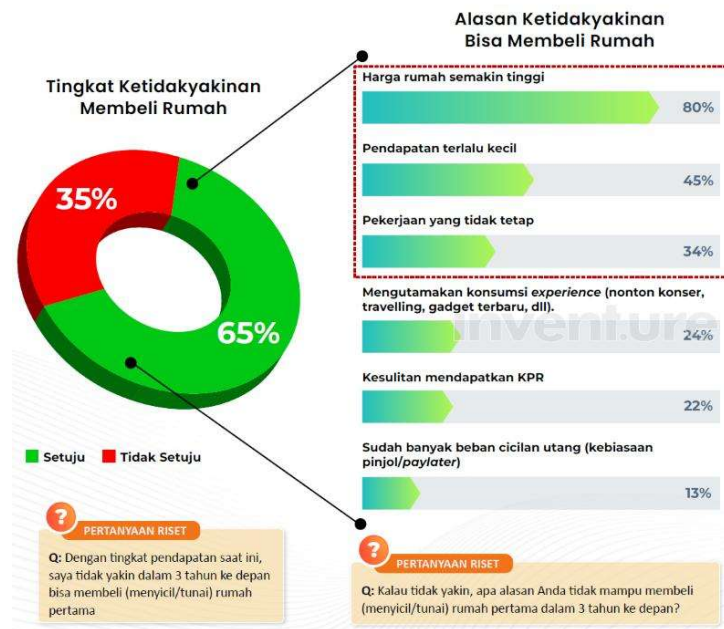


Gambar 1.6 Faktor-Faktor Utama Penyebab Stres Pada Gen Z Indonesia

Sumber: Deloitte, 2025.

Tekanan finansial yang bersumber dari ketidakpastian ekonomi tidak berdiri sendiri, melainkan semakin diperparah oleh pola perilaku konsumtif yang dipengaruhi oleh fenomena FoMO dan YOLO. Kedua fenomena ini mendorong individu untuk mengutamakan kepuasan jangka pendek serta mempertahankan eksistensi sosial, sehingga mereka seringkali mengabaikan kondisi keuangan yang sebenarnya. Akibatnya, individu cenderung mengalami ketidakseimbangan antara pemasukan dan pengeluaran, yang pada akhirnya meningkatkan kerentanan terhadap stres finansial. Dalam kondisi tersebut, sebagian individu memilih solusi instan untuk memenuhi kebutuhan maupun gaya hidup, seperti memanfaatkan

layanan pinjaman *online* dan *PayLater*. Namun, keputusan yang diambil dalam situasi tekanan finansial seringkali tidak didasarkan pada pertimbangan rasional, melainkan pada dorongan emosional, sehingga berpotensi memperburuk kondisi keuangan dalam jangka panjang.

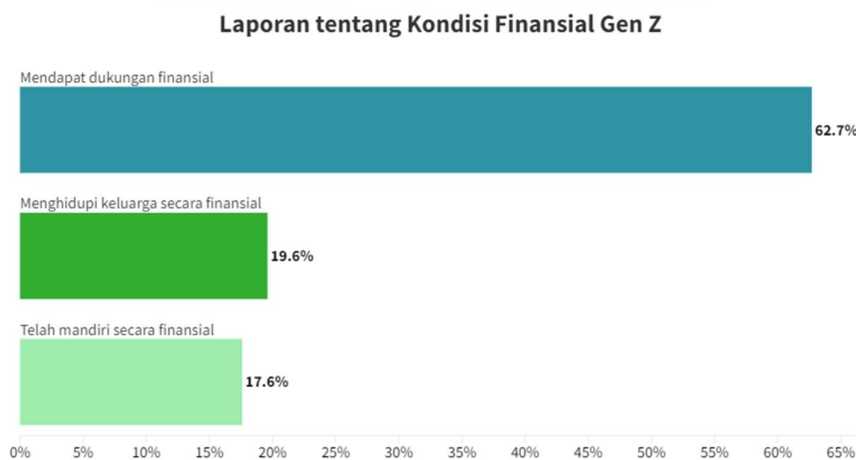


Gambar 1.7 Hasil Survei Tingkat Ketidakyakinan Gen Z Membeli Rumah

Sumber: Inventure, 2024.

Berangkat dari kondisi tersebut, data pada gambar di atas semakin memperkuat indikasi bahwa kesejahteraan finansial Generasi Z masih berada pada level yang belum stabil. Sebanyak 65% responden menyatakan tidak yakin dapat membeli rumah dalam tiga tahun ke depan. Hal ini menunjukkan rendahnya kepercayaan terhadap kemampuan finansial jangka menengah mereka. Faktor utama yang mendasari ketidakpastian ini didominasi oleh tingginya harga rumah (80%), ketidakstabilan pekerjaan (45%), serta kecenderungan pengeluaran untuk konsumsi berbasis pengalaman (24%). Temuan ini selaras dengan fenomena FoMO dan YOLO yang mendorong prioritas pada kepuasan jangka pendek dibandingkan akumulasi aset jangka panjang seperti kepemilikan rumah. Lebih lanjut, keberadaan beban cicilan utang, termasuk penggunaan pinjaman *online* dan *PayLater* (13%),

serta kesulitan mengakses kredit kepemilikan rumah (22%), memperlihatkan adanya tekanan finansial yang berlapis. Temuan tersebut menjelaskan bahwa sebagian besar Generasi Z belum memiliki kesiapan finansial untuk mewujudkan kesejahteraan keuangan dalam jangka panjang. Dengan demikian, rendahnya keyakinan dalam membeli rumah tidak hanya mencerminkan keterbatasan daya beli, tetapi juga menjadi indikator bahwa *financial well-being* Generasi Z masih rentan, terutama ketika dipengaruhi oleh perilaku konsumtif dan pengambilan keputusan finansial yang cenderung emosional.



Gambar 1.8 Laporan Tentang Kondisi Finansial Gen Z

Sumber: IDN Research Institute, 2024.

Pada kenyataannya, banyak Generasi Z menghadapi ketidaksesuaian antara harapan finansial mereka dengan kapasitas ekonomi yang tersedia saat ini. Di satu sisi, keinginan untuk mencapai tujuan finansial seperti memiliki rumah semakin tinggi, namun di sisi lain kapasitas untuk mencapainya masih terbatas. Hal ini tercermin dari kondisi dimana sebagian besar Generasi Z (62,7%) masih bergantung pada dukungan finansial orang tua ataupun pihak tertentu, sementara hanya 17,6% yang telah benar-benar mandiri secara finansial dan 19,6% harus menghidupi keluarga secara finansial. Angka ini mengindikasikan bahwa mayoritas individu

masih berada pada tahap awal dalam siklus kemandirian ekonomi. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa keterbatasan dalam mencapai kesejahteraan finansial bukan semata-mata disebabkan oleh faktor eksternal, seperti tingginya harga rumah atau sulitnya akses KPR, tetapi juga berasal dari belum kuatnya fondasi finansial individu itu sendiri. Ketika individu yang belum mandiri secara finansial tetap dihadapkan pada tekanan sosial dan dorongan konsumtif akibat fenomena FoMO dan YOLO, maka risiko terjadinya ketidakseimbangan keuangan menjadi semakin besar. Pada akhirnya, situasi ini mempertegas bahwa rendahnya keyakinan Generasi Z dalam membeli rumah bukan hanya persoalan preferensi atau prioritas, melainkan cerminan dari kondisi *financial well-being* yang belum matang. Tanpa adanya pengelolaan keuangan yang rasional dan peningkatan kemandirian finansial, tujuan keuangan jangka panjang akan semakin sulit untuk dicapai.

Di sisi lain, temuan ini menimbulkan dugaan bahwa keberadaan dukungan finansial dari orang tua atau keluarga berperan sebagai bantalan keuangan (*financial safety net*) bagi Generasi Z. Meskipun sebagian besar Generasi Z memiliki kekhawatiran terhadap kondisi keuangan jangka panjang, keberadaan sumber dukungan tersebut dapat mengurangi konsekuensi yang dirasakan dari berbagai keputusan keuangan, termasuk penggunaan kredit digital. Dengan kata lain, Generasi Z mungkin belum merasakan secara penuh dampak finansial dari kewajiban utang karena masih terdapat kemungkinan memperoleh bantuan dari keluarga ketika menghadapi kesulitan keuangan.

Berbagai fenomena yang telah dibahas sebelumnya menunjukkan bahwa tingkat kesejahteraan finansial Generasi Z dipengaruhi oleh beragam faktor yang saling berhubungan dan tidak dapat dijelaskan hanya melalui satu aspek tertentu. *Financial literacy* menjadi fondasi utama dalam menentukan sejauh mana individu mampu memahami, mengelola, serta mengambil keputusan keuangan secara rasional. Namun, kemampuan tersebut tidak selalu diikuti dengan perilaku yang selaras, terutama ketika individu memiliki *locus of control* yang cenderung lemah atau eksternal, sehingga lebih mudah terpengaruh oleh tekanan lingkungan dan kurang mampu mengendalikan keputusan finansialnya. Di sisi lain, fenomena sosial

FoMO dan YOLO hadir sebagai faktor psikologis dan sosial yang memperkuat kecenderungan perilaku konsumtif. Paparan media sosial yang intens serta dorongan untuk mempertahankan eksistensi sosial mendorong individu untuk mengutamakan kepuasan jangka pendek dibandingkan perencanaan keuangan jangka panjang. Kombinasi antara rendahnya literasi keuangan, lemahnya pengendalian diri, serta kuatnya dorongan konsumtif tersebut kemudian tercermin dalam *financial behavior* individu, yang cenderung tidak terencana, impulsif, dan berisiko.

Selain itu, tekanan yang muncul dari ketidakseimbangan kondisi keuangan juga memicu munculnya *financial stress*, yaitu kondisi dimana individu mengalami kecemasan dan tekanan akibat ketidakmampuan dalam memenuhi kebutuhan finansial maupun mencapai tujuan keuangan. *Financial stress* ini tidak hanya menjadi konsekuensi dari perilaku keuangan yang kurang optimal, tetapi juga berpotensi memperburuk pengambilan keputusan keuangan, sehingga menciptakan siklus yang saling memperkuat antara stres dan perilaku finansial yang tidak sehat.

Pada akhirnya, *financial behavior* dan *financial stress* secara bersamaan akan memengaruhi *subjective financial well-being* (SFWB), yaitu bagaimana individu menilai kondisi kesejahteraan keuangannya secara subjektif. Rendahnya keyakinan dalam mencapai tujuan finansial, seperti kepemilikan rumah, tingginya ketergantungan finansial, serta meningkatnya tekanan finansial menjadi indikasi bahwa tingkat kesejahteraan finansial Generasi Z masih belum stabil. Dengan demikian, *subjective financial well-being* tidak hanya dipengaruhi oleh kondisi ekonomi objektif, tetapi juga oleh faktor psikologis, perilaku, serta kemampuan individu dalam mengelola keuangan di tengah tekanan sosial dan digitalisasi yang semakin kompleks.

Dengan mempertimbangkan berbagai fenomena yang terjadi pada Generasi Z, penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi peran *financial behavior*, *financial stress*, *financial literacy*, dan *locus of control* dalam memengaruhi *subjective financial well-being* (SFWB). Temuan yang diperoleh diharapkan mampu memberikan wawasan yang lebih luas mengenai determinan kesejahteraan finansial

serta mendukung pengembangan strategi pengelolaan keuangan yang sesuai dengan karakteristik era digital. Secara aspek bisnis, penelitian ini diharapkan dapat mendukung terciptanya ekosistem keuangan digital yang lebih sehat. Generasi Z yang memiliki kesejahteraan finansial yang baik cenderung mampu menggunakan layanan kredit digital secara lebih bijaksana, sehingga dapat mengurangi risiko gagal bayar dan masalah keuangan lainnya. Kondisi tersebut tidak hanya menguntungkan individu dan penyedia layanan keuangan, tetapi juga membantu menjaga stabilitas sektor keuangan yang merupakan salah satu komponen penting dalam mendukung roda perekonomian Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

1.2.1 Rumusan Masalah

Kemajuan teknologi di sektor keuangan telah memungkinkan masyarakat untuk memperoleh akses yang lebih mudah terhadap berbagai layanan keuangan berbasis digital, termasuk pinjaman *online* dan fitur *PayLater*. Kemudahan akses kredit tersebut mendorong peningkatan penggunaan layanan pinjaman digital, khususnya di kalangan Generasi Z. Meskipun akses terhadap fasilitas kredit digital semakin luas, kondisi tersebut belum tentu diikuti oleh tingkat pemahaman keuangan yang memadai. Akibatnya, berbagai risiko dapat muncul, mulai dari meningkatnya risiko kredit gagal bayar, munculnya stres finansial, serta menurunnya tingkat kesejahteraan finansial subjektif pada generasi muda.

Fenomena ini menjadi perhatian karena Generasi Z merupakan kelompok individu dengan usia produktif yang memiliki turut andil dalam perekonomian Indonesia di masa depan. Apabila kondisi kesejahteraan finansial mereka rendah akibat pengelolaan keuangan yang kurang baik dan tekanan finansial yang tinggi, maka hal ini dapat berdampak pada stabilitas keuangan individu maupun perekonomian secara lebih luas. Oleh karena itu, penting untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi *subjective financial*

well-being pada Generasi Z, khususnya yang berkaitan dengan *financial behavior*, *financial stress*, *financial literacy*, serta *locus of control*.

Jurnal utama acuan oleh Mahdzan et al. (2022) telah menguji pengaruh *financial behavior*, *financial stress*, *financial literacy*, dan *locus of control* terhadap *subjective financial well-being* pada rumah tangga berpendapatan rendah di Malaysia dalam konteks penggunaan layanan keuangan digital. Namun, studi tersebut belum menjawab apakah pola hubungan yang sama berlaku pada Generasi Z di Indonesia yang memiliki karakteristik *digital-native* dan pengalaman langsung menggunakan pinjaman online atau PayLater. Perbedaan kelompok usia, negara, ekosistem kredit digital, dan karakteristik pengguna tersebut membentuk gap penelitian sekaligus menegaskan *novelty* (kebaruan) konteks penelitian ini.

1.2.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, berikut adalah pertanyaan penelitian yang akan dijawab pada penelitian ini:

1. Apakah *Financial Behavior* berpengaruh positif terhadap *Subjective Financial Well-being* pada Generasi Z?
2. Apakah *Financial Stress* berpengaruh negatif terhadap *Subjective Financial Well-being* pada Generasi Z?
3. Apakah *Financial Literacy* berpengaruh positif terhadap *Subjective Financial Well-being* pada Generasi Z?
4. Apakah *Locus of Control* berpengaruh positif terhadap *Subjective Financial Well-being* pada Generasi Z?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui pengaruh *Financial Behavior* terhadap *Subjective Financial Well-being* pada Generasi Z.
2. Mengetahui pengaruh *Financial Stress* terhadap *Subjective Financial Well-being* pada Generasi Z.
3. Mengetahui pengaruh *Financial Literacy* terhadap *Subjective Financial Well-being* pada Generasi Z.
4. Mengetahui pengaruh *Locus of Control* terhadap *Subjective Financial Well-being* pada Generasi Z.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji pengaruh *financial behavior*, *financial stress*, *financial literacy*, dan *locus of control* terhadap *subjective financial well-being* pada Generasi Z. Hasil penelitian diharapkan dapat memperluas pemahaman mengenai faktor-faktor yang membentuk kesejahteraan finansial subjektif generasi muda, sekaligus memberikan referensi bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan praktik pengelolaan keuangan. Adapun manfaat penelitian ini dibedakan menjadi manfaat akademis dan manfaat praktis.

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian di bidang manajemen keuangan, khususnya yang berkaitan dengan *subjective financial well-being* pada Generasi Z. Mengingat kelompok tersebut merupakan salah satu pengguna aktif layanan keuangan digital, penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahaman mengenai faktor-faktor yang berperan dalam membentuk tingkat kesejahteraan finansial subjektif pada generasi muda.

Selain itu, penelitian ini mengintegrasikan *financial behavior*, *financial stress*, *financial literacy*, dan *locus of control* dalam satu model penelitian untuk memberikan bukti empiris mengenai pengaruh keempat variabel tersebut terhadap *subjective financial well-being*. Temuan yang dihasilkan diharapkan

dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengembangkan penelitian pada topik serupa melalui penggunaan variabel, metode, maupun objek penelitian yang berbeda.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna bagi berbagai pihak terkait mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kesejahteraan finansial subjektif pada Generasi Z. Melalui penelitian ini, diperoleh gambaran mengenai peran *financial behavior*, *financial stress*, *financial literacy*, dan *locus of control* dalam membentuk kesejahteraan finansial individu, khususnya pada kelompok usia muda.

Temuan penelitian diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai bahan pertimbangan oleh lembaga yang berperan dalam penyusunan kebijakan maupun edukasi keuangan, seperti Kementerian Keuangan Republik Indonesia & Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan dalam merancang program peningkatan literasi keuangan yang lebih sesuai dengan karakteristik Generasi Z di tengah berkembangnya penggunaan layanan keuangan digital, termasuk pinjaman *online* dan *PayLater*.

Selain itu, pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kesejahteraan finansial diharapkan dapat membantu berbagai pihak dalam menyusun program edukasi yang mendorong pengambilan keputusan keuangan yang lebih bijaksana. Dengan demikian, Generasi Z diharapkan mampu mengelola keuangan secara lebih bertanggung jawab, mengurangi risiko permasalahan utang, serta meningkatkan kesejahteraan finansial secara berkelanjutan.

1.5 Batasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa batasan penelitian yang bertujuan untuk memastikan bahwa pengumpulan data dan proses analisis data dapat dilakukan secara lebih terarah, dan memastikan kesesuaian dengan topik dan objek penelitian

yang telah ditentukan. Adanya batasan penelitian ini juga membantu peneliti dalam menjaga fokus penelitian agar tetap berada dalam ruang lingkup yang relevan dengan tujuan penelitian. Adapun batasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini difokuskan pada responden Generasi Z yang berada pada rentang usia 18-25 tahun. Rentang usia tersebut dipilih karena menjadi salah satu kelompok usia yang digunakan oleh OJK dalam menganalisis perilaku keuangan. Selain itu, Generasi Z merupakan kelompok *digital natives* yang memiliki tingkat adopsi teknologi yang tinggi, termasuk dalam penggunaan layanan keuangan digital. Meskipun demikian, sebagian besar individu Generasi Z masih memiliki tingkat pendapatan yang relatif terbatas dan belum stabil, sehingga menjadi kelompok yang relevan untuk diteliti dalam konteks penggunaan *fintech lending* dan kesejahteraan finansial.
2. Responden dalam penelitian ini dibatasi pada Generasi Z yang telah memiliki pengalaman dalam menggunakan layanan keuangan digital, seperti *PayLater* atau pinjaman *online*. Kriteria ini digunakan untuk memastikan bahwa responden memiliki pengalaman dalam mengelola keuangan serta berinteraksi dengan layanan kredit digital, sehingga dapat mendukung analisis terkait pengaruh variabel independen terhadap kondisi kesejahteraan finansial mereka.
3. Penelitian ini hanya berfokus pada lima variabel utama, yaitu empat variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini meliputi perilaku finansial (*financial behavior*), stres finansial (*financial stress*), literasi finansial (*financial literacy*), serta lokus kendali (*locus of control*). Sementara itu, variabel dependen yang diteliti adalah kesejahteraan finansial subjektif (*subjective financial well-being*). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana variabel-variabel independen tersebut dapat memberikan pengaruh terhadap tingkat kesejahteraan finansial subjektif pada Generasi Z.

4. Penelitian ini hanya mengkaji variabel-variabel yang telah ditentukan dalam kerangka penelitian serta sesuai dengan metode penelitian yang digunakan. Oleh karena itu, penelitian ini tidak memasukkan variabel lain di luar variabel yang telah ditetapkan dalam model penelitian.
5. Penelitian ini menggunakan sumber data primer yang diperoleh secara langsung dari responden melalui proses pengisian kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data. Proses ini berlangsung dalam rentang waktu yang telah direncanakan, yaitu dari tanggal 12 Maret 2026 hingga 08 April 2026. Pembatasan waktu pengumpulan data ini dilakukan agar penelitian dapat menggambarkan kondisi yang relatif aktual terkait perilaku pengelolaan keuangan pada Generasi Z.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada Bab I Pendahuluan, penulis akan menjabarkan informasi tentang latar belakang penelitian dengan mengangkat fenomena sosial dan lemahnya literasi keuangan masyarakat Indonesia. Bab pertama ini juga akan menjelaskan rumusan masalah yang diangkat, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada Bab II Landasan Teori, penulis akan menjabarkan informasi terkait teori-teori hingga penelitian terdahulu yang relevan pada penelitian. Bab kedua ini akan membahas definisi teoritis terkait perilaku finansial (*financial behavior*), stres finansial (*financial stress*), literasi finansial (*financial literacy*), dan lokus kendali (*locus of control*). Selain itu, bab ini juga akan menguraikan kerangka penelitian untuk melihat hubungan antar variabel yang didukung dengan hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada Bab III Metode Penelitian, penulis akan menjabarkan informasi tentang gambaran umum objek penelitian yang diteliti, desain penelitian, jenis populasi dan sampel yang digunakan, metode pengumpulan data responden dengan penyebaran kuesioner, operasionalisasi variabel, dan penggunaan *software* SmartPLS untuk menguji data primer yang terkumpul.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada Bab IV Analisis dan Pembahasan, penulis akan menjabarkan hasil kajian analisis dari penelitian yang telah dilakukan. Bab keempat ini akan menampilkan hasil analisis statistik dan hasil pengujian hipotesis. Selain itu, hasil penelitian dibahas secara mendalam pada bab ini untuk melihat pengaruh antar variabel, baik secara positif maupun negatif, serta mengaitkannya dengan teori dan temuan penelitian terdahulu.

BAB V KESIMPULAN

Pada Bab V Kesimpulan, penulis akan menjabarkan rangkuman penelitian yang dilakukan. Bab terakhir ini akan berisikan kesimpulan dari hasil penelitian dan saran dalam aspek pengelolaan layanan keuangan bagi Generasi Z, sekaligus peningkatan literasi keuangan masyarakat yang berguna bagi pemerintah maupun peneliti selanjutnya.

U M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A