

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Generasi Z merupakan kelahiran yang mencakup individu yang lahir dalam rentang waktu antara tahun 1997 hingga 2012. Tumbuh dalam era digital tentu saja membuat mereka dengan mudah mengakses segala informasi. Kemudahan tersebut tidak hanya membuat mereka terbiasa dengan teknologi, tetapi juga membuat pola konsumtif yang berubah (CRME et al., 2024). Sebagai generasi yang lahir dalam lingkungan digital dan terbiasa dengan teknologi sejak dini, generasi Z menunjukkan pola konsumsi yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya (Wibowo & Ayuningtyas, 2024).

Pola konsumsi Generasi Z ini memperlihatkan kecenderungan yang unik. Sebagai kelompok yang lahir dan berkembang bersama teknologi serta media sosial, generasi Z sangat akrab dengan beragam *platform digital* seperti *e-commerce* maupun dompet digital. Kemudahan akses tersebut membuat aktivitas belanja dapat dilakukan secara instan, bahkan sering tanpa perencanaan yang matang. Pada kenyataannya, banyak di antara mereka, khususnya mahasiswa dan pekerja muda dengan pendapatan terbatas, memiliki kecenderungan untuk membelanjakan uang secara berlebihan (Hakim, 2025).

Kemudahan akses terhadap *e-commerce* semakin memperkuat pola konsumtif ini. Berbagai fitur seperti pembayaran digital, layanan *pay later*, serta promo besar-besaran yang ditawarkan oleh *platform* belanja online semakin mendorong generasi Z untuk berbelanja tanpa pertimbangan yang matang. Hal ini berdampak langsung pada kondisi finansial mereka, mempengaruhi cara mereka mengelola uang dan menentukan prioritas dalam kehidupan sehari-hari. Kecepatan dan kemudahan yang ditawarkan oleh teknologi membuat mereka cenderung memilih kenyamanan instan dibandingkan perencanaan keuangan yang matang (Sa'idah et al., 2025)

Perilaku konsumtif dapat diidentifikasi melalui kebiasaan hidup yang boros dan berlebihan demi memenuhi keinginan diri sendiri. Perilaku ini cenderung menggunakan suatu barang atau jasa tanpa mempertimbangkan antara kebutuhan

atau hanya keinginan semata. Tindakan tersebut biasanya tidak didasarkan dengan alasan yang objektif. Pengeluaran yang lebih besar dari pendapatan mencerminkan gaya hidup yang cenderung konsumtif, di mana pengeluaran yang tidak sebanding dengan kemampuan finansial. Kebiasaan ini berisiko memengaruhi stabilitas keuangan jangka panjang dan dapat menciptakan masalah ekonomi (Salsabilla & Wicaksono, 2025).

Fenomena perilaku konsumtif pada Generasi Z juga terlihat di Kabupaten Cirebon. Penelitian Aminah dan Lisa Nurhasanah (2023) mengenai perilaku impulsive buying Generasi Z di marketplace menunjukkan bahwa sebagian besar responden Generasi Z di Kabupaten Cirebon memiliki kecenderungan melakukan pembelian impulsif yang dipengaruhi oleh faktor promosi, diskon, visual produk menarik, gratis ongkos kirim, serta review produk di *marketplace*. Penelitian tersebut dilakukan terhadap 399 responden Generasi Z di Kabupaten Cirebon. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif pada Generasi Z di Kabupaten Cirebon cukup tinggi dan dipengaruhi oleh perkembangan teknologi digital serta budaya konsumsi online yang semakin meningkat.

Tingginya kecenderungan perilaku konsumtif pada Generasi Z di Kabupaten Cirebon menunjukkan bahwa perkembangan teknologi digital tidak hanya memberikan kemudahan dalam aktivitas ekonomi, tetapi juga memengaruhi pola pengeluaran masyarakat, khususnya generasi muda. Kemudahan akses marketplace, banyaknya promosi digital, serta pengaruh tren di media sosial menyebabkan Generasi Z lebih mudah terdorong untuk melakukan pembelian secara impulsif. Kondisi ini menjadi penting untuk dikaji lebih lanjut karena perilaku konsumtif tidak hanya dipengaruhi oleh faktor ekonomi seperti pendapatan, tetapi juga dipengaruhi oleh kemampuan individu dalam mengelola keuangan serta gaya hidup yang berkembang di lingkungan sosialnya.

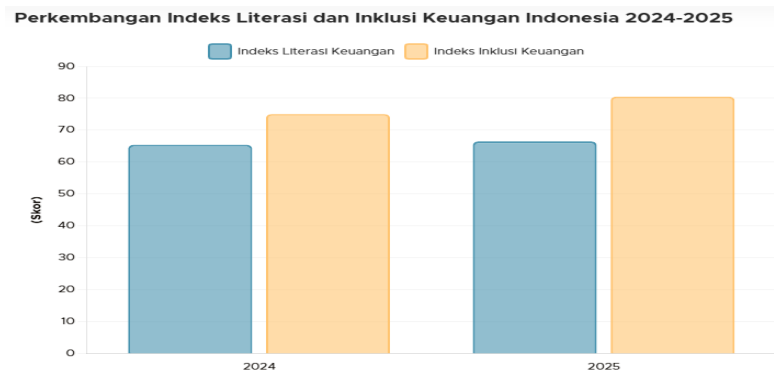
Pendapatan yang terbatas menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi pola konsumsi generasi Z. Sebagian besar dari mereka masih berada pada tahap sebagai mahasiswa atau pekerja pemula dengan penghasilan yang relatif rendah. Namun, dorongan untuk menjalani gaya hidup modern sering kali membuat pengeluaran mereka melampaui kemampuan finansial yang dimiliki.

Ketidakseimbangan antara pendapatan dan perilaku belanja inilah yang kemudian mendorong munculnya kecenderungan konsumtif (Lubis & Ricka Handayani, 2023).

Pendapatan sebenarnya berperan besar sebagai salah satu faktor penentu bagaimana generasi Z di Indonesia mengelola pengeluaran sehari-hari mereka. Ketika penghasilan bertambah, cenderung terjadi peningkatan belanja untuk hal-hal esensial seperti makanan, perjalanan, atau kesenangan ringan, serta *item* yang lebih bersifat keinginan, misalnya kosmetik atau pergi berwisata. Dikenal dengan generasi digital karena dibesarkan di masa perkembangan teknologi yang begitu dinamis, kebiasaan berbelanja mereka kerap terpengaruh oleh ketersediaan barang dan jasa yang gampang dijangkau melalui aplikasi atau situs belanja online (A. D. Putri et al., 2024).

Selain faktor pendapatan, rendahnya tingkat literasi keuangan juga memberi pengaruh yang cukup besar. Kurangnya pengetahuan mengenai cara mengatur keuangan, menyisihkan tabungan, berinvestasi, hingga mengelola utang membuat generasi Z sulit membedakan kebutuhan pokok dengan keinginan. Kondisi ini mengakibatkan kesulitan dalam menentukan prioritas pengeluaran sehingga mereka lebih mudah terjerumus pada perilaku konsumtif yang kurang bijak. Situasi tersebut semakin diperparah dengan minimnya pendidikan finansial sejak usia dini (A. D. Putri et al., 2024).

Dalam rangka mengukur indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Badan Pusat Statistik (BPS) menyebutkan bahwa indeks literasi keuangan dan indeks inklusi keuangan masyarakat Indonesia pada tahun 2025 mengalami kenaikan. Hal ini diperoleh dari Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK 2025). Pada 2025 ini, indeks literasi keuangan mencapai 66,46%, sedangkan indeks inklusi keuangan sebesar 80,51%. Hasil ini naik jauh dibanding capaian 2024, di mana indeks literasi keuangan sebesar 65,43% dan indeks inklusi keuangan sebesar 75,02%.



Sumber: OJK & BPS 2025

Gambar 1. 1
Indeks Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan Indonesia Perbandingan
Indeks Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan Tahun 2024-2025

Tahun 2025 merupakan tahun kedua OJK dan BPS bekerja sama menghasilkan SNLIK. Kerja sama ini bertujuan untuk mendapat gambaran terkait kondisi literasi dan inklusi keuangan di Indonesia dari dua sudut pandang, yakni dari evaluasi SNLIK tahun sebelumnya dan kebutuhan data pemerintah lewat Dewan Nasional Keuangan Inklusif (DNKI) yang lebih komprehensif. Indeks literasi dan inklusi keuangan di desa lebih rendah dibanding perkotaan. Di desa, nilainya masing-masing sebesar 59,60% dan 75,70%, sedangkan di perkotaan mencapai 70,89% dan 83,61%.

Hasil survei Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan generasi muda di Indonesia masih relatif rendah. Banyak dari mereka belum memiliki pemahaman mengenai literasi keuangan pribadi, perencanaan tabungan, investasi, maupun pengaturan utang secara bijak. Di sisi lain, eksposur terhadap media sosial, *influencer*, serta promosi digital turut mendorong terbentuknya gaya hidup konsumtif (Aziatin, 2024).



Sumber: OJK (2025)

Gambar 1. 2
Inklusi Keuangan Berdasarkan Usia

Berdasarkan hasil survei OJK, anak-anak muda berusia 18–35 tahun menjadi kelompok terdepan dalam hal literasi dan inklusi keuangan. Mereka tidak hanya memiliki pengetahuan, tetapi juga aktif memanfaatkan layanan perbankan, *fintech*, dan asuransi. Namun, masih terdapat sejumlah kelompok masyarakat yang membutuhkan dukungan lebih besar.

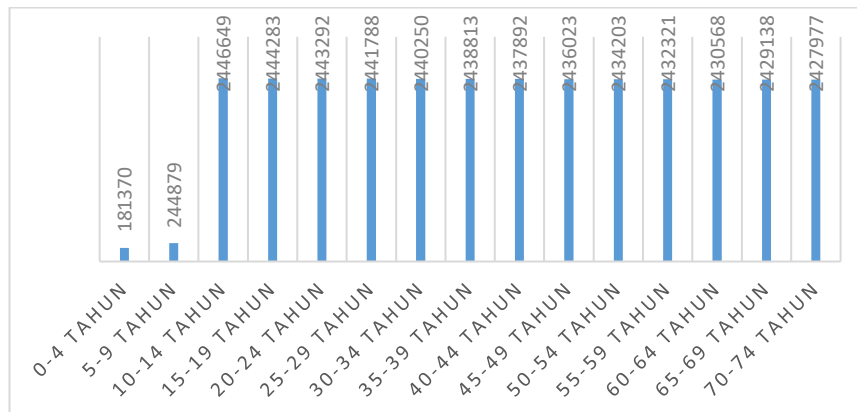
Gaya hidup hedonis turut memperkuat kecenderungan konsumtif pada generasi ini. Dorongan untuk memperoleh kesenangan instan, menjaga penampilan sosial, serta mengikuti tren populer membuat banyak dari mereka rela menghabiskan uang untuk hal-hal sekunder. Aktivitas seperti bersantai di kafe, membeli barang bermerek, hingga berbelanja secara impulsif menjadi bentuk nyata dari pengaruh psikologis dan sosial terhadap pola konsumtif generasi Z (Safitri & Husnaini, 2025).

Penggunaan media sosial memiliki hubungan yang erat dengan pengaruh teman sebaya, karena remaja umumnya cenderung menyesuaikan perilaku serta membentuk citra diri agar dapat diterima dan memperoleh pengakuan dari kelompok pertemanannya. Lingkungan teman sebaya memiliki peranan penting sebagai lingkungan sosial kedua setelah keluarga, yang mampu membantu individu dalam mengembangkan keterampilan, membentuk perilaku positif, serta memberikan masukan terhadap kekurangan yang dimiliki. Selain itu, teman sebaya juga berpengaruh dalam menentukan pilihan hobi, gaya berpakaian, hingga aktivitas sosial lainnya. Kondisi tersebut terjadi karena banyak remaja melakukan

pembelian bukan semata-mata berdasarkan kebutuhan, melainkan karena adanya dorongan untuk mengikuti penilaian dan gaya hidup kelompoknya. Keinginan untuk tampil menarik dan serupa dengan teman-temannya membuat individu terdorong menyesuaikan pola konsumsinya (Nurdiana, B.E., 2026)

Keterbatasan pendapatan, rendahnya pemahaman terkait pengelolaan keuangan, serta kecenderungan gaya hidup hedonis membuat sebagian generasi Z rentan terjerumus pada pola konsumsi yang kurang sehat. Fenomena ini tercermin dari semakin maraknya penggunaan fasilitas *paylater*, peningkatan kredit konsumtif, serta minimnya ketertarikan untuk menabung maupun berinvestasi. Apabila situasi tersebut terus berlangsung tanpa adanya upaya peningkatan literasi keuangan, maka generasi ini berpotensi menghadapi persoalan finansial di masa mendatang. Kondisi ini menjadi perhatian penting, sebab generasi Z merupakan kelompok usia produktif yang diproyeksikan sebagai penopang utama struktur demografi Indonesia di masa depan (A. D. Putri et al., 2024).

Dalam penelitian ini memfokuskan permasalahan pada suatu wilayah yang dimana jumlah penduduk Kabupaten Cirebon pada tahun 2024 berdasarkan hasil estimasi penduduk adalah 2.489.046 jiwa terdiri dari 1.263.071 jiwa laki-laki dan 1.225.975 jiwa perempuan. Dari data tersebut terlihat bahwa jumlah penduduk laki-laki masih lebih tinggi dibandingkan jumlah penduduk perempuan dengan perbandingan *sex ratio* 3,03%. Rata-rata kepadatan penduduk Kabupaten Cirebon pada tahun 2024 adalah 2.315 jiwa per Km². Kepadatan penduduk tertinggi berada di kecamatan Sumber dengan kepadatan 105.585 jiwa/Km² dan kepadatan terendah berada di kecamatan Pasaleman dengan kepadatan 29.889 jiwa/Km². Pada tabel berikut pembagian kelompok umur di Kabupaten Cirebon serta kelompok umur di setiap desanya dari umur 0 tahun sampai dengan 75+ tahun.



Sumber: Disdukcapil Kabupaten Cirebon

Gambar 1. 3
Jumlah Penduduk Kelompok Umur Kab. Cirebon, 2024

Dapat diketahui bahwa jumlah penduduk menurut kelompok umur pada generasi Z di Kabupaten Cirebon cukup mendominasi dari kepadatan penduduknya itu sendiri yakni pada kelompok umur 20-24 tahun sangat terlihat perbedaannya dengan jumlah 244.329 jiwa. Yang menjadi kategori penduduk generasi muda atau disebut dengan generasi Z rata-rata pada tahun ini berusia kisaran 13-28 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa generasi Z hakikatnya menjadi agen perubahan, dapat berperan penting dalam menjaga dan memperkuat budaya, sama halnya dengan generasi Z di Kabupaten Cirebon, apalagi generasi ini sangat berdampak pada perkembangan teknologi digital yang diberikan kemudahan akses dan pengetahuan luas mengenai isu sosial dan lingkungan sehingga memiliki potensi besar untuk memimpin dan membantu mewujudkan tujuan pembangunan yang berkelanjutan.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Lita Tribuana (2020) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Sejalan dengan hasil penelitian Azizah & Nurul Safura (2020) Berdasarkan uraian teori dan hasil penelitian tersebut dapat diduga bahwa literasi keuangan dan gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku keuangan. Sholeh & Badrus (2019) Terdapat pengaruh yang signifikan antara Literasi Keuangan dengan Perilaku. Tetapi hasil penelitian Abdullah dkk (2022) Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Berbeda dengan penelitian (Melly & Maulana, 2022) bahwa literasi keuangan

menunjukkan memiliki pengaruh negatif atau tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Sejalan dengan hasil penelitian Sari (2023) bahwa literasi keuangan dan gaya hidup secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Literasi keuangan merupakan serangkaian proses atau aktivitas yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, serta kepercayaan diri individu maupun masyarakat sehingga mereka mampu mengatur keuangan pribadi secara lebih efektif. Dalam praktiknya, perilaku keuangan juga berkaitan erat dengan tanggung jawab seseorang dalam mengelola keuangannya. Individu yang mampu mengatur keuangan secara bijak dan tepat akan memperoleh manfaat optimal dari pengelolaan keuangannya tersebut. Salah satu bentuk kecerdasan yang dimiliki manusia adalah kecerdasan finansial, yakni kemampuan dalam mengatur keuangan pribadi. Pengetahuan mengenai keuangan memiliki peran yang sangat penting, karena dengan pemahaman tersebut seseorang dapat mengendalikan kebutuhannya serta menyesuaikan pola hidupnya. Dan dari penelitian (Satrio et al., 2024) menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis tidak selalu jadi alasan utama seseorang bersikap konsumtif, apalagi kalau orang tersebut sudah pintar mengatur keuangannya dengan baik.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang menunjukkan hasil yang inkonsisten, penelitian ini bertujuan untuk memperkuat penelitian sebelumnya dengan memfokuskan analisis pada perilaku generasi Z di Kabupaten Cirebon. Terdapat kesenjangan penelitian (*research gap*) dari studi-studi terdahulu, sehingga penelitian ini memperluas dan mengintegrasikan penelitian sebelumnya yang mengkaji pengaruh pendapatan, literasi keuangan, dan gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif pada kalangan generasi Z. Oleh karena itu, studi ini bertujuan untuk mengisi celah tersebut dengan menganalisis secara simultan pengaruh pendapatan, literasi keuangan, dan gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif generasi Z. Sehingga menimbulkan celah riset untuk dilakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS PENGARUH PENDAPATAN, LITERASI KEUANGAN DAN GAYA HIDUP HEDONIS TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka terdapat beberapa masalah yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini, yaitu:

1. Kurangnya kemampuan seseorang untuk melakukan perilaku konsumtif sehingga belum jelas sejauh mana pendapatan mempengaruhi pola konsumtif generasi Z.
2. Kurangnya pemahaman kelompok usia dari kalangan generasi Z di Kabupaten Cirebon tentang pentingnya mengetahui literasi keuangan dan pengendalian diri terhadap kemampuan perencanaan keuangan.
3. Kurangnya penekanan terhadap gaya hidup hedonis generasi Z terhadap kesenangan dan kepuasan yang dapat mendorong perilaku konsumtif yang berlebihan dan tidak terkontrol.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang sudah disebutkan di atas, Penelitian ini fokus pada pola konsumsi generasi Z di Kabupaten Cirebon. Penelitian ini menekankan tiga isu utama untuk mendapatkan analisis yang akurat dan bisa diukur. Penelitian ini tidak menjadikan pendapatan sebagai faktor utama, melainkan melihat bagaimana batasan pribadi dalam berbelanja mencerminkan dampak pendapatan secara keseluruhan. Selain itu, penelitian ini menyoroti hedonisme sebagai pendorong perilaku konsumsi, tetapi hanya pada aspek kepuasan pribadi. Penelitian ini tidak menggali analisis psikologis yang mendalam atau dampak sosial luas seperti beban utang.

D. Rumusan Masalah

1. Apakah pendapatan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kabupaten Cirebon?
2. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kabupaten Cirebon?
3. Apakah gaya hidup hedonis berpengaruh terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kabupaten Cirebon?

4. Apakah pendapatan, literasi keuangan, dan gaya hidup hedonis secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kabupaten Cirebon?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh pendapatan terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kabupaten Cirebon.
2. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kabupaten Cirebon.
3. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kabupaten Cirebon.
4. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh pendapatan, literasi keuangan, dan gaya hidup hedonis secara bersama-sama terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kabupaten Cirebon.

F. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi pelaku usaha dan pemasar
 Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai pengetahuan dan wawasan untuk membantu memahami perilaku generasi Z sehingga bisa menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif dan bertanggung jawab.
2. Bagi Mahasiswa
 Dengan adanya penelitian ini, dapat memberikan wawasan dan pengetahuan untuk menjadi bahan refleksi untuk meningkatkan kesadaran dalam mengelola keuangan pribadi dan mengatur pola konsumtif secara lebih bijak. Khususnya generasi Z.

G. Sistematika Penelitian

Adanya sistematika penulisan ini bertujuan untuk memberikan suatu pemahaman serta kemudahan dan gambaran umum kepada pembaca terkait penelitian yang telah dibuat oleh peneliti. Terdapat beberapa sistematika penulisan dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

BAB I**PENDAHULUAN**

Dalam bab ini peneliti menjelaskan secara garis besar terkait permasalahan yang ada dalam penelitian ini yang meliputi latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan dan perumusan, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II**TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam bab ini peneliti menguraikan terkait dengan teori-teori yang digunakan oleh peneliti dalam membahas masalah yang ada dalam penelitian yang meliputi landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran.

BAB III**METODOLOGI PENELITIAN**

Dalam bab ini peneliti menguraikan terkait rencana dan prosedur penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti dengan tujuan untuk menjawab hipotesis penelitian yang meliputi sasaran, waktu, dan tempat penelitian, metode penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, operasional variabel penelitian, serta teknik analisis data.

BAB IV**PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini menguraikan hasil dari perolehan pengolahan data melalui metode yang digunakan oleh peneliti yang meliputi gambaran obyek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V**PENUTUP**

Dalam bab ini peneliti menguraikan simpulan dan saran-saran hasil analisis data pada bab-bab sebelumnya.



UINSSC

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON**