

# **BAB I**

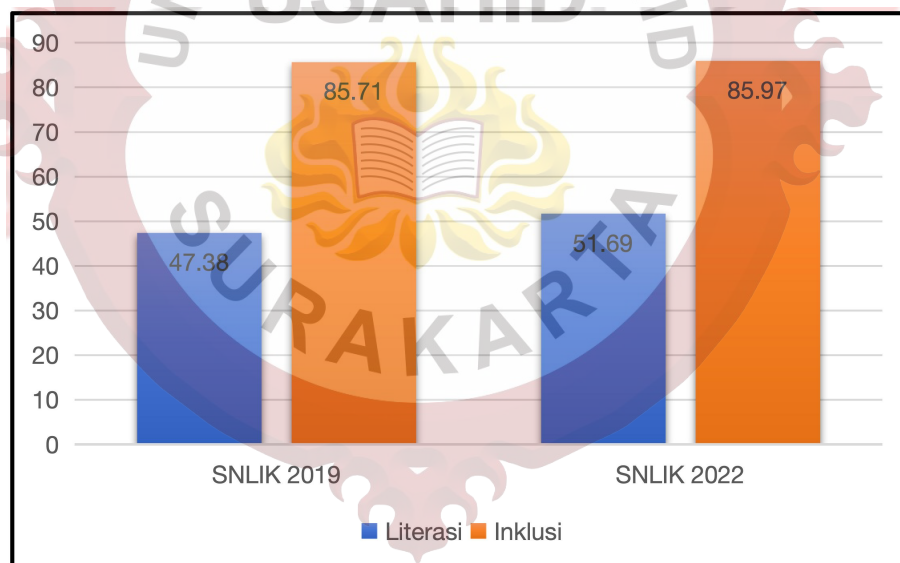
## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perubahan gaya hidup masyarakat modern mengalami transformasi yang sangat pesat seiring perkembangan teknologi, arus globalisasi, dan digitalisasi keuangan. Dengan perkembangan ekonomi global dan percepatan digitalisasi keuangan menuntut setiap individu tidak hanya memiliki akses terhadap layanan keuangan, tetapi juga kemampuan untuk mengelolanya secara bijak. Di tengah arus informasi tanpa batas dan kemudahan transaksi digital, muncul kecenderungan kuat terhadap perilaku konsumtif (*consumptive behavior*), yaitu perilaku konsumsi yang lebih didorong oleh keinginan daripada kebutuhan, serta sering kali tidak mempertimbangkan urgensi, manfaat jangka panjang, maupun kapasitas finansial individu (Lestari, 2018; Atmaja & Susanti, 2022).

Generasi Z, kelompok masyarakat yang lahir antara tahun 1966 hingga tahun 2010 (Bencsik, 2016), merupakan kelompok yang sangat terpengaruh oleh perkembangan teknologi digital, arus globalisasi, dan kemampuan untuk mengakses informasi secara tak terbatas, pola konsumsi mereka sering dikaitkan dengan fenomena YOLO (*You Only Live Once*) dan FOMO (*Fear of Missing Out*) yang berkembang pada saat ini. menurut (Mutmainah dkk, 2025), pola hidup YOLO mendorong generasi Z untuk fokus menikmati hidup saat ini dan menjalani hidup tanpa memikirkan masa depan. Mereka cenderung menghabiskan uang untuk pengalaman, hiburan, dan tren gaya hidup demi mencapai kepuasan dan kebahagiaan. Di sisi lain, fenomena FOMO yang dijelaskan oleh (Juliandhani & Tjahjawati, 2025), adalah perasaan khawatir akan kehilangan tren atau informasi yang membuat seseorang melakukan pembelian impulsif. Hal ini menyebabkan mereka merasa tertinggal dari lingkungan sosial, terutama dalam mengikuti tren yang sedang viral di media sosial.

Kemajuan *financial technology (fintech)* seperti dompet digital, *paylater* dan platform *e-commerce* memberikan kemudahan dalam transaksi yang belum pernah terjadi sebelumnya. Kemudahan akses ini menjadikan proses pembelian semakin cepat dan praktis tanpa memerlukan uang tunai secara langsung. Menurut (Marini dkk, 2020), *fintech* tidak hanya mendukung proses transaksi keuangan tetapi juga menciptakan model bisnis, aplikasi, produk, dan layanan keuangan yang baru. Namun adopsi *fintech* tidak selalu membawa dampak positif. Di sisi lain, *fintech* membantu Generasi Z menjadi mandiri serta meningkatkan pemahaman dalam pengelolaan keuangan melalui akses yang luas terhadap tabungan, investasi, hingga pembayaran. Namun demikian, penggunaan *fintech* juga berpotensi menimbulkan resiko berupa pengelolaan keuangan yang kurang disiplin dan peningkatan utang konsumtif, terutama apabila tidak diimbangi dengan literasi keuangan yang memadai.



Gambar 1.1 Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Jawa Tengah

Sumber : OJK, 2022

Berdasarkan data bersumber dari Survei Nasional Literasi dan Inklusi (SNLIK) tahun 2019 dan 2022 di Provinsi Jawa Tengah, terlihat bahwa tingkat inklusi keuangan secara konsisten lebih tinggi dibandingkan tingkat literasi keuangan. Pada tahun 2019, tingkat literasi keuangan tercatat sebesar 47,38%, sedangkan tingkat inklusi keuangan mencapai 85,71%. Kemudian pada tahun

2022, literasi keuangan mengalami peningkatan menjadi 51,69%, sementara inklusi keuangan juga meningkat menjadi 85,97%. Kondisi ini menunjukkan bahwa masyarakat di Jawa Tengah telah memiliki akses yang luas terhadap produk dan layanan keuangan, namun pemahaman, pengetahuan, serta kemampuan dalam mengelola keuangan belum berkembang secara seimbang. Ketimpangan antara literasi dan inklusi keuangan tersebut berpotensi mendorong perilaku keuangan yang kurang rasional, termasuk meningkatnya perilaku konsumtif, terutama pada Generasi Z yang sangat akrab dengan layanan keuangan digital.

Literasi keuangan tidak hanya mencakup penguasaan pengetahuan keuangan (*financial knowledge*), namun juga melibatkan dimensi psikologis dan nilai yaitu (*financial attitude*) yang membentuk cara seseorang memandang, menilai, dan bertindak terhadap uang. *Financial knowledge* memungkinkan individu memahami konsep dasar seperti anggaran, tabungan, risiko utang, dan perencanaan jangka panjang, sehingga mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan serta menghindari keputusan finansial impulsif (Lusardi & Mitchell, 2014; OJK, 2024). Namun *financial knowledge* saja tidak cukup tanpa adanya *financial attitude* yang baik yaitu ukuran keadaan pikiran dapat dipertimbangkan dengan melihat berdasarkan sudut pandang psikologi seseorang ketika melakukan penilaian terhadap praktik dari manajemen keuangan sehingga menjadi prinsip dalam keuangan untuk menciptakan maupun memelihara nilai dalam melakukan pengambilan keputusan keuangan (Dilansari, 2020).

Tabel 1.1 Jenis UMKM Kecamatan Laweyan

| Jenis UMKM  | Frekuensi | Persentase |
|-------------|-----------|------------|
| Perdagangan | 1.174     | 70,47      |
| Produksi    | 284       | 17,05      |
| Jasa        | 208       | 12,48      |
| Total       | 1.666     | 100%       |

Sumber : Dinas Koperasi, UMKM dan Perindustrian

Kota Surakarta, 2023

Kecamatan Laweyan sebagai salah satu wilayah di Kota Surakarta menunjukkan dinamika ekonomi yang cukup tinggi, yang tercermin dari banyaknya pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai penggerak utama perekonomian masyarakat. Berdasarkan data Dinas Koperasi, UMKM dan Perindustrian Kota Surakarta (2023), UMKM di Kecamatan Laweyan didominasi oleh sektor perdagangan sebesar 70,47%, diikuti sektor produksi sebesar 17,05% dan sektor jasa sebesar 12,48%. Dominasi sektor perdagangan ini menunjukkan tingginya aktivitas jual beli di masyarakat yang secara tidak langsung dapat meningkatkan intensitas konsumsi. Kondisi tersebut, jika dikombinasikan dengan kemudahan akses *financial technology* serta tingkat *financial knowledge* dan *financial attitude* yang beragam, berpotensi memperkuat kecenderungan perilaku konsumtif, khususnya pada Generasi Z yang hidup di tengah lingkungan ekonomi yang aktif dan serba digital.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *consumptive behavior* dipengaruhi oleh sejumlah variabel, namun hasil temuan yang ada masih menunjukkan ketidak konsistenan sehingga menimbulkan kesenjangan penelitian (*research gap*). Pertama, hasil penelitian mengenai pengaruh *financial knowledge* berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Mubrurah & Azizah (2025) memperoleh kesimpulan bahwa *financial knowledge* berpengaruh positif terhadap *consumptive behavior*. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Salsabila & Mulyati (2023), menemukan bahwa *financial knowledge* berpengaruh negatif terhadap *consumptive behavior*. Adapun penelitian terdahulu membahas tentang *financial attitude* terhadap *consumptive behavior*. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Lediestiani & Defrizal (2025), menemukan bahwa *financial*

*attitude* berpengaruh negatif terhadap *consumptive behavior*, namun berbeda dengan penelitian lain yang dilakukan oleh Prihastuty & Rahayuningsih (2024), menemukan bahwa *financial attitude* berpengaruh positif terhadap *consumptive behavior*.

Sebagian besar penelitian dilakukan pada objek dan karakteristik responden yang berbeda, baik dari segi wilayah, rentang usia, maupun latar belakang sosial ekonomi, sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasikan pada generasi Z di konteks daerah tertentu. Penelitian sebelumnya cenderung menguji variabel-variabel tersebut secara terpisah, sehingga belum memberikan gambaran yang komprehensif mengenai pengaruh *financial knowledge*, *financial technology* dan *financial attitude* terhadap *consumptive behavior*.

Oleh karena itu, peneliti ini menjadi penting untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan menguji kembali hubungan antar variabel pada konteks generasi Z, khususnya di Kecamatan Laweyan Kota Surakarta. Dari latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : “**Pengaruh *Financial Knowledge*, *Financial Technology*, dan *Financial Attitude* terhadap *Consumptive Behavior* pada Generasi Z di Kecamatan Laweyan Kota Surakarta**”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Sejalan dengan uraian pada latar belakang, maka permasalahan yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *financial knowledge* berpengaruh terhadap *consumptive behavior* generasi Z di Kecamatan Laweyan Kota Surakarta?
2. Apakah *financial technology (fintech)* berpengaruh terhadap *consumptive behavior* generasi Z di Kecamatan Laweyan Kota Surakarta?
3. Apakah *financial attitude* berpengaruh terhadap *consumptive behavior* generasi Z di Kecamatan Laweyan Kota Surakarta?
4. Apakah *financial knowledge*, *financial technology*, dan *financial attitude* secara simultan berpengaruh terhadap *consumptive behavior* generasi Z di Kecamatan Laweyan Kota Surakarta?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, tujuan dari penelitian ini dapat dirinci sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *financial knowledge* terhadap *consumptive behavior* pada generasi Z di Kecamatan Laweyan Kota Surakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh *financial technology (fintech)* terhadap *consumptive behavior* pada generasi Z di Kecamatan Laweyan Kota Surakarta.
3. Untuk mengetahui pengaruh *financial attitude* terhadap *consumptive behavior* pada generasi Z di Kecamatan Laweyan Kota Surakarta.
4. Untuk mengetahui pengaruh *financial knowledge*, *financial technology*, dan *financial attitude* secara simultan terhadap *consumptive behavior* pada generasi Z di Kecamatan Laweyan Kota Surakarta.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi manfaat baik secara teoritis maupun praktis, yang dijabarkan sebagai berikut:

### 1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang literasi keuangan dan perilaku konsumen. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya teori serta referensi akademik terkait pengaruh *financial knowledge*, *financial technology (fintech)*, dan *financial attitude* terhadap *consumptive behavior* pada generasi Z. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi dasar bagi pengembangan model atau konsep baru mengenai perilaku keuangan generasi muda di era digital.

### 1.4.2 Manfaat Praktis

#### 1. Bagi Generasi Z

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik kepada generasi Z tentang pentingnya memiliki pengetahuan keuangan dan sikap keuangan yang positif dalam menghadapi kemudahan akses finansial melalui *fintech*. Dengan demikian, generasi Z dapat mengelola keuangan secara bijak, menghindari *consumptive behavior* yang berlebihan, serta mampu memanfaatkan teknologi keuangan untuk tujuan yang produktif.

#### 2. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi tambahan bagi kalangan akademisi, khususnya dosen dan mahasiswa, dalam memahami hubungan antara *financial knowledge*, *financial technology*, dan *financial attitude* terhadap *consumptive behavior*. Selain itu, penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan ajar, studi kasus, maupun dasar untuk memperkaya diskusi akademik dalam bidang administrasi bisnis, ekonomi, dan perilaku konsumen.

#### 3. Bagi Peneliti

Penelitian ini menjadi referensi dan sumber wawasan bagi peneliti selanjutnya dalam memahami pengaruh *financial knowledge*, *financial technology (fintech)*, dan *financial attitude* terhadap *consumptive behavior*.

pada generasi Z. Melalui penelitian ini, peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan kajian yang lebih luas, memperdalam analisis, serta menguji variabel-variabel terkait dengan pendekatan atau objek yang berbeda. Selain itu, penelitian ini juga dapat dijadikan dasar untuk pengembangan penelitian lanjutan guna memperkaya literatur di bidang perilaku keuangan, khususnya dalam konteks perkembangan teknologi digital.

4. Bagi Perusahaan *Finance*

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan bagi perusahaan *finance*, khususnya penyedia layanan *financial technology*, dalam memahami karakteristik dan perilaku konsumtif generasi Z. Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai dasar merancang produk, layanan, serta strategi edukasi keuangan yang lebih tepat sasaran, sehingga tidak hanya mendorong penggunaan layanan keuangan digital, tetapi juga mendukung perilaku keuangan yang sehat dan berkelanjutan.

