

Pengaruh Perubahan Perilaku Keuangan Generasi Z Di Indonesia Selama Pandemi Covid-19

Dyah Cahyasari¹; Rida Prihatni²

¹⁾ Universitas Pradita Tangerang Banten. ²⁾ Program Pascasarjana Universitas Negeri Jakarta
Email : dyah.cahyasari@pradita.ac.id; ridaprihatni@unj.ac.id

ARTICLES INFORMATION

ABSTRACT

JURNAL SEKURITAS
(Saham, Ekonomi, Keuangan dan Investasi)

Vol.7, No.2, Januari 2024
Halaman : 126 – 135

© LPPM & Prodi Manajemen
UNIVERSITAS PAMULANG

ISSN (online) : 2581-2777
ISSN (print) : 2581-2696

Keyword :

Financial Behavior; Digital Paymen; Financial Literacy

JEL. Classification:

C33, G21, G24, N15, N25

Permalink:

DOI: [10.32493/skt.v6i1.30748](https://doi.org/10.32493/skt.v6i1.30748)

Article info :

Received : Oktober 2023
Revised : November 2023
Accepted : Desember 2023

Licenses :



<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Contact :

PRODI MANAJEMEN UNPAM
JL.Surya Kencana No.1
Pamulang Tangsel– Banten
Telp. (021) 7412566, Fax (021) 7412491
Email : sekuritas@unpam.ac.id

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis dampak literasi keuangan dan *financial technology* terhadap perilaku keuangan pada mahasiswa di Perguruan Tinggi Negeri dan Swasta. Populasi dalam penelitian ini menggunakan mahasiswa kategori generasi Z pada Perguruan Tinggi Negeri (PTN) dan Swasta (PTS) di seluruh Indonesia. Sampel yang digunakan sebanyak 124 mahasiswa, menggunakan teknik *purposive sampling* dengan beberapa kriteria. Jenis data yang digunakan primer dengan teknik pengumpulan data kuesioner berbentuk *google form*, Penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan *software Partial Least Squares* (PLS) 3.2.9. untuk mengolah data. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa: (1) *Digital payment* tidak berpengaruh terhadap *financial behavior*, (2) *Digital payment* berpengaruh secara positif terhadap *financial literacy*, (3) *Financial literacy* berpengaruh secara positif terhadap *financial behavior*, (4) *Digital payment* secara tidak langsung berpengaruh positif terhadap *financial behavior* melalui *financial literacy* sebagai variabel moderasi.

This study aims to examine and analyze the impact of financial literacy and financial technology on financial behavior in students at public and private universities. The population in this study used students in the z generation category at State Universities (PTN) and Private (PTS) throughout Indonesia. The sample used was 124 students, using a purposive sampling technique with several. The type of data used is primary with a questionnaire data collection technique in the form of a google form. This study uses Structural Equation Modeling (SEM) with Partial Least Squares (PLS) 3.2.9 software. to process data. The results of the study partially show that: (1) Digital payments have no effect on financial behavior, (2) Digital payments have a positive effect on financial literacy, (3) Financial literacy has a positive effect on financial behavior, (4) Digital payments have an indirect positive effect on financial behavior through financial literacy as a mediating variable.



A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digitalisasi yang semakin cepat membawa dampak kemudahan yang ditawarkan di berbagai bidang, seperti: komunikasi, transportasi, perdagangan, perbankan. Era teknologi digital mampu mengubah perilaku, gaya hidup baru pada generasi Z. Generasi Z adalah mereka yang lahir dari tahun 1997 hingga 2012. Gaya hidup generasi ini berubah dari konvensional ke digital sebagai akibat dari pandemi, yang dikenal sebagai generasi internet. Menurut survei Katadata Insight Center (KIC), generasi Z telah menggunakan layanan digital lebih banyak karena pandemi Covid-19. Hasil survei menunjukkan bahwa sebanyak 57% responden telah menggunakan e-commerce, sebanyak 36% telah menggunakan layanan pengiriman (pengiriman) makanan, dan sebanyak 23% telah menggunakan layanan toko makanan online (Aria, 2021).

Berdasarkan survei *Katadata Insight Center* (KIC) tentang “Perilaku Keuangan Generasi Z dan Milenial” yang dilakukan pada 6-12 September 2021 sebanyak 5.204 responden yang tersebar di 34 provinsi, sebagai berikut:

Tabel 1. Data Survei Produk Perbankan dan Keuangan

Jenis Produk perbankan dan Keuangan	Generasi Milenial	Generasi Z
Dompot digital (Gopay, OVO, Shopeepay,dll)	68,8%	68,0%
ATM Bank (Konvensional dan Digital)	57,1%	35,4%
Rekening Bank Konvensional	45,7%	19,6%
Rekening Bank Digital	27,5%	18,5%

Sumber: Katadata Insight Center (2021)

Hasil survei menunjukkan bahwa, guna memenuhi kebutuhan konsumsi lintas generasi, situasi dan kondisi pandemi COVID-19 telah mendorong penggunaan layanan digital. Sebagian besar generasi tersebut lebih suka menggunakan dompet elektronik (*e-wallet*) daripada ATM Bank. Adapun alasannya, seperti: mudah digunakan, faktor keamanan, hemat waktu, promosi, dan pembukaan akun yang mudah.

Pembayaran digital dapat memengaruhi perilaku pengelolaan keuangan seseorang, terutama berdampak pada keputusan konsumen dan pola konsumsi (See-To dan Ngai, 2019). Carney (2016) dan Wardhana et al. (2021) menyatakan bahwa teknologi keuangan (FinTech) berasal dari sektor keuangan yang menyesuaikan diri dengan tuntutan masyarakat dan memfasilitasi akses ke berbagai transaksi keuangan di berbagai sektor. Data di atas juga menggambarkan rendahnya perilaku generasi Z dalam investasi dan menabung, yang ditunjukkan oleh kecilnya persentase kepemilikan rekening bank baik konvensional maupun digital. Artinya, bahwa generasi milenial lebih unggul dibandingkan generasi Z dalam *saving money*.

Tujuan penelitian adalah untuk melihat bagaimana pengetahuan tentang teknologi keuangan dan keuangan berdampak pada perilaku keuangan mahasiswa di Perguruan Tinggi Negeri (PTN) dan Swasta (PTS). Kebaruan ini timbul karena adanya *gap* penelitian dan objek penelitian yang digunakan, yaitu: (1) Penelitian terdahulu hanya membahas tentang rendahnya literasi keuangan pada generasi Z, sedangkan penelitian ini mengangkat masalah pergeseran perilaku generasi Z lebih memilih menggunakan dompet digital dibandingkan ATM, ketika melakukan pembayaran dan rendahnya literasi keuangan pada generasi Z, (2) Objek penelitian terdahulu menggunakan mahasiswa yang terbatas pada fakultas tertentu di PTN, namun penelitian ini menggunakan objek penelitian seluruh mahasiswa di PTN dan PTS di Indonesia kategori generasi Z, (3) Penelitian terdahulu

menggunkan *financial literacy* sebagai variabel bebas, namun pada penelitian ini sebagai variabel mediasi, (4) Periode penelitian dilakukan pada tahun 2023 (tahun terbaru).

B. KAJIAN LITERATUR

Financial Behaviour

Perilaku keuangan mengacu pada perilaku terkait dengan pengelolaan uang (Xiao, 2016). Konteks objek generasi Z dalam penelitian adalah mahasiswa di sebuah Perguruan Tinggi, dimana mereka sedang memasuki fase mengelola uang dan dipertimbangkan secara mandiri. Mereka memulai penganggaran, membayar tagihan, mengelola kredit, dan menangani masalah keuangan lainnya. Perilaku keuangan mahasiswa selama ini dapat mempengaruhi keputusan yang mereka buat di masa depan (Shim et al., 2009). Ketidakmampuan untuk mengelola masalah keuangan pada akhirnya dapat menyebabkan keputusan keuangan yang tidak tepat dan menciptakan beban bagi masa depan mereka. Sangat penting untuk mengajarkan mahasiswa bagaimana mengelola keuangan mereka sendiri, mulai dari pengelolaan aset dan langkah-langkah lainnya. *Financial behaviour* pada penelitian ini berfokus pada perilaku pengelolaan penggunaan uang untuk keperluan konsumsi pada generasi Z.

Maraknya *online shop* saat ini membawa dampak kekhawatiran berbelanja tanpa memperhatikan kebutuhan melainkan keinginan, dimana hal itu dapat mengarah pada gaya hidup yang lebih konsumtif. Orientasi generasi muda akan kenikmatan, kesenangan, dan kepuasan, yang pada akhirnya menyebabkan konsumsi berlebihan barang (Amaliya, 2017). Generasi muda yang dimaksud adalah mahasiswa yang bertindak sebagai agen perubahan karena mereka lebih akrab dengan teknologi digital dan dapat menggunakannya untuk mendukung aktivitas mereka saat ini. Kondisi ini dapat menimbulkan masalah, berbeda dengan konteks berbelanja, karena mahasiswa dapat menjadi lebih konsumtif tanpa mempertimbangkan kebutuhan (Ubaidillah, 2019).

Indikator yang digunakan dalam perilaku keuangan (Prihastuty dan Rahayuningsih, 2018) antara lain: (1) Membayar tagihan dengan tepat waktu, (2) Membuat anggaran pengeluaran, (3) Mencatat pengeluaran dan pengeluaran (harian, bulanan, dll.), (4) Menyediakan dana untuk pengeluaran tidak terduga, (5) Menabung secara teratur, dan (6) Membandingkan harga di toko, swalayan, atau supermarket sebelum melakukan pembelian. Penelitian ini berfokus pada perilaku keuangan mahasiswa untuk keperluan konsumsi, maka peneliti hanya menggunakan 5 indikator di atas. Peneliti tidak menyertakan indikator poin ke-5 yaitu menabung secara periodik.

Digital Payment

Technology Acceptance Model (TAM) membicarakan tentang bagaimana faktor psikologis internal individu memengaruhi adopsi teknologi baru dengan fokus pada dua kepercayaan: persepsi kegunaan digambarkan sebagai keyakinan individu bahwa memanfaatkan teknologi baru akan meningkatkan kinerja pekerjaan mereka, dan persepsi kemudahan digambarkan sebagai keyakinan individu bahwa menggunakan teknologi baru sangat mudah dan tidak membutuhkan banyak usaha (Davis, 1989). Studi Ferdiansyah & Triwahyuningtyas (2019), Irawan & Matoati (2021), Farida et al. (2021), dan Erlangga & Krisnawati (2020) mendukung teori bahwa perilaku keuangan mahasiswa lebih baik seiring dengan peningkatan manfaat teknologi keuangan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan Widiastuti et al. (2020), menemukan hal yang sebaliknya.

Tiga besar peringkat produk layanan *e-wallet* yang paling diminati mahasiswa, yaitu Gopay, OVO, Shopeepay. Kemudahan yang ditawarkan *e-wallet* kepada penggunanya, antara lain: membayar tagihan, memesan transportasi, membeli makanan, dan membayar



aktivitas *e-commerce*. Fasilitas yang ditawarkan seperti *cashback*, potongan diskon yang lebih besar daripada menggunakan metode pembayaran lain dalam berbelanja online, sangat menggiurkan bagi pengguna *e-wallet*. Berbagai kemudahan tersebut secara tidak langsung dapat menjerumuskan mereka ke dalam perilaku konsumtif.

Penelitian oleh Kumara dan Mutia (2020) menemukan bahwa penggunaan *e-wallet* berdampak pada perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian tersebut menemukan bahwa penyedia *e-wallet* gencar menawarkan diskon dan *cashback*, mendorong 80% responden untuk sering melakukan transaksi melalui *e-wallet*. Maysaroh (2021), Humaidi et al. (2020), teknologi finansial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan generasi Z di wilayah kecamatan Cakung Jakarta Timur. *Mobile banking* tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Trisuci dan Abidin, 2022). Adapun indikator dalam penelitian, antara lain: (1) *Perceived usefulness*, (2) *Perceived ease of use*, (3) Kredibilitas layanan, (4) *Pengaruh sosial*, (5) *Self-efficacy*.

Financial Literacy

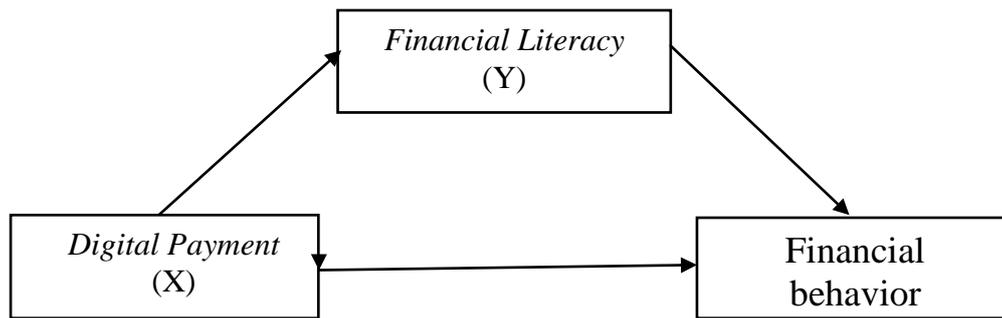
Menurut *Theory of Planned Behavior (TPB)*, perilaku seseorang dipengaruhi oleh informasi (Ajzen, 2005). Dalam penelitian ini, istilah "literasi keuangan" digunakan untuk menggambarkan informasi. Literasi keuangan mengacu pada seberapa baik seseorang memahami dan menerapkan konsep-konsep keuangan, yang pada gilirannya akan mempengaruhi bagaimana mereka mengelola keuangan mereka. Penelitian seperti Rohmanto & Susanti (2021), Masdupi et al. (2019), Sholeh (2019), Herawati et al. (2018), Hamdani (2018), Edirisinghe et al. (2017), dan Akben-Selcuk (2015) mendukung teori tersebut.

Bagaimana pengelolaan keuangan dapat membantu mahasiswa menghindari konsumsi berlebihan adalah salah satu hal yang perlu diperhatikan. Artinya, pengetahuan keuangan sangat penting untuk memahami masyarakat tentang keuangan. Jika mahasiswa memiliki pengetahuan keuangan yang baik, mereka akan dapat memilih barang dengan baik, mengelola keuangan dengan baik, dan merencanakan masa depan dengan baik. Pengetahuan tentang pengelolaan keuangan diajarkan kepada mahasiswa sejak dini, dimulai dari rumah, di sekolah hingga perguruan tinggi, dan di lingkungan masyarakat. Faktanya bahwa mahasiswa hampir tidak pernah menggunakan pengetahuan pengelolaan keuangan yang mereka pelajari dalam kehidupan sehari-hari. karena mereka cenderung kurang cerdas dalam menggunakan dan membelanjakan uangnya. Indikator *financial literacy* yang digunakan dalam penelitian adalah: (1) *Knowledge and skills*, (2) *Awareness*, (3) *Financial culture*, (4) *Use of finance*, (5) *Attitude towards finance and money*.

Menurut Susanti et al (2017), Azizah (2020), Maysaroh (2021), Puspita dan Isnalita (2019), Humaidi et al (2020), Halim dan Setyawan (2021), *financial literacy* mempunyai pengaruh positif terhadap perilaku keuangan. Fitriani dan Widodo (2020), Abeyrathna (2021), *financial knowledge* mempunyai hubungan positif dan signifikan terhadap financial behavior. Sustiyo (2020), Prihastuty dan Rahayuningsih(2018), Khalisharani et al (2022), literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku keuangan generasi Z dalam melakukan konsumsi.

Menurut Ramsay dan Capuano (2011) (dalam Ari dan Rikah, 2020), generasi milenial yang sadar keuangan lebih cenderung mengontrol atau bijak terhadap situasi keuangannya, dan meminimalkan resiko keuangan serta konsekuensi yang merugikan. Hasil studi Trisuci dan Abidin (2022), literasi keuangan tidak mempengaruhi hubungan antara Instagram dan perilaku konsumtif, disebabkan fakta bahwa pengetahuan mahasiswa tentang keuangan tidak dapat memengaruhi bagaimana mereka menggunakan media. Adapun penelitian ini menggunakan kerangka berpikir, sebagai berikut:





Sumber: Data diolah peneliti (2023)

Gambar 1. Kerangka Berpikir

Berdasarkan kerangka berpikir di atas, maka hipotesis penelitian yang diajukan sebagai berikut:

H1 : *Digital payment* berpengaruh secara langsung terhadap *financial behavior*.

H2 : *Digital payment* berpengaruh secara langsung terhadap *financial literacy*.

H3 : *Financial literacy* berpengaruh terhadap *financial behavior*

H4 : *Digital payment* berpengaruh secara tidak langsung terhadap *financial behavior* melalui *financial literacy*.

C. METODOLOGI PENELITIAN

Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan kategori *explanatory research*. Populasi dalam penelitian adalah mahasiswa pada Perguruan Tinggi Swasta (PTS) dan Perguruan Tinggi Negeri (PTN). Sampel penelitian sebesar 214 mahasiswa, menggunakan rumus *slovin* dengan *error* 5%, sebagai berikut : $n = N/1+Ne^2$. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan beberapa kriteria, seperti: (1) Mahasiswa PTS dan PTN 2019-2023, (2) Pernah melakukan transaksi salah satu *e-wallet* seperti OVO, *Gopay* dan *Shopeepay* dan sejenisnya, (3) Usia mahasiswa kategori generasi Z. Jenis sumber data yang digunakan adalah data primer, dengan teknik pengumpulan data berupa kuesioner (*google form*), yang disebarakan ke beberapa sosial media dan grup *WhatsApp*.

Skala pengukuran menggunakan skala likert dengan rentang nilai 1-6, mulai dari 1="sangat tidak setuju"; 2="tidak setuju"; 3="sedikit tidak setuju"; 4="sedikit setuju"; 5="setuju"; dan 6="sangat setuju". Pengukuran untuk indikator perilaku (*financial behaviour*) menggunakan skala likert sebagai berikut: 1="sama sekali tidak pernah"; 2="tidak pernah"; 3="Jarang"; 4="kadang – kadang"; 5="sering"; dan 6="selalu". Data dalam penelitian ini diolah dengan *Structural Equation Modeling (SEM)*, menggunakan *software Partial Least Squares (PLS)* 3.2.9.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Berdasarkan 214 sampel sekitar 51,40% pengguna *digital payment* adalah berjenis kelamin perempuan, dan sebesar 48,60% adalah pria. Perempuan lebih banyak menggunakan *digital payment* untuk berbelanja *online* melalui *e-commerce*, dimana aplikasi peringkat 3 besar yang paling digemari generasi Z yaitu: *Shopee*, *Tokopedia* dan *Bukalapak*.



Fenomena tersebut terjadi karena banyak penawaran diskon menarik bagi pengguna e-wallet, seperti: *Flash Sale*, *Harbonas*, *Single's Day*, dan sebagainya.

Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

1. Uji Validitas

Pengujian validitas dalam PLS SEM, terdiri dari validitas konvergen dan validitas diskriminan.

a. Validitas Konvergen

Validitas konvergen memiliki *rule of thumb* dengan $AVE > 0,5$ (Ghozali, 2015).

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Konvergen

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)	Nilai Kritis	Hasil Pengujian
<i>Digital Payment (X)</i>	0,538	>0,5	Valid
<i>Financial Behavior (Z)</i>	0,724		Valid
<i>Financial Literacy (Y)</i>	0,807		Valid

Sumber: Data diolah peneliti (2023)

b. Validitas Diskriminan

Discriminant validity yang baik mampu menjelaskan variabel indikatornya lebih tinggi dibandingkan dengan menjelaskan varian dari indikator pada variabel laten yang lain.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Diskriminan

Variabel	<i>Digital Payment (X)</i>	<i>Financial Behavior (Z)</i>	<i>Financial Literacy (Y)</i>
<i>Digital Payment (X)</i>	0,733		
<i>Financial Behavior (Z)</i>	0,636	0,851	
<i>Financial Literacy (Y)</i>	0,666	0,815	0,898

Sumber: Data diolah peneliti (2023)

2. Uji Reliabilitas

Dua kriteria untuk pengujian reliabilitas, yaitu *Cronbach's Alpha* > 0,6 dan *Composite Reliability* > 0,7 dari blok indikator yang mengukur konstruk (Ghozali, 2014).

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i> >0,6	<i>Composite Reliability</i> >0,7	Hasil Pengujian
<i>Digital Payment (X)</i>	0,778	0,851	Reliabel
<i>Financial Behavior (Z)</i>	0,904	0,929	Reliabel
<i>Financial Literacy (Y)</i>	0,940	0,954	Reliabel

Sumber: Data diolah peneliti (2023)



Model Struktural (Inner Model)

Kriteria *R-Square* digunakan untuk menilai pengukuran struktural. Nilai *R-Square* adalah koefisien determinasi untuk variabel dependen. Model prediksi akan berhasil jika tingkat *R-Square* tinggi (Indrawati, 2017).

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi

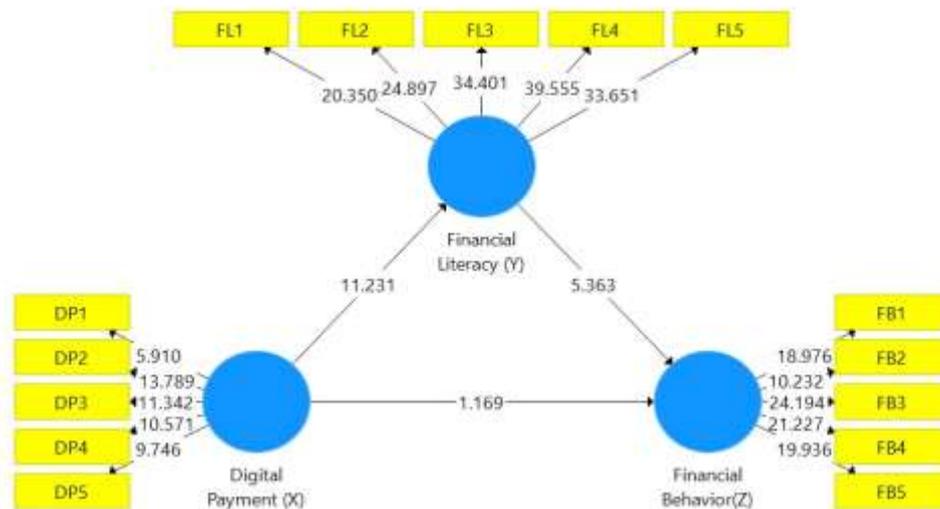
	<i>R Square</i>	<i>R Square Adjusted</i>
<i>Financial Behavior (Z)</i>	0,680	0,677
<i>Financial Literacy (Y)</i>	0,443	0,440

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2023)

Berdasarkan data di atas, *R Square financial behavior* 0,680. Artinya, sebesar 68% variabel *financial behavior* dapat dijelaskan oleh variabel *digital payment*, dan *financial literacy*, sisanya sekitar 32% dijelaskan di luar model penelitian. *R Square financial literacy* 0,443. Artinya, sebesar 44,3% variabel *financial literacy* dapat dijelaskan oleh variabel *digital payment*, sisanya sekitar 55,7% dijelaskan di luar model penelitian.

Pengukuran struktural (Inner Model)

Hasil penelitian ini menggunakan bootstrapping untuk menunjukkan tingkat signifikan dan menunjukkan pengaruh skor t yang dihasilkan.



Sumber: Data diolah oleh peneliti (2023)

Gambar 2. Hasil *Bootstrapping*

Pengujian hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut: (1) Apabila skor P value > *level of significant*, maka Ha ditolak dan Ho diterima. (2) Apabila skor P value < *level of significant*, maka Ha diterima dan H0 ditolak.

Tabel 6. Hasil Uji Hipotesis

Variabel	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Hasil Pengujian
Digital Payment (X) -> Financial Behavior (Z)	0,168	1,169	0,243	H1 ditolak
Digital Payment (X) -> Financial Literacy (Y)	0,666	11,231	0,000	H2 diterima
Financial Literacy (Y) -> Financial Behavior (Z)	0,703	5,363	0,000	H3 diterima
Digital Payment (X) -> Financial Literacy (Y) -> Financial Behavior (Z)	0,468	5,016	0,000	H4 diterima

Sumber: Data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan hasil penelitian di atas, bahwa digital payment tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku pengelola keuangan mahasiswa untuk keperluan konsumtif. Hasil penelitian ini sesuai dengan Nurdin et al. (2021) dan Trisuci dan Abidin (2022). Hal ini terjadi karena besar kecilnya pengeluaran untuk keperluan konsumsi mahasiswa tidak ditentukan oleh kepemilikan *digital payment* sebagai alat bayar, melainkan mereka lebih menyukai pembayaran secara langsung yaitu tunai pada saat bertransaksi secara langsung, COD (*Cash On Delivery*) ketika bertransaksi secara *online*, dan penggunaan *mobile banking*.

Digital payment berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *financial literacy*, dimana relevan dengan hasil penelitian Maulidah et al. (2022). *Financial technology* berbasis *digital payment* merupakan terobosan teknologi pembayaran terkini, dimana menuntut perkembangan *financial literacy* sebagai *support system* bagi pelaku penggunaannya. Pengetahuan dan keterampilan diperlukan agar mempermudah pengguna dalam pengaplikasian *e-wallet* untuk keperluan transaksi pembayaran. Generasi Z adalah generasi yang paling cepat dan melek teknologi dibandingkan generasi lain, sehingga lebih adaptif dalam pengaplikasiannya untuk mendukung aktivitas mereka.

Financial literacy berpengaruh secara positif terhadap *financial behavior*. Hasil tersebut sesuai dengan Susanti et al (2017), Azizah (2020), Maysaroh (2021), Puspita dan Isnalita (2019), Humaidi et al (2020), Halim dan Setyawan (2021), Fitriani dan Widodo (2020), Abeyrathna (2021). Artinya, mahasiswa yang mempunyai literasi keuangan yang baik, selaras dengan tingkat kematangan generasi Z dalam mengelola perilaku keuangannya. Khususnya dalam hal *manage* pengeluaran untuk keperluan konsumsi.

Digital payment berpengaruh secara positif terhadap *financial behavior* melalui *financial literacy*. Menurut Ramsay dan Capuano (2011) (dalam Ari dan Rikah, 2020), Gen Z lebih cenderung bijaksana dan memiliki kontrol atas keuangan mereka. Tercermin dari penggunaan *e-wallet* sebagai alat pembayaran atas transaksi pengeluaran dana untuk keperluan konsumsi. Kematangan dalam perencanaan pengeluaran untuk kebutuhan konsumsi dapat meminimalkan resiko keuangan dan konsekuensi yang merugikan.

E. KESIMPULAN

Simpulan dari hasil penelitian antara lain: (1) Besar kecilnya pengeluaran konsumsi tidak ditentukan oleh kepemilikan *digital payment*, (2) Generasi z adalah generasi yang paling cepat dan melek teknologi, sehingga sangat mudah untuk beradaptasi dan belajar teknologi dibanding generasi lain, (3) Mahasiswa yang mempunyai literasi keuangan baik berdampak pada tingkat kematangan perilaku generasi z dalam mengelola pengeluaran untuk konsumsi, (4) Generasi z yang melek finansial lebih cenderung bijak dan dapat mengontrol situasi keuangannya. Tercermin dari penggunaan e-wallet sebagai alat pembayaran atas transaksi pengeluaran dana untuk keperluan konsumsi. Kematangan dalam perencanaan pengeluaran untuk kebutuhan konsumsi dapat meminimalkan resiko keuangan dan konsekuensi yang merugikan.

Adapun saran untuk peneliti selanjutnya, yakni: (1) Menambahkan faktor demografi sebagai variabel atau indikator, sehingga diperoleh hasil penelitian lebih luas dan akurat lagi, (2) Menambahkan kerentanan keuangan sebagai variabel dampak yang ditimbulkan dari pemakaian teknologi keuangan, selain dari manfaat yang diperoleh pengguna, (3) Memasukkan peran orang tua dalam indikator pengukuran *financial literacy*

Implikasi teoritis penelitian ini adalah terlepas apapun alat pembayarannya, pos pengeluaran untuk keperluan konsumsi harus melalui perencanaan yang matang sehingga lebih tepat asasan penggunaannya. Penelitian ini juga berimplikasi praktis, seperti: (1) Generasi z harus lebih selektif dalam menentukan kebutuhan dan keinginannya, sehingga mengetahui mana yang diprioritaskan terlebih dahulu, dan (2) *Upgrade* diri akan pengetahuan diperlukan untuk menghadapi perkembangan teknologi keuangan yang semakin maju, apabila literasi keuangan baik terlihat lebih *confidence* dalam menggunakan, mengelola dan memutuskan masalah keuangannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Mustofa, M. U. (2019). *Pengaruh Pengetahuan Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Dengan Sikap Keuangan Dan Self-Efficacy Sebagai Variabel Mediasi*, Perpust. Univ. Airlangga. Available: <http://repository.unair.ac.id/88317/>.
- Azizah, N. (2020). *Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup pada Perilaku Keuangan pada Generasi Milenial*. Prisma, 01(02), 92 – 101.
- Fitriani, A dan Widodo, A. (2020). *Pengaruh Financial Knowledge terhadap Financial Behavior dengan Financial Attitude sebagai Variabel Intervening pada Generasi Z*. Jurnal Ilmiah MEA, 04(02).
- Hakim, L., Sunardi, N. (2017). Determinant of leverage and it's implication on company value of real estate and property sector listing in IDX period of 2011-2015. *Man in India*, 97(24), pp. 131-148.
- Halim, M., dan Setyawan, I. (2021). *Determinant Factors of Financial Management Behavior Among People in Jakarta During COVID-19 Pandemic*. Atlantis Press, 570.
- Humaidi, A. et al. (2020). *The Effect of Financial Technology, Demography, and Financial Literacy on Financial Management Behavior of Productive Age in Surabaya, Indonesia*. International Journal of Advances in Scientific Research and Engineering (ijasre), 06(01).
- Husain, T., & Sunardi, N. (2020). Firm's Value Prediction Based on Profitability Ratios and Dividend Policy. *Finance & Economics Review*, 2(2), 13-26.



- Kadim, A., & Sunardi, N. (2022). Financial Management System (QRIS) based on UTAUT Model Approach in Jabodetabek. *International Journal of Artificial Intelligence Research*, 6(1).
- Kadim, A., Sunardi, N & Husain, T. (2020). The modeling firm's value based on financial ratios, intellectual capital and dividend policy. *Accounting*, 6(5), 859-870.
- Khalisharani, H. et al. (2022). The Influence of Financial Literacy and Attitude Towards Financial Behaviour Amongst Undergraduate Students: A Cross-Country Evidence. *Pertanika Journals*, 30(02), 449 – 474.
- Luburic, R., dan Fabris, N. (2018). *Financial Literacy in Terms of Quality of Life*. Association for Quality and Standardization of Serbia.
- Maysaroh, H. (2021). *Analisis Perilaku Keuangan Generasi Z dalam Cashless Society di Wilayah Kecamatan Cakung Jakarta Timur*. *Jurnal Visioninda*, 07(02) .
- Nardi Sunardi Et Al (2020). Determinants of Debt Policy and Company's Performance, *International Journal of Economics and Business Administration* Volume VIII Issue 4, 204-213
- Prihastuty, D., dan Rahayuningsih, S. (2018). *Pengaruh Financial Literacy, Financial Behavior, Financial Attitude, Dan Demografi Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Pada Mahasiswa Strata I Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)*. *Jurnal Hasil Penelitian LPPM Untag Surabaya*, 03(02), 121 – 134.
- Pspita, G., dan Isnalita. (2019). *Financial Literacy: Pengetahuan, Kepercayaan Diri dan Perilaku Keuangan Mahasiswa Akuntansi*. *Owner Riset dan Jurnal Akuntansi*, 03(02).
- Puspita, Y. C. (2019). *Penggunaan Digital Payment Pada Aplikasi Ovo*. *Jurnal Manajemen Informatika*, 09(02), 121–128. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jurnal-manajemeninformatika/article/view/29471/26993>
- Sunardi, N., & Tatariyanto, F. . (2023). The Impact of the Covid-19 Pandemic and Fintech Adoption on Financial Performance Moderating by Capital Adequacy . *International Journal of Islamic Business and Management Review*, 3(1), 102–118. <https://doi.org/10.54099/ijibmr.v3i1.620>
- Susanti, A, et al. (2017). *Tingkat Pendidikan, Literasi Keuangan, dan Perencanaan Keuangan terhadap Perilaku Keuangan UMKM di Surakarta*. *Telaah Bisnis*, 18(01), 25 – 36.
- Sustiyo, J. (2020). *Apakah Literasi Keuangan Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Generasi Z?* *Jurnal Manajemen Mandiri Saburai*, 04(01).
- Trisuci, C., dan Abidin, F. (2022). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram, Gaya Hidup, Sikap Keuangan, dan Kemudahan Fasilitas Digital Payment pada Mobile Banking terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Masa Pandemi Covid-19 Melalui Peran Literasi Keuangan sebagai Variabel Moderasi*. *Indonesian Journal of Law and Economics Review*, 16.