

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Generasi Z, yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, merupakan generasi yang tumbuh di tengah pesatnya perkembangan teknologi digital. Generasi ini dikenal sebagai digital natives karena sejak kecil telah terbiasa menggunakan perangkat digital, media sosial, serta berbagai platform teknologi Mckinsey, (2024) Ciri khas mereka yang adaptif terhadap kemajuan teknologi menjadikan Generasi Z sangat terhubung dengan dunia maya, tetapi di sisi lain juga menghadapi tantangan dalam pengelolaan keuangan pribadi. Kecenderungan gaya hidup instan, konsumtif, dan berorientasi pada pengalaman sosial membuat sebagian besar dari mereka kurang memperhatikan pentingnya menabung untuk masa depan (Sirait, Manalu, and Simbolon 2024).

Perkembangan digitalisasi memberikan berbagai manfaat bagi Generasi Z, antara lain kemudahan akses informasi, fleksibilitas proses pembelajaran, dan efisiensi dalam membangun jejaring sosial Camilla et al (2025). Namun, transformasi digital juga berimplikasi pada keterampilan pengelolaan keuangan pribadi. Kecenderungan gaya hidup instan dan konsumerisme merupakan karakteristik umum Generasi Z, yang dipengaruhi oleh budaya ekonomi pengalaman—fenomena di mana pengalaman dan tren sosial dianggap lebih bernilai daripada menabung untuk masa depan Hukum et al (2024). Lebih lanjut, Hidayati et al (2025) berpendapat bahwa meskipun sebagian anak muda menyadari pentingnya menabung, konsistensi mereka dalam menabung seringkali terhambat oleh ketidakstabilan pendapatan dan dorongan konsumsi yang diperkuat oleh paparan media sosial. Dengan demikian, kemajuan teknologi digital tidak hanya memperluas peluang bagi generasi muda, tetapi juga membentuk pola perilaku keuangan baru yang berpotensi menggeser prioritas mereka dari orientasi menabung menjadi memenuhi gaya hidup konsumerisme Media sosial dan teknologi juga memperkuat pola konsumtif tersebut. Misalnya, penelitian jurnal menunjukkan bahwa Gen Z menggunakan media sosial tidak hanya untuk komunikasi tetapi

juga sebagai rujukan gaya hidup apa yang teman-temannya lakukan, apa yang influencer tampilkan, dan apa yang sedang tren di aplikasi video pendek, semuanya menjadi tekanan sosial yang membuat mereka “ingin ikut” agar tidak merasa tertinggal (Wahyudi, 2023). Tekanan ini di samping akses mudah ke layanan finansial digital dapat melemahkan kontrol diri dan meredam motivasi untuk menyisihkan uang terhadap tabungan.

Dengan kondisi seperti ini, perilaku menabung di kalangan mahasiswa Generasi Z menjadi area yang sangat menarik untuk diteliti. Walaupun mereka memiliki tingkat literasi teknologi dan memiliki potensi tinggi dalam mengakses layanan keuangan digital, realitas di lapangan menunjukkan bahwa perhatian terhadap tabungan jangka panjang masih rendah. Kombinasi antara konektivitas digital, gaya konsumtif yang tinggi, dan tekanan sosial untuk selalu “ikut tren” menjadikan kebiasaan finansial mereka berbeda dibanding generasi sebelumnya dan ini menuntut analisis yang lebih dalam terhadap faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku menabung di kelompok ini, khususnya di kawasan seperti Jakarta Selatan.

Perilaku menabung memiliki peran penting dalam menciptakan stabilitas keuangan individu karena merupakan bentuk pengelolaan pendapatan yang bertanggung jawab. Menurut (Yulianti 2023), menabung tidak hanya berarti menyisihkan sebagian uang, melainkan juga mencerminkan kontrol diri dan perencanaan finansial jangka panjang. Namun, di era digital saat ini, kebiasaan menabung di kalangan mahasiswa Generasi Z justru cenderung menurun akibat gaya hidup konsumtif yang dipengaruhi lingkungan sosial dan media digital Rahayu et al (2024). Berdasarkan survey pendahuluan yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner tentang perilaku menabung pada generasi z sangat rendah, Data tersebut di tampilkan pada tabel 1.1

Tabel 1.1
Hasil Data Survei Pendahuluan Perilaku Menabung Generasi Z Di Jakarta Selatan

Indikator	Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Netral		Setuju		Sangat Setuju	
	R	%	R	%	R	%	R	%	R	%
Kebiasaan Menabung	15	48,4%	11	35,5%	0	0	3	9,7%	1	3,1%
Prioritas Menabung	15	48,4%	10	32,3%	2	6,5 %	0	0	5	12,9 %
Pengelolaan Pendapatan	15	48,4%	9	29%	3	9,7%	1	3,2%	3	9,7%
Displin Menabung	16	51,6%	10	32,3%	1	3,2%	0	0	4	12,9%
Tujuan Menabung	13	41,9%	12	38,7%	2	6,5%	0	0	4	12,9%

Sumber : Data Primer

Berdasarkan hasil survei pendahuluan yang dilakukan terhadap siswa Generasi Z di Jakarta Selatan, bukti empiris menunjukkan bahwa tingkat perilaku menabung responden masih relatif rendah. Survei tersebut mencakup beberapa indikator utama: kebiasaan menabung, prioritas menabung, pengelolaan pendapatan, pemanfaatan *Finansial Technology (FinTech)*, disiplin menabung, dan tujuan menabung.

Mengenai kebiasaan menabung, hampir separuh responden (48,4%) menyatakan tidak pernah menabung, sementara 35,5% jarang melakukannya. Hanya sebagian kecil, yaitu 3,1%, yang melaporkan sangat sering menabung. Data ini menunjukkan bahwa menabung belum menjadi perilaku keuangan yang konsisten di kalangan Generasi Z.

Lebih lanjut, terkait prioritas menabung, 48,4% responden tidak pernah memprioritaskan menabung, dan 32,3% jarang melakukannya. Sementara itu, hanya 12,9% responden yang secara konsisten memprioritaskan menabung. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa cenderung

memprioritaskan pengeluaran konsumen daripada perencanaan keuangan jangka panjang.

Mengenai pengelolaan pendapatan, mayoritas responden (48,4%) juga menyatakan tidak pernah mengelola pendapatan untuk menabung, sementara 29% jarang melakukannya. Hal ini mencerminkan rendahnya kesadaran responden dalam mengelola pendapatan secara efektif sebagai bentuk perencanaan keuangan pribadi.

Sementara itu, indikator pemanfaatan FinTech menunjukkan bahwa 61,3% responden tidak pernah menggunakan layanan FinTech untuk menabung, dan hanya 9,7% yang sangat sering menggunakannya. Rendahnya tingkat pemanfaatan ini mencerminkan belum sepenuhnya diadopsinya perkembangan teknologi finansial untuk tujuan produktif seperti menabung, meskipun Generasi Z dikenal sebagai kelompok yang erat kaitannya dengan teknologi digital.

Indikator disiplin menabung juga menunjukkan pola serupa, dengan 51,6% responden tidak pernah menabung secara disiplin, dan 32,3% jarang melakukannya. Hanya 12,9% yang menunjukkan perilaku menabung yang sangat disiplin. Hal ini menunjukkan bahwa konsistensi dalam mengalokasikan dana secara teratur masih menjadi tantangan bagi generasi muda.

Terkait tujuan menabung, 41,9% responden tidak memiliki tujuan yang jelas, dan 38,7% hanya sesekali menabung untuk tujuan tertentu. Sementara itu, 12,9% menabung secara tertarget dengan motivasi keuangan tertentu.

Secara keseluruhan, hasil survei empiris ini menunjukkan bahwa perilaku menabung di kalangan pelajar Generasi Z di Jakarta Selatan masih rendah. Faktor-faktor seperti kurangnya disiplin keuangan, rendahnya kesadaran akan pentingnya perencanaan keuangan, dan minimnya penggunaan teknologi keuangan modern turut berkontribusi terhadap kondisi ini. Temuan ini memperkuat pentingnya penelitian lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku menabung generasi muda, terutama di era digital yang sarat dengan pengaruh gaya hidup konsumtif dan dinamika teknologi keuangan.

Salah satu faktor yang diduga memengaruhi rendahnya perilaku menabung mahasiswa Generasi Z adalah fenomena *Fear of Missing Out (FOMO)*, yaitu rasa takut tertinggal dari tren atau aktivitas sosial yang sedang populer. FOMO mendorong seseorang untuk melakukan pengeluaran berlebih agar tetap diakui dalam lingkup sosialnya Pangesti & Safitri (2025). Dalam konteks mahasiswa, FOMO sering muncul melalui tekanan sosial di media digital seperti Instagram atau TikTok yang menampilkan gaya hidup konsumtif. Kondisi tersebut membuat mahasiswa cenderung mengutamakan pengeluaran impulsif dibandingkan tabungan Fahrezi et al (2025). Sebuah studi oleh (Ariani and Sari 2023) mengungkapkan bahwa FOMO memiliki dampak negatif yang signifikan terhadap kebiasaan menabung, karena individu dengan tingkat FOMO yang tinggi cenderung melakukan pembelian impulsif. Sebaliknya, penelitian oleh Rizki & Pratama (2022) menghasilkan temuan yang berbeda, yang menunjukkan bahwa FOMO tidak berdampak signifikan terhadap perilaku menabung, karena beberapa mahasiswa masih mampu mengelola pengeluaran mereka meskipun aktif di platform media sosial.

Selain itu, literasi keuangan juga berperan penting dalam membentuk perilaku menabung. Literasi keuangan mencakup kemampuan individu dalam memahami dan mengelola pendapatan, pengeluaran, serta tabungan. Ramadhan dan Listiadi (2021) menemukan bahwa mahasiswa dengan tingkat literasi keuangan tinggi lebih mampu merencanakan keuangan dan memiliki kebiasaan menabung yang konsisten. Namun, data dari Otoritas Jasa Keuangan OJK (2022) menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan di kalangan generasi muda Indonesia masih rendah, yakni sebesar 49,68 %, sehingga banyak mahasiswa belum mampu menerapkan pengelolaan keuangan yang efektif. Penelitian yang dilakukan oleh Wulandari & Kusuma (2023) mengungkapkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kebiasaan menabung di kalangan mahasiswa. Sebaliknya, penelitian oleh (Handayani 2022) menemukan bahwa literasi keuangan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku menabung, karena faktor-faktor seperti gaya hidup dan tingkat pendapatan memainkan peran yang lebih dominan.

Di sisi lain, perkembangan *financial technology (FinTech)* memberikan peluang besar bagi mahasiswa untuk menabung secara digital melalui aplikasi seperti Dana, GoPay, dan Bibit. FinTech dapat meningkatkan efisiensi transaksi dan mempermudah akses ke produk keuangan Siskawati & Ningtyas (2022). Namun, tanpa didukung literasi keuangan yang baik, kemudahan ini justru dapat mendorong perilaku konsumtif karena mahasiswa lebih sering menggunakan aplikasi keuangan untuk belanja dibanding menabung Sirait et al (2024). Penelitian R. Putri & Rahman (2024) menunjukkan bahwa penggunaan FinTech berdampak positif dan signifikan terhadap perilaku menabung mahasiswa. Namun, Lestari & Nugroho, (2023) menemukan hal sebaliknya, yang menyatakan bahwa *FinTech* justru berdampak negatif yang signifikan karena dapat mendorong perilaku konsumtif. Sementara itu, Ananda & Febriani (2022) menemukan bahwa *FinTech* tidak memengaruhi perilaku menabung secara signifikan, karena mayoritas mahasiswa lebih banyak menggunakan layanan ini untuk kebutuhan transaksi sehari-hari daripada untuk menabung.

Berdasarkan uraian tersebut, Peneliti melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Fear Of Missing Out (FOMO)*, Literasi Keuangan, dan Financial Technology terhadap perilaku Menabung Mahasiswa Generasi Z di Jakarta Selatan. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai bagaimana ketiga factor tersebut dapat memengaruhi perilaku menabung pada kalangan mahasiswa Generasi Z, khususnya di wilayah Jakarta Selatan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah pengaruh *Fear Of Missing Out (FOMO)* terhadap perilaku menabung mahasiswa generasi Z di Jakarta Selatan?
2. Apakah pengaruh **literasi keuangan** terhadap perilaku menabung mahasiswa generasi Z di Jakarta Selatan?
3. Apakah pengaruh **pemanfaatan *FinTech*** terhadap perilaku menabung mahasiswa generasi Z di Jakarta Selatan?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk Mengetahui dan menganalisis *Fear of Missing Out (FOMO)*, literasi keuangan, dan penerapan *Financial Technology (FinTech)* terhadap pola menabung siswa Generasi Z di Jakarta Selatan. Secara spesifik, tujuan penelitian ini meliputi:

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh fomo terhadap perilaku menabung
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku menabung
3. Mengetahui dan menganalisis dampak penerapan Fintech terhadap pola menabung mahasiswa Generasi z di Jakarta selatan

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat baik teoretis maupun praktis, termasuk:

1. Manfaat Teoretis

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan pengetahuan di bidang manajemen keuangan dan perilaku konsumen, khususnya terkait faktor psikologis dan teknologi yang mempengaruhi kebiasaan menabung. Temuan penelitian ini juga dapat digunakan sebagai referensi akademik bagi peneliti masa depan yang tertarik mempelajari topik serupa terkait pola keuangan mahasiswa Generasi Z.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Mahasiswa

Hasil Penelitian ini dapat membantu meningkatkan pemahaman mahasiswa tentang pentingnya mengelola keuangan pribadi, mengendalikan FOMO, dan menggunakan teknologi keuangan secara bijak untuk mendukung kebiasaan menabung.

- b. Bagi Institusi Pendidikan

Temuan penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar bagi institusi pendidikan tinggi dalam merancang program literasi keuangan,

seminar, atau pelatihan manajemen keuangan yang disesuaikan dengan karakteristik Generasi Z.

c. Bagi Pemerintah dan Institusi Keuangan

Hasil Penelitian ini dapat menyediakan data tambahan mengenai pola keuangan mahasiswa yang berguna untuk merumuskan kebijakan atau mengembangkan produk keuangan yang lebih edukatif, inklusif, dan sesuai dengan kebutuhan generasi muda.

