

BAB I

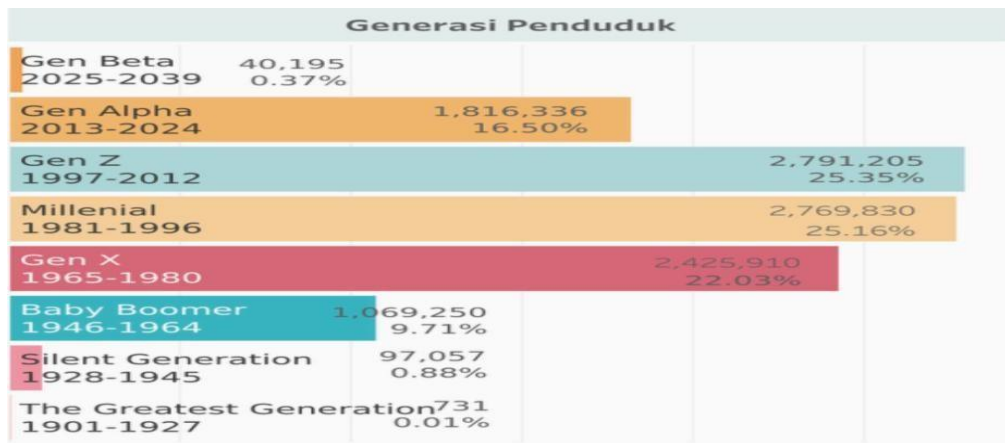
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pengelolaan keuangan merupakan salah satu aspek penting dalam kehidupan individu yang berkaitan dengan kemampuan dalam merencanakan, mengatur, dan mengendalikan penggunaan sumber daya finansial secara efektif. Kemampuan ini menjadi semakin penting di tengah perkembangan teknologi dan ekonomi yang semakin pesat. Namun, dalam praktiknya, tidak semua individu memiliki kemampuan pengelolaan keuangan yang memadai. Perbedaan tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti tingkat literasi keuangan, lingkungan sosial, serta pola gaya hidup yang berkembang di masyarakat.

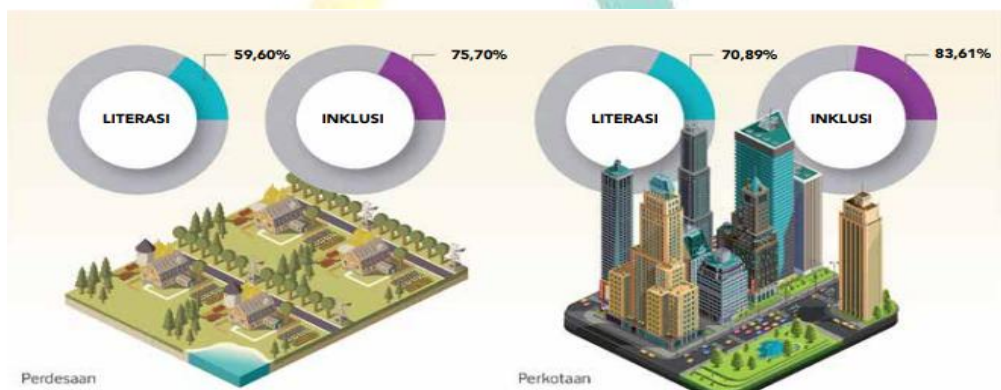
Salah satu kelompok yang menarik untuk diteliti terkait perilaku keuangan adalah Generasi Z. Generasi Z merupakan kelompok individu yang lahir pada rentang tahun 1997 hingga 2012. Berbeda dengan generasi sebelumnya, Generasi Z merupakan angkatan pertama yang sejak kecil telah akrab dengan perkembangan teknologi digital dan internet. Oleh karena itu, mereka sering disebut sebagai “*digital native*” karena terbiasa hidup dalam era transformasi digital serta mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan yang ditimbulkan oleh kemajuan teknologi (Setia, 2024). Karakteristik ini membuat Generasi Z memiliki akses yang luas terhadap informasi serta kemudahan dalam menggunakan berbagai layanan keuangan berbasis digital.

Secara demografis, Generasi Z merupakan kelompok dengan jumlah populasi terbesar di Indonesia. Persentasenya mencapai 27,94% dari keseluruhan jumlah penduduk Indonesia, atau setara dengan kurang lebih 74,93 juta jiwa (Komala dkk., 2024). Berdasarkan data dari Dinas Dukcapil Provinsi DKI Jakarta Semester I Tahun 2025, tercatat bahwa lebih dari setengah penduduk Jakarta berasal dari Generasi Z mencapai sekitar 2.791.205 jiwa atau sekitar 25,35% dari total penduduk.



Gambar 1.1 Jumlah Penduduk Jakarta Menurut Generasi

Hal ini menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki peran strategis dalam aktivitas ekonomi, khususnya di wilayah perkotaan dengan tingkat konsumsi yang tinggi seperti Jakarta. Namun, tingginya akses tersebut tidak selalu diiringi dengan tingkat pemahaman dalam pengelolaan keuangan.



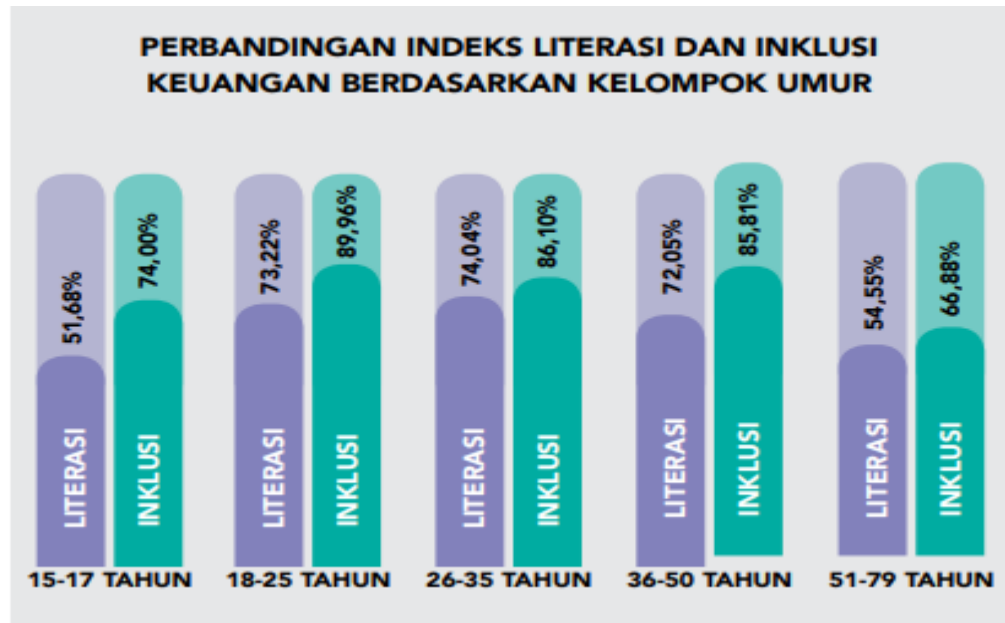
Gambar 1. 2 Perbandingan Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Berdasarkan Wilayah (OJK, 2025).

Berdasarkan Gambar 1.2, terlihat bahwa tingkat literasi keuangan di wilayah perdesaan sebesar 59,60% dengan tingkat inklusi sebesar 75,70%. Sementara itu, di wilayah perkotaan, tingkat literasi keuangan mencapai 70,89% dan tingkat inklusi keuangan sebesar 83,61%. Data tersebut menunjukkan bahwa masyarakat di wilayah perkotaan memiliki tingkat akses dan pemahaman keuangan yang lebih tinggi dibandingkan wilayah perdesaan. Namun demikian, tingkat inklusi keuangan tetap lebih tinggi dibandingkan literasi keuangan pada kedua wilayah tersebut.

Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara penggunaan layanan

keuangan dengan pemahaman dalam mengelola keuangan secara optimal. Kondisi ini relevan dengan Generasi Z di DKI Jakarta yang memiliki akses tinggi terhadap layanan keuangan, tetapi belum tentu memiliki kemampuan yang memadai dalam pengelolaan keuangan.

Jika dilihat berdasarkan kelompok umur, tingkat literasi dan inklusi keuangan juga menunjukkan perbedaan pada setiap kelompok usia.



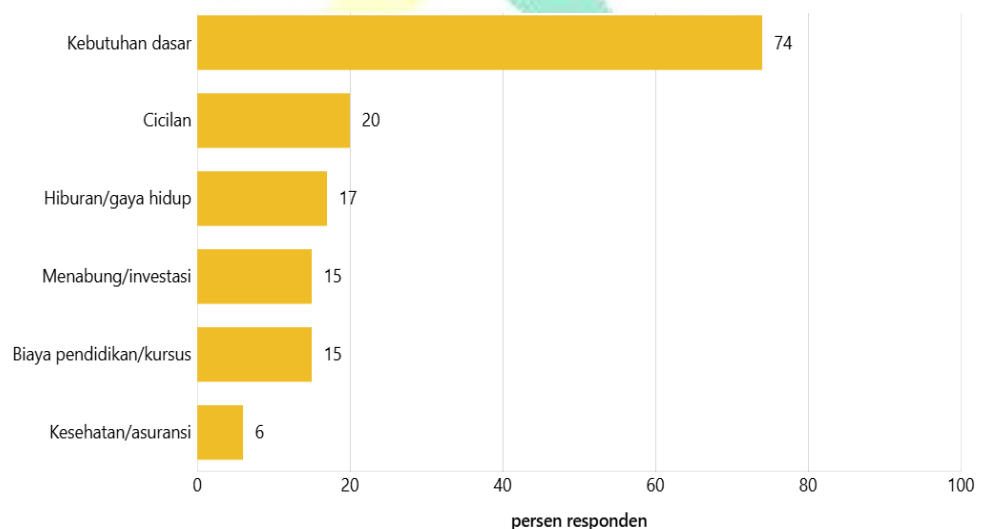
Gambar 1. 3 Perbandingan Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Berdasarkan Kelompok Umur (OJK, 2025).

Berdasarkan Gambar 1.3, terlihat bahwa kelompok usia 18-25 tahun yang termasuk dalam kategori Generasi Z memiliki tingkat literasi keuangan sebesar 73,22% dan tingkat inklusi sebesar 89,96%. Meskipun tingkat tersebut tergolong tinggi, namun nilai inklusi keuangan tetap lebih besar dibandingkan literasi keuangan. Hal ini menunjukkan bahwa Generasi Z telah mampu mengakses layanan keuangan, tetapi belum sepenuhnya memahami pengelolaannya secara optimal.

Keterbatasan literasi keuangan tersebut dapat berdampak pada kemampuan individu dalam mengatur pengeluaran dan menyusun perencanaan keuangan pribadi. Penelitian Wahyuni dan Setiawati (2022) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku pengelolaan keuangan, di mana individu dengan literasi rendah cenderung mengalami kesulitan dalam mengendalikan pengeluaran.

Di sisi lain, perkembangan media sosial turut memengaruhi gaya hidup Generasi Z. Platform seperti Instagram dan TikTok tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga membentuk standar gaya hidup dan pola konsumsi. Generasi Z cenderung mengikuti tren untuk memperoleh pengakuan sosial, sehingga mendorong terbentuknya gaya hidup konsumtif. Penelitian Salsabilla dan Wicaksono (2025) menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi muda.

Kondisi tersebut juga tercermin dalam pola pengeluaran. Data Katadata Insight Center (2025) menunjukkan bahwa sebesar 74% pengeluaran Generasi Z dan Milenial digunakan untuk kebutuhan dasar, sementara pengeluaran untuk hiburan dan gaya hidup mencapai 17%, serta tabungan dan investasi hanya sebesar 15%.



Gambar 1. 4 Pengeluaran Terbesar Gen Z dan Milenial di Indonesia (Februari 2024)

Fenomena tersebut mendorong munculnya perilaku *self reward*, yaitu tindakan memberikan penghargaan kepada diri sendiri sebagai bentuk apresiasi atau pemenuhan kebutuhan emosional. Praktik ini pada dasarnya memiliki dampak positif terhadap kesejahteraan psikologis (Anggasta & Puspitasari, 2024). Namun, apabila dilakukan tanpa pengendalian yang baik, *self reward* dapat mendorong perilaku konsumtif dan pengeluaran berlebih.

Lebih lanjut, gaya hidup konsumtif yang tidak diimbangi dengan literasi keuangan yang baik berpotensi memperburuk kondisi pengelolaan

keuangan individu. Penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan dan gaya hidup secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap perilaku keuangan (Wahyuni & Setiawati, 2022; Salsabilla & Wicaksono, 2025).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Generasi Z di DKI Jakarta masih menghadapi berbagai permasalahan dalam pengelolaan keuangan, yaitu keterbatasan literasi keuangan meskipun memiliki akses yang tinggi, kesulitan dalam mengatur pengeluaran, pengaruh gaya hidup konsumtif, serta kecenderungan melakukan *self reward* tanpa mempertimbangkan kondisi keuangan jangka panjang..

Kondisi tersebut menunjukkan adanya hubungan yang kontradiktif: literasi keuangan seharusnya memperkuat perilaku keuangan yang sehat, namun gaya hidup konsumtif justru bisa mendorong pengeluaran berlebih untuk *self reward*. Oleh karena itu, menarik untuk meneliti **Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Self Reward Generasi Z di DKI Jakarta.**

Penelitian ini penting dilakukan karena Generasi Z kini mulai memasuki usia produktif, sehingga pengelolaan keuangan pribadi menjadi isu krusial. Dari sisi akademis, penelitian ini memperluas kajian akuntansi manajemen dalam lingkup keuangan personal. Dari sisi praktis, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi panduan bagi Generasi Z agar tetap bisa melakukan *self reward* secara proporsional tanpa mengganggu kondisi finansial jangka panjang.

B. Identifikasi Masalah

1. Masih terdapat kesenjangan antara tingkat literasi dan inklusi keuangan pada masyarakat, khususnya di wilayah perkotaan.
2. Generasi Z memiliki akses tinggi terhadap layanan keuangan, namun belum sepenuhnya diimbangi dengan kemampuan pengelolaan keuangan yang baik.
3. Perkembangan media sosial mendorong terbentuknya gaya hidup konsumtif pada Generasi Z.
4. Generasi Z cenderung melakukan perilaku *self reward* tanpa mempertimbangkan kondisi keuangan jangka panjang.
5. Gaya hidup konsumtif berpotensi memperburuk pengelolaan keuangan

pribadi jika tidak diimbangi dengan literasi keuangan yang baik.

C. Pembatasan Masalah

Penelitian ini dibatasi pada beberapa ruang lingkup agar tidak melebar dan tetap sesuai dengan tujuan, yaitu:

1. Penelitian ini hanya berfokus pada Generasi Z yang berdomisili di wilayah DKI Jakarta.
2. Variabel yang diteliti terbatas pada literasi keuangan (X1), gaya hidup (X2), dan perilaku *self reward* (Y).
3. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert.
4. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode regresi linier berganda.
5. Analisis difokuskan pada pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku *self reward* tanpa menambah variabel lain seperti pendapatan atau lingkungan sosial.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, didapatkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku *self reward* Generasi Z di DKI Jakarta?
2. Bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap perilaku *self reward* Generasi Z di DKI Jakarta?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah:

1. Menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku *self reward* Generasi Z di DKI Jakarta.
2. Menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap perilaku *self reward* Generasi Z di DKI Jakarta.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoretis
 - a) Memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu akuntansi manajemen, khususnya dalam kajian perilaku keuangan generasi muda di era digital.
 - b) Menjadi referensi tambahan bagi penelitian selanjutnya yang meneliti

hubungan literasi keuangan, gaya hidup, dan perilaku *self reward*.

2. Manfaat Praktis

- a) Bagi Generasi Z: Memberi wawasan mengenai pentingnya pengelolaan keuangan yang baik agar kebiasaan *self reward* tidak menimbulkan masalah finansial.
- b) Bagi Pemerintah/Instansi Terkait: Menjadi dasar pertimbangan dalam merancang program literasi keuangan yang lebih tepat sasaran di wilayah DKI Jakarta.
- c) Bagi Pihak Akademik: Dapat digunakan sebagai bahan ajar dan literatur tambahan untuk mata kuliah yang berkaitan dengan akuntansi manajemen dan perilaku keuangan.

G. Sistematika Penulisan

Laporan penelitian ini disusun secara sistematis untuk memberikan Gambaran yang jelas mengenai proses pelaksanaan dan hasil yang diperoleh. Adapun susunan isi dari laporan ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan gambaran umum dari penelitian yang dilakukan, meliputi latar belakang yang menjelaskan alasan pemilihan topik, identifikasi serta pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan. Bab ini menjadi landasan awal yang menjelaskan alasan dan urgensi dilakukannya penelitian mengenai pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku *self reward* Generasi Z di DKI Jakarta.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini disajikan teori-teori yang relevan dengan variabel penelitian, yaitu literasi keuangan, gaya hidup, dan perilaku *self reward*. Selain itu, bab ini juga mencakup hasil penelitian terdahulu sebagai bahan pembandingan dan landasan konseptual, serta kerangka berpikir yang menggambarkan hubungan antarvariabel dan hipotesis yang diajukan peneliti.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode dan langkah-langkah yang

digunakan dalam penelitian. Pembahasan meliputi pendekatan penelitian, populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, jenis serta sumber data, definisi operasional variabel, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, dan metode analisis data. Semua bagian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana penelitian dilakukan secara sistematis dan terukur.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi hasil pengolahan dan analisis data berdasarkan metode yang telah dijelaskan sebelumnya. Di dalamnya mencakup gambaran responden, hasil uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis, serta pembahasan mengenai hubungan antara literasi keuangan, gaya hidup, dan perilaku *self reward* pada Generasi Z di DKI Jakarta.

BAB IV : PENUTUP

Bab terakhir berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan serta saran-saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya maupun bagi pihak-pihak yang berkaitan. Bagian ini menegaskan temuan utama penelitian dan memberikan arah pengembangan di masa mendatang.

UINSSC

UNIVERSITAS ISLAM SYARIAH
SUKSES MELAKUKAN INTEGRASI