

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi di era digital berkembang pesat, khususnya di industri keuangan, yang mempermudah transaksi bagi individu. Di era ini, literasi keuangan digital sangat penting untuk menghadapi tantangan keuangan dan memahami teknologi. Pesatnya perkembangan teknologi berdampak pada seluruh aspek kehidupan mengubah pola keuangan masyarakat yang memiliki kecakapan dan keterampilan dalam memanfaatkan teknologi baru serta secara tidak sadar memengaruhi kehidupan mereka, terutama di kalangan generasi muda, termasuk Generasi Z. (Ayuningtyas dan Irawan, 2021).

Generasi Z yang sering disebut sebagai Gen Z memainkan peran penting dalam pasar tenaga kerja dan menunjukkan praktik keuangan yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya. Mereka sering dianggap kesulitan menabung dan mungkin kurang memprioritaskan investasi masa depan. Perbedaan perilaku keuangan antara Gen Z dan generasi terdahulu ini mencerminkan pergeseran dalam pola pengeluaran dan kebiasaan menabung. Gen Z sebenarnya memiliki kesadaran finansial yang tinggi, namun menghadapi tantangan ekonomi yang jauh lebih berat seperti inflasi tinggi, lonjakan harga hunian, dan ketidakpastian kerja dibandingkan generasi sebelumnya (Wahyuni, 2025)

Pemahaman yang baik mengenai keuangan digital mamapu membuat kualitas hidup seseorang semakin nyaman semua transaksi keuangan menjadi praktis, efisien, dan fleksibel tanpa kendala waktu. Masyarakat Indonesia memiliki akses yang luas terhadap layanan keuangan, namun belum sepenuhnya memahami cara mengelola keuangannya dengan bijak yang mencerminkan dari perilaku menabung yang terencana.

Kehadiran *financial technology (fintech)* berperan signifikan dalam pengelolaan keuangan pribadi serta membentuk ulang pola konsumsi penggunanya (Citra, 2025). Gaya hidup *trendy* dan modern mendukung dan kekinian mendorong popularitas layanan pembayaran digital di kalangan generasi z, yang lebih memilih menggunakan layanan seperti ShopeePay, OVO, GoPay, dan QRIS. Transformasi ini menandai pergeseran masif di sektor jasa keuangan global, di mana sistem pembayaran konvensional secara bertahap beralih ke format digital sepenuhnya (Firmansyah, 2022).

Perilaku konsumtif seseorang tercermin dari kebiasaan mengonsumsi barang atau jasa yang tidak atau kurang diperlukan secara berlebihan dan tidak terencana, sering kali dipengaruhi oleh dorongan untuk memuaskan kesenangan semata (Ula dkk., 2025) Dengan berbagai kebutuhan hidup yang semakin kompleks, masyarakat tidak dapat berhenti dari kebiasaan konsumtif. Seseorang yang memenuhi gaya hidup akan menimbulkan masalah dalam kehidupan mereka ketika perilaku konsumtif ini tidak diiringi dengan perencanaan pengelolaan keuangan yang baik seperti menabung dan investasi.

Kemajuan teknologi finansial tidak otomatis meningkatkan perilaku keuangan yang sehat. Dengan adanya kemudahani transaksi digital, hal ini bisa mendorong perilaku konsumtif, terutama bagi generasi muda dengan literasi keuangan yang masih terbatas. Kondisi ini menjadi sangat relevan di Kota Tegal, yang kini berhadapan dengan realita Tegal sebagai pusat gravitasi ekonomi yang dipenuhi mal dan kafe kekinian, sehingga menciptakan tantangan antara pemenuhan gengsi dan kemampuan finansial nyata.

Tantangan tersebut semakin diperkuat oleh temuan penelitian terbaru yang secara khusus mengangkat fenomena *Doom Spending* di kalangan Generasi Z di Kota Tegal. Penelitian Putri dan Melati (2025) yang melibatkan 384 responden Generasi Z di Kota Tegal menemukan bahwa pendapatan, media sosial, dan gaya hidup secara bersama-sama berkontribusi signifikan terhadap perilaku konsumsi impulsif yang digunakan sebagai bentuk pelarian emosional dari tekanan ekonomi dan ketidakpastian masa depan. Temuan ini menunjukkan bahwa fenomena konsumtif di kalangan generasi muda bukan sekadar isu nasional, melainkan telah nyata terjadi dan terukur secara empiris di lingkup lokal Kota Tegal, yang menjadi lokasi penelitian ini.

Karakteristik demografis ini relevan dengan profil Generasi Z di Kota Tegal yang menjadi subjek penelitian ini, sehingga memperkuat asumsi bahwa perilaku konsumtif di kalangan generasi muda Tegal berpotensi menghambat pembentukan kebiasaan menabung yang sehat. Fenomena *Doom Spending* yang telah terbukti secara empiris terjadi di Kota Tegal ini semakin menegaskan bahwa kesenjangan antara gaya hidup konsumtif dan

kemampuan finansial bukan hanya persoalan gengsi semata, melainkan juga dipengaruhi oleh sejauh mana individu memiliki kemampuan mengelola keuangannya secara digital. Kondisi ini yang mendasari pentingnya penelitian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku menabung pada Generasi Z di Kota Tegal, khususnya terkait literasi keuangan digital, penggunaan *fintech payment*, dan perilaku konsumtif itu sendiri.

Pada penelitian ini, banyak faktor yang menjadi penentu adanya pengaruh keputusan dalam menabung pada generasi muda khususnya generasi z. Faktor pertama yang dianggap dapat mempengaruhi perilaku menabung yaitu literasi keuangan digital, dimana kemampuan individu dalam memahami informasi keuangan, memanfaatkan aplikasi keuangan, serta mengantisipasi berbagai resiko finansial digital. Menurut Alysa dkk., (2023) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa peningkatan literasi keuangan digital, seperti pemahaman *e-wallet* dan *mobile banking*, secara signifikan meningkatkan perilaku menabung.

Namun, temuan ini berbeda dengan penelitian Simbolon (2025) yang menunjukkan bahwa literasi keuangan digital tidak secara langsung berpengaruh terhadap pengelolaan finansial seperti menabung karena dipengaruhi oleh faktor ekonomi dan budaya lokal. Hal ini mengindikasikan bahwa tingkat literasi yang tinggi tidak selalu menjamin terbentuknya perilaku menabung yang baik jika tidak diimbangi dengan kontrol perilaku dan lingkungan yang mendukung.

Faktor kedua yaitu *fintech payment*, pengguna *fintech payment* dapat mempengaruhi perilaku menabung yang dapat dilihat dari tingkat konsumtif individu. Kehadiran *fintech payment* memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi secara praktis tanpa uang tunai, namun efeknya terhadap perilaku menabung bisa bersifat ganda. Di satu sisi, *platform fintech* menyediakan fitur tabungan digital (misalnya *GoPay Save*, *SeaBank*, atau *Jago Pocket*) yang mendorong perilaku menabung. Di sisi lain, kemudahan transaksi instan justru dapat memicu konsumtif impulsif. Menurut Azzahra (2023) menyatakan bahwa layanan *fintech payment*, seperti *GoPay* dan *Dana* berpengaruh positif terhadap perilaku menabung seseorang. Namun, hasil bertolak belakang ditemukan oleh Wahyuni dan Marseandi (2025) dimana pengguna digital *payment* justru meningkatkan perilaku konsumtif karena kemudahan transaksi dan promosi *cashback*, yang berarti dengan adanya *fintech payment* dan sering menggunakan dompet digital cenderung berbelanja lebih banyak daripada menabung.

Faktor yang ketiga yaitu perilaku konsumtif yang dapat mempengaruhi perilaku menabung. Perilaku konsumtif didefinisikan sebagai kecenderungan seseorang untuk membeli barang atau jasa secara berlebihan, tanpa terencana, dan lebih bergantung pada keinginan daripada kebutuhan. Keinginan untuk mengikuti tren dan kepuasan instan kondisi ini dapat mengurangi kemampuan seseorang dalam mengatur pendapatan mereka untuk menabung yang dapat menghambat atau bahkan menggagalkan tujuan menabung mereka. Menurut

Kholila (2021) secara eksplisit menyatakan bahwa perilaku konsumtif dapat menguras pendapatan dan menimbulkan sifat boros.

Jika pendapatan terkuras untuk konsumsi yang tidak terencana, maka secara otomatis kemampuan untuk menyisihkan uang atau menabung akan berkurang drastis. Berbeda dengan temuan dari penelitian Abdillah dkk., (2024) menghasilkan bahwa perilaku konsumtif individu tidak memberikan pengaruh yang signifikan secara statistik terhadap minat atau keputusan menabung mereka. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif bisa menjadikan motivasi, bisa juga menghambat dalam perilaku menabung.

Selain faktor diatas ada beberapa individu yang menyebabkan timbulnya pengaruh-pengaruh terhadap perilaku menabung tersebut. *Genderi* merupakan salah satu faktor yang memiliki kemampuan untuk mengatur kolerasi antara literasi keuangan digital, penerapan pembayaran digital atau *fintech payment* dan juga perilaku konsumtif pada individu yang mempengaruhi perilaku menabung. Menurut Pamungkas dan Firmialy (2023) menyatakan bahwa perilaku menabung pria dan wanita berbeda.

Penelitian sebelumnya menunjukkan temuan yang belum konsisten terkait banyaknya faktor yang tidak mempengaruhi beberapa variabel. Penelitian Simbolon (2025) yang menunjukkan bahwa literasi keuangan digital tidak secara langsung berpengaruh terhadap pengelolaan finansial seperti menabung. Penelitian oleh Wahyuni dan Marseandi (2025) dengan adanya *fintech payment* dan sering menggunakan dompet digital cenderung berbelanja lebih banyak daripada menabung. Perilaku konsumtif terhadap

kebiasaan menabung Kholila (2021) menyatakan bahwa perilaku konsumtif dapat menghalangi pencapaian tujuan menabung, sedangkan menurut Abdillah dkk., (2024) perilaku konsumsi tidak memiliki dampak signifikan terhadap minat untuk menabung. Hal ini menunjukkan adanya celah penelitian mengenai bagaimana faktor perilaku, berinteraksi dengan dinamika menabung di era digital.

Kebaruan dari studi ini terdapat pada pengujian peran *Gender* sebagai variabel moderasi secara menyeluruh untuk tiga variabel independen Literasi Keuangan Digital, *Fintech Payment*, dan Perilaku Konsumtif terhadap Perilaku Menabung. Mengingat bahwa *gender* terbukti berbeda dalam pola menabung dan menjadi faktor sosial, penerapan *Gender* sebagai moderasi dalam konteks Generasi Z di Tegal memberikan pemahaman yang lebih tajam serta mendalam tentang perbedaan dalam pengambilan keputusan finansial antara pria dan wanita di dunia digital. Oleh karena itu meneliti bagaimana literasi keuangan digital, pembayaran digital atau *fintech payment* dan perilaku konsumtif dapat memengaruhi perilaku menabung berdasarkan *gender* itu penting untuk memahami dinamika spesifik dari setiap *gender*.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Literasi Keuangan Digital, *Fintech Payment* dan Perilaku Konsumtif Terhadap Perilaku Menabung Dengan *Gender* Sebagai Metode Moderasi Pada Generasi Z di Kota Tegal”** peneliti ingin mengkaji secara mendalam faktor-faktor yang berkontribusi

terhadap perilaku menabung dikalangan individu yang dimoderasi oleh *gender*, khususnya pada Generasi Z di Kota Tegal.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut.

1. Apakah Literasi Keuangan Digital berpengaruh terhadap Perilaku Menabung Pada Generasi Z di Kota Tegal?
2. Apakah *Fintech Payment* berpengaruh terhadap Perilaku Menabung Pada Generasi Z di Kota Tegal?
3. Apakah Perilaku Konsumtif berpengaruh terhadap Perilaku Menabung Pada Generasi Z di Kota Tegal?
4. Apakah *gender* memoderasi pengaruh Literasi Keuangan Digital terhadap Perilaku Menabung Pada Generasi Z di Kota Tegal?
5. Apakah *gender* memoderasi pengaruh *Fintech Payment* terhadap Perilaku Menabung Pada Generasi di Kota Tegal?
6. Apakah *gender* memoderasi pengaruh Perilaku Kosumtif terhadap Perilaku Menabung Pada Generasi Z di Kota Tegal?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Pada penelitian ini ditunjukan untuk menguji pengaruh literasi keuangan digital terhadap perilaku menabung pada generasi z di Kota Tegal.

2. Pada penelitian ini ditunjukkan untuk menguji pengaruh *fintech payment* terhadap perilaku menabung pada generasi z di Kota Tegal.
3. Pada penelitian ini ditunjukkan untuk menguji pengaruh perilaku konsumtif terhadap perilaku menabung pada generasi z di Kota Tegal.
4. Pada penelitian ini ditunjukkan untuk menguji peran moderasi *gender* dengan pengaruh perilaku literasi keuangan digital terhadap perilaku menabung pada generasi z di Kota Tegal.
5. Pada penelitian ini ditunjukkan untuk menguji peran moderasi *gender* dengan pengaruh perilaku *fintech payment* terhadap perilaku menabung pada generasi z di Kota Tegal.
6. Pada penelitian ini ditunjukkan untuk menguji peran moderasi *gender* dengan pengaruh perilaku konsumtif terhadap perilaku menabung pada generasi z di Kota Tegal.

1.4 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah diuraikan, penelitian ini difokuskan pada batasan masalah tertentu. Karena luasnya permasalahan pada penelitian ini, penulis hanya menekankan pada Pengaruh Literasi Keuangan Digital, *Fintech Payment* dan Perilaku Konsumtif Terhadap Perilaku Menabung Dengan *Gender* Sebagai Metode Moderasi Pada Generasi Z di Kota Tegal.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Pengujian pengaruh literasi keuangan digital, *fintech payment* dan perilaku konsumtif terhadap perilaku menabung dengan *gender* sebagai variabel moderasi, serta pengembangan ilmu manajemen, khususnya di bidang keuangan dan perilaku konsumtif yang relevan dengan dinamika era digital.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pihak Terkait

Memberikan informasi mengenai pengaruh literasi keuangan digital, *fintech payment* dan perilaku konsumtif terhadap perilaku menabung dengan *gender* sebagai metode moderasi dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam merumuskan kebijakan yang bertanggung jawab mengelola keuangan, terutama dalam perilaku menabung agar dapat tercerahkan.

b. Bagi Peneliti

Dapat meningkatkan pengetahuan mengenai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap perilaku menabung dan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya dengan melakukan penelitian terkait topik yang sama, serta diharapkan dapat mengkaji lebih luas lagi mengenai permasalahan tersebut.