

Pengaruh Literasi Keuangan Digital terhadap Perilaku Belanja dan Perilaku Menabung Gen Z (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang)

Putri Octavia Susanto*, Ujang Suherman, Rengga Madya Pranata

Universitas Buana Perjuangan Karawang, Indonesia

Email: mn21.putrisusanto@mhs.ubpkarawang.ac.id*, ujang.suherman@ubpkarawang.ac.id, rengga.madya@ubpkarawang.ac.id

Keywords:

digital financial literacy; gen Z; shopping behavior; saving.

Kata Kunci:

literasi keuangan digital; gen Z; perilaku belanja; menabung.

Abstract

Rapid technological developments have had a significant impact on various areas of life, including the economy, which has changed the way people manage their finances, especially Gen Z. The purpose of this study is to determine the effect of digital financial literacy on Gen Z's behavior in saving and spending their finances. Rapid technological developments have a significant impact on various areas of life, including the economy, which has changed the way people manage their finances, especially Gen Z. This generation is known to have skills and experience in using modern technology. The method used in this study is a quantitative method with primary data as the main data. The population of this study uses data from UBP Karawang's 21st batch of management students, totaling 1,004 students. In addition, researchers used purposeful sampling measured using Slovin, so the number of samples was 100 students. Researchers also used a questionnaire data collection technique containing a collection of statements from respondents via Google Form. In their study, researchers found that digital financial literacy has a significant effect on spending. However, it does not have a significant effect on saving behavior.

Abstrak

Perkembangan teknologi yang cepat dengan sangat berdampak pada berbagai bidang kehidupan, termasuk ekonomi, yang merubah cara masyarakat untuk mengelola keuangan, terutama gen Z. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari literasi keuangan digital terhadap perilaku gen Z dalam menabung dan membelanjakan keuangannya. Perkembangan teknologi yang cepat sangat berdampak pada berbagai bidang kehidupan termasuk ekonomi yang merubah cara masyarakat untuk mengelola keuangan terutama gen z. generasi ini dikenal memiliki keterampilan dan pengalaman dalam menggunakan teknologi modern. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan data primer sebagai data utama. Populasi penelitian ini menggunakan data dari mahasiswa manajemen UBP Karawang angkatan 21 yang berjumlah 1.004 mahasiswa. Selain itu, peneliti menggunakan purpose sampling yang diukur menggunakan slovin, maka jumlah sample sebanyak 100 mahasiswa. Peneliti juga menggunakan teknik pengumpulan data berupa kuesioner yang berisi kumpulan pernyataan dari para responden melalui google form. Dalam penelitiannya, peneliti menemukan literasi keuangan digital berpengaruh signifikan terhadap belanja gen z. Namun, tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku menabung gen z.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang cepat dengan sangat berdampak pada berbagai bidang kehidupan, termasuk ekonomi, yang merubah cara masyarakat untuk mengelola keuangan, terutama gen Z. generasi ini dikenal memiliki keterampilan dan pengalaman dalam menggunakan sebuah teknologi modern yang secara tidak langsung mengubah cara hidup mereka. Salah satu contoh munculnya fintech atau teknologi keuangan, yang merupakan

inovasi penting di sektor keuangan. Fintech memiliki tujuan untuk memudahkan masyarakat dalam mengakses produk keuangan modern dan simple melalui ponsel pintar mereka. Produk yang di tawarkan oleh fintech meliputi kemudahan dalam sistem pembayaran, transfer uang, investasi, perdagangan, simpan, pinjam, asuransi, serta dukungan UMKM (usaha menengah kecil menengah) (Arnold Ega H., 2025).

Kenaikan penggunaan internet akan ponsel pintar pada gen Z, dan ketergantungannya tidak sebanding dengan pengetahuan tentang penggunaan teknologi digital. OJK mengatakan bahwa tingkat pemahaman masyarakat tentang hal-hal keuangan masih kurang, sehingga pemahaman masyarakat tentang hal-hal keuangan perlu di tingkatkan seperti negara-negara lain di wilayah ASEAN. Literasi keuangan digital menggambarkan seberapa baik seseorang memahami berbagai aspek literasi keuangan, termasuk cara menggunakan produk teknologi finansial.

Adapun hasil OJK dalam survei nasional pada tahun 2022 mengenai inklusi keuangan dan literasi keuangan yaitu pada gambar berikut:



Gambar 1.

Sumber: <https://sikapiuangmu.ojk.go.id>

Menurut data diatas, tingkat indeks literasi keuangan dan indeks inklusi keuangan pada tahun 2013 sampai tahun 2022 mengalami kenaikan. Yaitu dari 21,84% menjadi 49,68% (literasi keuangan) dan dari 59,74% menjadi 85,10% (inklusi keuangan). Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran masyarakat tentang keuangan, layanan keuangan serta akses terhadap produk mengalami kenaikan dari tahun ke tahun.

Gen z merupakan generasi yang aktif di media sosial dan lebih paham digital daripada generasi yang lain, hal ini menyebabkan gen z rentan terjebak sel reward (bentuk penghargaan diri sendiri) yang berlebihan karena terpengaruh konten di dunia maya sehingga menghabiskan lebih banyak uang untuk mengikuti trend dan membuat mereka terlihat lebih menarik dunia maya

Kita perlu mengkaji literasi keuangan digital karena berpengaruh terhadap gen Z dalam mengelola keuangan mereka untuk menabung dan membelanjakannya karena gen Z kebanyakan menerapkan gaya hidup secara digital. Seperti belanja online dan transaksi keuangan lainnya. Sehingga gen Z kurang terkontrol dalam melakukan tindakan konsumtif, sehingga lebih memilih belanja dibandingkan untuk menabung.

Literasi keuangan bisa juga merupakan pengetahuan dasar dalam memahami produk atau jasa keuangan digital, seperti e-wallet, digital banking, serta suatu keterampilan teknis dalam memakai transaksi keuangan. yang bisa mempengaruhi sikap gen Z, untuk menambah kualitas

dalam pengelolaan keuangan dan pengambilan keputusan untuk mencapai kesejahteraan keuangan.

Untuk menghindari adanya risiko keuangan masyarakat pada umumnya dan gen z khususnya perlu mengerti dan memahami risiko penipuan online. Serta mengerti perlindungan data pribadi (tidak mudah memberikan data pribadi ke orang lain) dalam berbelanja online, memahami keamanan dalam transaksi online misalnya bahaya menggunakan wifi publik.

Literasi keuangan merupakan modal penting gen Z dalam mempersiapkan masa depan yang lebih sejahtera juga merupakan keterampilan teknis keuangan. Selain itu, bukan hanya mengelola uang secara pribadi aja tetapi untuk memahami tentang jasa keuangan dalam memudahkan transaksi kehidupan sehari-hari. Literasi keuangan juga harus ditingkatkan untuk mengimbangi perkembangan jasa keuangan agar tidak menjadi korban penipuan. Pemahaman ini juga memberi gambaran untuk perencanaan hidup dalam keadaan finansial. Oleh karena itu pengetahuan literasi keuangan secara dini terutama gen Z dalam membantu persiapan keadaan keuangan yang kuat dimasa tua.

Literasi keuangan bisa bermanfaat agar masyarakat khususnya gen Z dapat menghindari penipuan dan aktivitas keuangan illegal serta pengetahuan yang mempengaruhi perilaku pengelolaan keuangan untuk meningkatkan kesejahteraan khususnya gen Z. jadi, seseorang yang mempunyai tingkat literasi tinggi tentunya semakin baik perilaku menabung dan berbelanja. Dikarenakan, mereka dalam menggunakan dan mengelola keuangan di perhitungkan dengan tidak membeli barang yang tidak diperlukan tanpa berpikir terlebih dahulu. Dari survei nasional tahun 2024 indeks literasi keuangan penduduk Indonesia 60,54% dan indeks inklusi keuangan 75,02%. hal ini bisa diartikan bahwa masyarakat menggunakan jasa layanan, tetapi tidak mengetahui manfaat dan risikonya. Sedangkan gen Z, mempunyai pemahaman literasi keuangan 70% dan inklusi keuangan 79%.

Literasi keuangan bisa juga merupakan pengetahuan dasar dalam memahami produk atau jasa keuangan digital, seperti e-wallet, digital banking, serta suatu keterampilan teknis dalam memakai transaksi keuangan yang bisa mempengaruhi sikap Gen Z untuk menambah kualitas dalam pengelolaan keuangan dan pengambilan keputusan untuk mencapai kesejahteraan keuangan. Penelitian oleh (Lestari et al., 2024) membahas pengaruh financial technology terhadap manajemen keuangan Generasi Z, menemukan bahwa fintech menawarkan akses mudah ke layanan keuangan tetapi literasi keuangan yang rendah dapat mengakibatkan manajemen keuangan yang kurang optimal. Penelitian oleh (Anwar, 2025) menunjukkan bahwa literasi keuangan digital secara positif dan signifikan mempengaruhi perilaku menabung dan kesejahteraan finansial, tetapi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku belanja.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana literasi keuangan digital mempengaruhi cara Gen Z melakukan belanja dan bagaimana literasi keuangan digital mempengaruhi kebiasaan kalangan Gen Z dalam menabung. Berdasarkan data diatas, maka penulis berminat untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh literasi keuangan digital terhadap perilaku belanja dan menabung Gen Z pada mahasiswa UBP Karawang". Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan literasi keuangan digital di kalangan mahasiswa dan menjadi bahan pertimbangan bagi lembaga pendidikan dan pemangku kebijakan dalam merancang program edukasi keuangan yang lebih efektif.

METODE PENELITIAN

Peneliti memilih metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer sebagai data utama pada penelitian ini. Disamping itu, populasi pada penelitian ini menggunakan mahasiswa Manajemen UBP Karawang angkatan 21 yang berjumlah 1.004 mahasiswa. Dengan memakai metode purposive sampling dan rumus Slovin, jumlah sampel ditentukan sebanyak 100 mahasiswa. Data dikumpulkan melalui Google Form. Hasil yang ditunjukkan dari penelitian ini adalah literasi keuangan digital berpengaruh signifikan terhadap belanja tetapi tidak signifikan berpengaruh terhadap menabung. Teknik analisis meliputi teknik deskriptif dan regresi dengan menggunakan SPSS versi 26.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Normalitas

Uji Normalitas

Tabel 1. One Sample Kolmogorov Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.71004222
Most Extreme Differences	Absolute	.065
	Positive	.040
	Negative	-.065
Test Statistic		.065
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Berdasarkan hasil Uji normalitas menunjukkan bahwa data yang digunakan memiliki distribusi normal atau baik, dengan nilai asymp.sig sebesar 0,200. Pada uji normalitas, nilai asymp.sig harus lebih besar dari 0,05.

Hasil uji Hipotesis H1

Tabel 2. (Uji t) Literasi Keuangan berpengaruh terhadap perilaku belanja. Hal ini terlihat pada tabel, berikut ini.

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	16.093	1.602		10.047	.000
	Literasi keuangan	-.356	.128	-.272	2.779	.007

a. Dependent Variable: belanja

Dari hasil uji hipotesis bahwa variabel literasi keuangan mempunyai nilai t hitung sebesar 2,779 > 1,985 Dengan tingkat signifikan 0,007 yang kurang dari 0,05, maka H1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku belanja.

Hasil uji Hipotesis H2

Tabel 3. (Uji t) Literasi Keuangan tidak berpengaruh terhadap menabung. Hal ini terlihat pada tabel, berikut ini.

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.865	2.115	7.974	.000
	Literasi keuangan	.039	.169	.023	.820

a. Dependent Variable: perilaku menabung

Berdasarkan hasil uji hipotesis di atas bahwa variabel literasi keuangan mempunyai nilai t hitung sebesar 0,228 < 1,985 Dengan tingkat signifikan 0,820 yang lebih besar dari 0,05, maka H2 ditolak, hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku menabung.

Literasi keuangan pengaruh terhadap Perilaku belanja

Dari hasil uji hipotesis terlihat bahwa variabel belanja mempunyai nilai t hitung 2,779 yang lebih besar dari 1,985 dengan tingkat signifikansi 0,007. Jika tingkat signifikan adalah 0,05, maka hipotesis H1 diterima, yang berarti menunjukkan literasi keuangan dapat mempengaruhi secara signifikan keputusan dan kebiasaan belanja.

Literasi Keuangan pengaruh terhadap menabung

Hasil uji hipotesis terlihat bahwa variabel menabung mempunyai nilai t sebesar 0,228 < 1,985 Dengan tingkat signifikan 0,820. Jika tingkat signifikan adalah 0,05, maka H2 ditolak, yang berarti menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak dapat mempengaruhi signifikan keputusan dan kebiasaan menabung.

KESIMPULAN

Hasil dari data yang diperoleh peneliti, menyimpulkan bahwa kemampuan literasi keuangan digital memiliki pengaruh penting terhadap perilaku belanja tetapi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap menabung gen Z. ini berarti bahwa semakin seseorang menguasai literasi keuangan digital maka berpengaruh pada kebiasaan berbelanja dikarenakan mereka mengambil keputusan yang tepat dalam menggunakan dan mengelola keuangannya. Namun, belum tentu baik dalam menabung. Peningkatan literasi keuangan digital dapat membantu seseorang terutama kalangan gen z, lebih bijak dalam mengelola keuangannya, sehingga dapat menghindari berbelanja impulsif, menghindari penipuan online, dan dapat membantu persiapan keadaan keuangan yang kuat di masa tua.

Literasi keuangan berpengaruh signifikan perilaku belanja sehingga semakin tinggi pemahaman semakin rendah kecenderungan untuk berbelanja. Karena pemahaman yang baik membantu gen z mengelola keuangannya sehingga berhati-hati dan tidak terpengaruh gaya hidup konsumtif. Dengan tidak memilih menghabiskan uang untuk di belanjakan tetapi lebih memilih digunakan untuk menabung. Literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap menabung, terutama pada kalangan mahasiswa karena sering kali perilaku menabung dipengaruhi oleh pengendalian diri. Seperti gaya hidup, faktor emosional, karena mungkin dipengaruhi belum memiliki pendapatan yang tetap sehingga pemahaman keuangan tidak langsung mengubah perilaku menabung. Literasi keuangan merupakan modal penting gen z,

untuk mempunyai keterampilan teknis keuangan dan memahami tentang jasa keuangan agar memudahkan transaksi kehidupan sehari-hari. Juga bisa bermanfaat dalam menghindari penipuan dan aktifitas keuangan illegal serta pengetahuan yang mempengaruhi perilaku pengelolaan keuangan.

Untuk mengatasi rendahnya literasi keuangan digital pada generasi Z, diperlukan peningkatan edukasi keuangan digital sejak dini melalui sekolah, media sosial, dan program OJK. Perusahaan fintech juga harus memberikan informasi yang jelas, edukatif, dan transparan mengenai produk serta risikonya. Selain itu, generasi Z perlu meningkatkan kesadaran dan sikap kritis dalam menggunakan layanan keuangan digital agar penggunaan fintech sejalan dengan pemahaman keuangan yang baik. Untuk meningkatkan literasi keuangan terutama bagi generasi z bisa dilakukan dengan mempelajari dasar-dasar keuangan seperti anggaran, investasi, membiasakan menabung, mengurangi pengeluaran impulsif dengan cara menghindari gaya kehidupan berlebihan yang sering dipengaruhi oleh media sosial, edukasi utang dengan memahami risiko utang konsumtif dan risiko pinjaman online, dan membuat tujuan keuangan yang jelas. Untuk meningkatkan literasi keuangan terutama bagi generasi z bisa juga dilakukan dengan memahami fondasi keuangan seperti membuat budget keuangan, mencatat pengeluaran, membuat dana darurat. cermat dalam berutang dan berinvestasi dengan menghindari investasi karena trend media sosial, memahami risiko dalam berinvestasi, menghindari utang konsumtif untuk barang yang tidak mendesak.meningkatkan literasi melalui teknologi dengan mempelajari dari sumber terpercaya seperti perencana keuangan, membaca artikel, menonton video pendidikan keuangan, mendengarkan podcast dari pakar (ahli) keuangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arnold Ega H. (2025). Pengaruh Kompetensi, Independensi, Skeptisme Proposional Dan Standar Auditing Terhadap kualitas Audit Di kantor Akuntan Publik Di Wilayah Kota Semarang. *Journal Of Economic, Bussines And Accounting*.
- Arief, A. N. A. (2018). Analisis Perilaku Menabung Masyarakat Desa Sriwangi Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur.
- Audina, M., Isnurhadi, I., & Andriana, I. (2022). Factors that Influence Behavioral Intention of Digital Financial Transactions on the Millennial Generation in Palembang. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(2), 17872–17883. <https://doi.org/10.33258/birci.v5i2.5768>
- Ayuningtyas, M. F., & Irawan, A. (2021). the Influence of Financial Literacy on Bandung Generation Z Consumers Impulsive Buying Behavior With SelfControl As Mediating Variable. *Advanced International Journal of Business, Entrepreneurship and SMEs*, 3(9), 155–171. <https://doi.org/10.35631/aijbes.39012>
- Az-Zahra, K. N., Andriana, I., & Thamrin, K. M. H. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah dalam Perspektif Syariah (Studi pada Mahasiswa S1 Fe Universitas Sriwijaya). *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(4), 1801–1809. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i4.1995>
- Azizah, N. S. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Pada Perilaku Keuangan Pada Generasi Milenial. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 01 (02), 92–101.
- Barito, A., Widiyanti, R., & Husnurropiq. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Digital Dan Efikasi Keuangan Terhadap Perilaku Investasi. *Al-Ulum Ilmu Sosial Dan Humairo*, 8

(2), 95–104.

- Farida, M. N., Soesatyo, Y., & Aji, T. S. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan dan Penggunaan Teknologi Keuangan terhadap Kepuasan Keuangan melalui Perilaku Keuangan. 2015.
- Hastini, L. Y., Fahmi, R., & Lukito, H. (2020). Apakah Pembelajaran Menggunakan Teknologi dapat Meningkatkan Literasi Manusia pada Generasi Z di Indonesia? *Jurnal Manajemen Informatika (JAMIKA)*, 10(1), 12–28. <https://doi.org/10.34010/jamika.v10i1.2678>
- Ida, & Dwinta, C. Y. (2010). Pengaruh Locus Of Control , Financial Knowledge , Income Terhadap Financial Management Behavior. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 12(3), 131–144.
- Ida Kartika & Christiawan (2025). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Literasi Keuangan Digital Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan Qris Dalam Transaksi Non Tunai Oleh Generasi Z Di Solo Raya. *Journal Of Artificial Intelligence and Digital Bussines*
- Kusnandar, D. L., & Kurniawan, D. (2018). Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Ibu Rumah Tangga Dalam Membentuk Perilaku Keuangan Keluarga di Kota Tasikmalaya. *Seminar Nasional dan Call for Paper Sustainable Competitive Advantage (SCA) 8 Purwokerto*, 1(8), 1–12. <http://www.jp.feb.unsoed.ac.id/index.php/sca-1/article/view/1194>
- Siska Handayani, Goso Goso, Muh. Halim (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Inklusi Keuangan Pada Layanan Digital Shopeepay. *Reslaj: Religion Eduation Social Laa Roiba Journal*