

## " Di Balik Cuan Konten: Eksplorasi Strategi Pengelolaan Keuangan oleh Gen Z di Dunia Digital "

Mohamad Afrizal Miradji, Bayuadi, Walbertus Agung Setio Vercelly, Rizky Pratama  
Lafizha Putra, Erina Tri Widyastuti, Usmawanti

[walbertusvercelly@gmail.com](mailto:walbertusvercelly@gmail.com)

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

### Abstrak

Generasi Z, sebagai digital natives, menghadapi dinamika pengelolaan keuangan yang kompleks di era digital. Artikel ini mengeksplorasi strategi keuangan Generasi Z, mencakup penggunaan teknologi seperti aplikasi keuangan digital, tantangan pendapatan fluktuatif, serta pengaruh media sosial terhadap gaya hidup konsumtif. Dengan pendekatan kualitatif yang melibatkan wawancara mendalam dan diskusi kelompok terfokus di wilayah Surabaya, penelitian ini menemukan bahwa teknologi digital memberikan kemudahan sekaligus risiko dalam pengelolaan keuangan. Meski literasi keuangan mulai meningkat, tekanan sosial dan kurangnya pemahaman tentang pajak digital menjadi tantangan signifikan. Artikel ini menyoroti pentingnya edukasi keuangan yang relevan dan adaptasi strategi keuangan jangka panjang untuk mendukung stabilitas finansial Generasi Z.

**Kata Kunci:** Generasi Z, pengelolaan keuangan, teknologi digital, media sosial, literasi keuangan

### Abstract

Generation Z, as digital natives, faces complex financial management dynamics in the digital era. This article explores Generation Z's financial strategies, including the use of digital financial applications, challenges with fluctuating incomes, and the influence of social media on consumerist lifestyles. Through qualitative methods involving in-depth interviews and focus group discussions in Surabaya, the study finds that digital technology provides both ease and risk in financial management. Although financial literacy is improving, social pressures and limited understanding of digital taxation pose significant challenges. This article emphasizes the importance of relevant financial education and the adaptation of long-term financial strategies to support Generation Z's financial stability.

**Keywords:** Generation Z, financial management, digital technology, social media, financial literacy

### PENDAHULUAN

Generasi Z, atau yang sering disebut sebagai digital natives, adalah generasi pertama yang tumbuh besar di era digital. Mereka akrab dengan teknologi sejak dini, hidup dalam dunia yang terhubung dengan internet, media sosial, dan berbagai platform digital lainnya. Kemajuan teknologi ini tidak hanya mengubah cara mereka berkomunikasi, tetapi juga membuka peluang baru untuk menghasilkan pendapatan. Dari menjadi kreator konten di media sosial, bekerja

sebagai freelancer, hingga berjualan produk digital, Generasi Z membuktikan bahwa dunia digital adalah ladang subur bagi mereka yang kreatif dan berani mengambil peluang.

Namun, di balik kilau peluang finansial ini, muncul tantangan besar yang sering kali diabaikan: pengelolaan keuangan. Pola pendapatan dari dunia digital sering kali tidak stabil, tergantung pada tren atau algoritma platform yang berubah-ubah. Selain itu, sifat konsumtif yang kerap melekat pada generasi muda, dipadukan dengan gaya hidup serba instan, membuat banyak dari mereka terjebak dalam siklus "cepat kaya, cepat habis." Fenomena ini menimbulkan pertanyaan penting: bagaimana Generasi Z dapat mengelola pendapatan mereka di dunia digital secara bijak untuk memastikan keberlanjutan finansial jangka panjang?

Melalui artikel ini, kita akan menggali lebih dalam strategi pengelolaan keuangan yang diterapkan oleh Generasi Z di dunia digital. Kita akan melihat bagaimana mereka memanfaatkan teknologi untuk mendukung literasi keuangan, mengelola pendapatan yang fluktuatif, dan bahkan berinvestasi untuk masa depan. Pendekatan ini mencakup eksplorasi bagaimana mereka menggabungkan kreativitas, teknologi, dan edukasi keuangan dalam kehidupan sehari-hari. Misalnya, beberapa kreator konten menggunakan aplikasi pengelola keuangan untuk melacak pendapatan mereka, sementara yang lain mulai mempelajari investasi sejak dini, baik melalui aset digital seperti kripto maupun instrumen tradisional seperti reksa dana.

Selain itu, artikel ini akan menyoroti tantangan yang mereka hadapi, seperti tekanan sosial untuk terlihat sukses secara materi di media sosial, yang sering kali mendorong gaya hidup boros. Kita juga akan membahas peran penting edukasi keuangan, baik yang didapatkan secara formal maupun melalui sumber-sumber mandiri di internet, dalam membantu Generasi Z mengambil keputusan finansial yang lebih cerdas. Dengan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana mereka mengelola uang, kita dapat melihat bagaimana pola pikir Gen Z tentang cuan di dunia digital dapat menjadi inspirasi bagi generasi lainnya.

Era digital menawarkan peluang yang besar, tetapi tanpa strategi keuangan yang matang, potensi tersebut bisa menjadi jebakan. Mari kita telusuri lebih jauh apa yang ada di balik cuan konten yang digemari Generasi Z, serta bagaimana mereka menjadikannya bukan hanya sebagai sumber pendapatan sementara, tetapi juga fondasi untuk masa depan yang lebih stabil dan berkelanjutan.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi strategi pengelolaan keuangan Generasi Z di era digital, dengan fokus pada konteks lokal di Surabaya dan sekitarnya. Pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami pengalaman, pola perilaku, dan tantangan keuangan yang dihadapi oleh Generasi Z dalam lingkungan yang semakin terhubung secara digital.

### **1. Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memberikan gambaran yang komprehensif tentang perilaku finansial Generasi Z di wilayah Surabaya dan sekitarnya. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mendalami fenomena sosial yang kompleks, khususnya dalam memahami bagaimana teknologi dan media sosial memengaruhi keputusan keuangan generasi ini.

## **2. Lokasi dan Subjek Penelitian**

Lokasi penelitian difokuskan pada Surabaya, sebagai salah satu kota metropolitan di Indonesia yang memiliki tingkat penetrasi teknologi digital tinggi, akses terhadap layanan keuangan modern, serta populasi Generasi Z yang signifikan. Beberapa daerah pinggiran Surabaya, seperti Sidoarjo dan Gresik, juga dilibatkan untuk memperkaya variasi data, mengingat perbedaan konteks urban dan semi-urban dapat memengaruhi pola pengelolaan keuangan.

Subjek penelitian adalah individu berusia 18-26 tahun yang lahir dalam rentang waktu yang sesuai dengan kategori Generasi Z. Kriteria utama partisipan meliputi:

- Berdomisili di Surabaya atau daerah sekitarnya.
- Aktif menggunakan teknologi digital untuk transaksi keuangan (misalnya, aplikasi e-wallet, mobile banking, atau platform investasi).
- Memiliki penghasilan sendiri, baik dari pekerjaan tetap, pekerjaan paruh waktu, atau pendapatan berbasis digital seperti kreator konten atau freelancer.

Sebanyak 20 partisipan dipilih melalui teknik purposive sampling. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk memilih partisipan yang sesuai dengan kriteria penelitian, sehingga data yang diperoleh relevan dan mendalam.

## **3. Pengumpulan Data**

Data dikumpulkan menggunakan tiga teknik utama: wawancara mendalam, diskusi kelompok terfokus (focus group discussion), dan observasi.

### **a. Wawancara Mendalam**

Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur dengan panduan pertanyaan yang mencakup:

- Pemahaman subjek tentang literasi keuangan.
- Kebiasaan mereka dalam menggunakan aplikasi digital untuk keuangan.
- Pengalaman mengelola penghasilan dari sumber non-konvensional.
- Tantangan yang mereka hadapi dalam mengatur keuangan.

Setiap wawancara berlangsung selama 45-60 menit dan dilakukan di lokasi yang nyaman bagi partisipan, seperti kafe di Surabaya atau melalui platform daring seperti Zoom. Semua wawancara direkam (dengan izin partisipan) untuk memastikan data terdokumentasi dengan baik.

#### b. Diskusi Kelompok Terfokus (FGD)

Diskusi kelompok dilakukan untuk menggali pandangan kolektif dan membandingkan pengalaman antar individu. Lima kelompok FGD dibentuk, masing-masing terdiri dari 4-5 partisipan. Diskusi berlangsung di ruang komunitas atau kafe di Surabaya, dengan moderator yang memfasilitasi percakapan tentang:

- Bagaimana teknologi memengaruhi gaya hidup dan pengeluaran.
- Pengaruh media sosial terhadap keputusan keuangan.
- Strategi yang digunakan untuk menabung, berinvestasi, atau mengelola utang.
- Diskusi berlangsung selama 90 menit dan direkam untuk analisis lebih lanjut.

#### c. Observasi

Observasi dilakukan untuk melihat secara langsung bagaimana Generasi Z di Surabaya dan sekitarnya menggunakan aplikasi digital dalam kehidupan sehari-hari. Peneliti mengamati perilaku belanja daring, penggunaan e-wallet di pusat perbelanjaan, serta interaksi mereka dengan konten keuangan di media sosial. Observasi ini dilakukan selama dua minggu, dengan fokus pada lingkungan urban Surabaya dan beberapa daerah semi-urban di sekitarnya seperti Sidoarjo.

### **4. Instrumen Penelitian**

Instrumen yang digunakan meliputi panduan wawancara, panduan diskusi kelompok, dan lembar observasi. Instrumen ini disusun berdasarkan tinjauan literatur terkait dan diuji coba sebelumnya pada lima partisipan dari Surabaya untuk memastikan kejelasan dan validitasnya.

### **5. Analisis Data**

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan pendekatan analisis tematik. Proses analisis meliputi:

- Transkripsi: Semua data wawancara dan FGD ditranskripsi secara verbatim.
- Pengkodean: Kode awal diberikan berdasarkan tema utama, seperti literasi keuangan, pengaruh media sosial, dan pengelolaan penghasilan.
- Klasifikasi Tema: Kode-kode dikelompokkan untuk menemukan pola dan hubungan antar tema.
- Interpretasi: Data dianalisis secara mendalam untuk memahami fenomena yang diamati dalam konteks Surabaya dan sekitarnya.
- Software seperti NVivo digunakan untuk membantu proses pengorganisasian data, memastikan akurasi dan efisiensi dalam pengolahan informasi.

## **6. Keabsahan Data**

Untuk memastikan keabsahan data, peneliti menggunakan triangulasi metode, triangulasi sumber, dan pengecekan ulang dengan partisipan (member checking). Triangulasi metode dilakukan dengan membandingkan hasil dari wawancara, FGD, dan observasi. Triangulasi sumber melibatkan partisipan dari latar belakang yang berbeda untuk mendapatkan perspektif yang beragam. Member checking dilakukan dengan memberikan ringkasan temuan awal kepada partisipan untuk memastikan data sesuai dengan pengalaman mereka.

## **7. Etika Penelitian**

Penelitian ini mematuhi prinsip-prinsip etika penelitian. Sebelum pengumpulan data, partisipan diberikan informasi tentang tujuan penelitian, metode yang digunakan, dan hak mereka sebagai subjek penelitian. Partisipan diminta untuk menandatangani formulir persetujuan (informed consent). Identitas mereka dirahasiakan untuk melindungi privasi dan kerahasiaan informasi pribadi.

Dengan pendekatan yang fokus pada wilayah Surabaya dan sekitarnya, metode penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mendalam tentang strategi pengelolaan keuangan Generasi Z di tengah transformasi digital yang pesat.

## **HASIL DISKUSI**

Dari hasil penelitian yang dilakukan di Surabaya dan sekitarnya, terbentuk pemahaman yang mendalam mengenai dinamika pengelolaan keuangan Generasi Z di era digital. Wawancara mendalam, diskusi kelompok terfokus, dan observasi langsung terhadap partisipan memberikan gambaran yang sangat kaya dan bervariasi tentang bagaimana mereka menghadapi tantangan, memanfaatkan peluang, serta beradaptasi dengan kemajuan teknologi dalam konteks pengelolaan finansial. Bagian ini akan membahas temuan utama terkait literasi keuangan, pengaruh media sosial terhadap keputusan finansial, serta pola konsumsi yang dipengaruhi oleh teknologi digital.

### **1. Literasi Keuangan: Antara Dasar-Dasar dan Kesadaran Baru**

Hasil wawancara menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan Generasi Z di Surabaya memiliki perbedaan yang signifikan tergantung pada latar belakang pendidikan dan akses terhadap informasi finansial. Sebagian partisipan yang memiliki latar belakang pendidikan ekonomi atau bisnis menunjukkan pemahaman yang lebih baik terkait manajemen risiko, alokasi dana, dan pentingnya investasi dibandingkan dengan mereka yang berasal dari jurusan non-ekonomi. Hal menarik yang terungkap adalah bahwa partisipan dari kelompok pertama cenderung menganggap literasi keuangan sebagai "modal wajib" di dunia digital, sedangkan kelompok kedua sering kali memandangnya sebagai "opsi tambahan" yang baru relevan saat mereka merasa menghadapi masalah finansial.

Dalam diskusi kelompok, partisipan secara kolektif mengakui bahwa pemahaman mendalam tentang keuangan masih merupakan tantangan besar,

meskipun informasi tentang hal ini tersedia secara luas di internet. Salah satu alasan utama adalah kesulitan untuk memilah-milah informasi yang relevan di tengah banjirnya konten finansial dari media sosial, YouTube, hingga podcast. Banyak dari mereka merasa terbebani oleh berbagai istilah keuangan teknis seperti compound interest, diversifikasi portofolio, dan debt-to-income ratio yang dianggap "terlalu kompleks." Namun, ada juga yang berbagi pengalaman positif belajar keuangan melalui platform seperti TikTok, di mana edukator finansial menggunakan metode kreatif untuk menjelaskan konsep yang rumit dengan cara yang mudah dipahami.

Beberapa partisipan mengungkapkan bahwa literasi keuangan mereka meningkat signifikan setelah mulai menggunakan aplikasi pengelola keuangan. Aplikasi ini memberikan gambaran jelas tentang pola pengeluaran mereka dan membantu menetapkan anggaran yang realistis. Partisipan dengan kebiasaan menggunakan e-wallet secara rutin mengakui bahwa fitur pelacakan pengeluaran pada aplikasi tersebut sangat bermanfaat, terutama untuk mengurangi pemborosan kecil yang sering kali luput dari perhatian. Sebagai contoh, seorang partisipan menceritakan bagaimana fitur laporan bulanan pada e-wallet menunjukkan bahwa ia menghabiskan hingga 20% dari pendapatannya hanya untuk minuman kopi dari berbagai kafe. Temuan ini menjadi titik balik baginya untuk mulai menetapkan batas anggaran harian yang lebih ketat.

Namun demikian, beberapa partisipan mengaku mengalami kesulitan untuk mengimplementasikan pengetahuan yang mereka pelajari. Meski mereka memahami pentingnya menabung atau berinvestasi, kecenderungan untuk menunda tindakan ini masih sangat kuat. Fenomena ini terutama terlihat di kalangan mereka yang memiliki pendapatan fluktuatif, seperti kreator konten atau pekerja freelance. Mereka sering merasa tidak ada jaminan pendapatan yang cukup untuk mulai berinvestasi, sehingga fokus mereka lebih tertuju pada kebutuhan jangka pendek.

## **2. Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Finansial**

Media sosial muncul sebagai salah satu elemen yang paling memengaruhi pola pikir dan kebiasaan finansial Generasi Z. Berdasarkan hasil wawancara dan diskusi kelompok, ditemukan bahwa media sosial memberikan dampak yang ambivalen—di satu sisi menjadi sumber inspirasi dan edukasi, namun di sisi lain memicu tekanan sosial yang memperburuk perilaku konsumtif.

Sebagian besar partisipan mengaku bahwa mereka mendapatkan banyak informasi tentang peluang finansial, seperti tips menabung, investasi saham, hingga pemanfaatan aset digital seperti cryptocurrency, melalui platform seperti Instagram dan TikTok. Banyak dari mereka mengikuti influencer keuangan yang aktif membagikan konten edukasi. Seorang partisipan mencontohkan bagaimana ia belajar mengenai dollar cost averaging dari video singkat yang diunggah seorang edukator finansial populer di TikTok. Menurutnya, gaya komunikasi yang santai tetapi informatif membuat topik ini terasa lebih menarik dan relevan.

Namun, sisi negatifnya juga cukup dominan. Banyak partisipan yang mengaku bahwa keberadaan media sosial membuat mereka sering kali merasa terdorong untuk membelanjakan uang demi memenuhi standar hidup yang mereka lihat secara online. Fenomena ini selaras dengan konsep "social comparison," di mana partisipan sering membandingkan gaya hidup mereka dengan yang dipamerkan oleh teman atau influencer di media sosial. Beberapa partisipan bahkan secara eksplisit menyebut bahwa "tekanan sosial untuk terlihat sukses" mendorong mereka membeli barang-barang yang sebenarnya tidak mereka butuhkan, seperti gadget terbaru atau pakaian bermerek.

Dalam diskusi kelompok, muncul kesadaran kolektif bahwa media sosial sangat memengaruhi persepsi tentang keberhasilan. Partisipan merasa bahwa ukuran kesuksesan tidak lagi hanya ditentukan oleh prestasi atau pengalaman, tetapi juga oleh kemampuan untuk menunjukkan pencapaian materi seperti liburan ke luar negeri, rumah impian, atau gaya hidup mewah. Salah seorang partisipan berbagi pengalamannya mencoba memenuhi ekspektasi sosial ini dengan membeli ponsel keluaran terbaru menggunakan layanan kredit, meski sebenarnya hal tersebut mengganggu stabilitas keuangannya selama beberapa bulan.

Pola konsumtif ini semakin diperparah oleh teknik pemasaran yang semakin canggih di platform digital. Banyak partisipan merasa sulit untuk menahan godaan dari iklan-iklan yang muncul secara personalisasi di media sosial. Misalnya, algoritma media sosial sering kali menampilkan iklan produk yang "sesuai" dengan preferensi mereka, berdasarkan riwayat pencarian atau kebiasaan mereka berinteraksi dengan konten tertentu. Efeknya, keinginan untuk membeli sering kali muncul secara impulsif tanpa ada pertimbangan matang. Sebagai contoh, salah satu partisipan menceritakan bagaimana ia membeli aksesoris elektronik yang tidak terlalu penting hanya karena tertarik pada desain unik yang muncul dalam iklan di Instagram.

Namun, ada juga partisipan yang memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk mengontrol pengeluaran. Beberapa dari mereka mengikuti akun-akun edukasi keuangan yang memberikan saran praktis tentang bagaimana mengelola keuangan pribadi. Selain itu, partisipan yang aktif berinteraksi di komunitas finansial daring melaporkan bahwa diskusi-diskusi ini membantu mereka mengambil keputusan finansial yang lebih bijaksana. Sebagai ilustrasi, seorang partisipan menceritakan bahwa ia mendapat ide untuk beralih dari kartu kredit ke metode pembayaran debit setelah membaca pengalaman serupa di grup Facebook terkait manajemen utang.

Dari berbagai perspektif ini, jelas bahwa media sosial memiliki peran yang kompleks dalam membentuk kebiasaan keuangan Generasi Z. Tantangannya adalah bagaimana mereka dapat memfilter informasi yang berguna sekaligus menahan tekanan sosial untuk mengadopsi gaya hidup yang tidak realistis.

### **3. Ketidakstabilan Pendapatan dan Tantangan Keuangan Digital**

Pergeseran pola kerja tradisional menuju dunia digital menghadirkan dinamika unik bagi Generasi Z di Surabaya. Ketidakstabilan pendapatan menjadi salah satu tantangan utama yang diungkapkan oleh sebagian besar partisipan penelitian. Mereka yang bekerja sebagai kreator konten atau freelancer menggambarkan pengalaman memperoleh pendapatan yang fluktuatif, di mana bulan-bulan dengan penghasilan tinggi sering kali disusul oleh periode stagnasi atau bahkan tanpa pemasukan sama sekali. Seorang partisipan mengungkapkan:

“Pernah satu bulan dapat banyak job, jadi gaji seperti tiga kali lipat dari pegawai kantoran. Tapi, bulan depannya tiba-tiba sepi. Ini bikin bingung cara bagi-bagi uangnya. Kadang-kadang ujungnya nggak ada tabungan.”

Beberapa partisipan menyebutkan bahwa mereka menggunakan aplikasi pencatatan keuangan, seperti Money Lover atau Wallet, untuk membantu mengelola arus kas pribadi. Namun, masalah yang muncul bukan hanya pada aspek teknis pencatatan, tetapi pada ketidakmampuan mereka untuk memprioritaskan pengeluaran jangka panjang. Misalnya, saat menerima pembayaran proyek, banyak dari mereka yang langsung mengalokasikan dana untuk hal-hal yang sifatnya non-esensial, seperti membeli produk teknologi terbaru atau bersosialisasi di tempat-tempat eksklusif.

Para partisipan yang merupakan pekerja berbasis digital juga sering kali kesulitan menentukan tarif atau harga jasa. Mereka merasa tidak ada acuan yang jelas, terutama untuk jasa seperti desain grafis, pembuatan konten, atau manajemen media sosial. Seorang freelancer dalam wawancara menuturkan bahwa tekanan dari kompetisi membuat mereka sering menerima bayaran yang tidak seimbang dengan jumlah waktu dan upaya yang dicurahkan. Hal ini berkontribusi pada kurangnya stabilitas finansial, terutama ketika ada kebutuhan mendesak yang membutuhkan biaya besar.

#### **4. Tekanan Sosial dan Kebiasaan Konsumtif**

Bagian lain dari diskusi menyoroti bagaimana tekanan sosial, terutama melalui media sosial, mendorong Generasi Z untuk mengadopsi gaya hidup konsumtif. Banyak partisipan berbicara tentang fenomena *fear of missing out* (FOMO), di mana mereka merasa terdorong untuk mengikuti tren demi menjaga citra diri di hadapan teman-teman atau audiens mereka. Media sosial seperti Instagram dan TikTok memainkan peran besar dalam membentuk persepsi ini, karena feed yang penuh dengan unggahan kehidupan mewah sering kali membuat mereka merasa bahwa gaya hidup sederhana tidak cukup untuk diterima di lingkungannya. Salah satu partisipan dari kelompok diskusi menjelaskan:

“Aku tahu pentingnya nabung, tapi tiap lihat teman nongkrong di kafe keren atau punya barang branded, langsung pengen ikutan. Kalau nggak ikutan, takutnya malah dikira nggak gaul atau ketinggalan zaman.”

Dari observasi, terlihat pula bagaimana transaksi impulsif terjadi melalui kemudahan yang ditawarkan aplikasi e-commerce dan metode pembayaran digital. Beberapa partisipan mengaku sering kali membeli barang dalam situasi emosional,

misalnya saat sedang merasa stres atau ingin memberikan hadiah pada diri sendiri sebagai bentuk penghargaan. Meskipun aplikasi keuangan membantu mencatat pengeluaran, mayoritas dari mereka jarang melakukan evaluasi rutin, sehingga mereka tidak menyadari seberapa besar akumulasi belanja kecil yang dapat membebani keuangan mereka.

Di sisi lain, pengaruh influencer dianggap sebagai faktor penting yang mendorong keputusan pembelian. Partisipan menyebutkan bahwa ulasan produk dari tokoh terkenal lebih memiliki dampak daripada iklan tradisional. Misalnya, seorang responden menuturkan bagaimana mereka terdorong untuk membeli produk skincare mahal karena rekomendasi seorang influencer favorit. Hal ini mempertegas teori perbandingan sosial Festinger, di mana keputusan finansial sering kali didorong oleh keinginan untuk mencapai status sosial yang sama dengan orang lain di lingkungan digital mereka.

## **5. Teknologi Digital: Alat Bantu dan Potensi Bahaya**

Teknologi digital adalah pedang bermata dua bagi Generasi Z di Surabaya. Di satu sisi, aplikasi seperti e-wallet, mobile banking, dan platform investasi online menawarkan kemudahan yang signifikan dalam mengelola keuangan. Mayoritas partisipan memanfaatkan fitur-fitur ini untuk mencatat pengeluaran, mentransfer dana, atau bahkan membeli aset investasi seperti saham dan reksa dana. Ada pula yang mulai menjajal investasi berbasis aset kripto, meskipun hanya dalam skala kecil. Sebagian besar dari mereka merasa bahwa teknologi telah memungkinkan mereka untuk menjadi lebih mandiri secara finansial dibandingkan generasi sebelumnya.

Namun, teknologi ini juga membawa sejumlah risiko. Beberapa partisipan mengungkapkan pengalaman terkena penipuan online, seperti transaksi palsu di marketplace atau kebocoran data yang menyebabkan rekening mereka disalahgunakan. Ketidapahaman tentang keamanan digital menjadi faktor utama di balik kerentanan ini. Salah satu responden menceritakan:

“Waktu itu saya buka link dari WhatsApp, yang katanya saya menang voucher. Ternyata, data rekening saya malah dipakai buat belanja oleh orang lain. Habis itu, jadi lebih hati-hati sama link-link nggak jelas.”

Kebiasaan berlangganan layanan daring seperti Netflix, Spotify, atau aplikasi game juga disebut sebagai sumber pengeluaran kecil yang sering kali luput dari perhatian. Para partisipan jarang memantau pembaruan langganan otomatis mereka, yang akhirnya memakan porsi signifikan dari anggaran bulanan. Hal ini mencerminkan bagaimana kemudahan teknologi dapat menciptakan ilusi “uang digital” yang tampak kurang nyata dibandingkan uang fisik, sehingga lebih mudah dihabiskan tanpa perencanaan.

## **6. Pemahaman Tentang Pajak Digital dan Pengelolaan Utang**

Diskusi juga mencakup aspek yang lebih teknis, seperti kewajiban pajak untuk pendapatan digital. Mayoritas partisipan mengaku kurang memahami peraturan pajak, termasuk kewajiban mereka sebagai kreator konten atau freelancer. Hal ini mengindikasikan kesenjangan antara perkembangan ekonomi digital dengan pemahaman finansial anak muda. Seorang kreator konten menyebutkan:

“Aku baru tahu kalau pendapatan dari endorse itu sebenarnya kena pajak. Selama ini aku pikir nggak wajib bayar pajak kalau bukan kerja kantoran.”

Ketidaktahuan ini tidak hanya menjadi tantangan bagi individu, tetapi juga bagi pemerintah yang ingin memperluas basis pajak di era digital. Pendidikan pajak melalui media sosial atau aplikasi khusus diusulkan oleh beberapa peserta sebagai langkah yang dapat membantu mereka memahami kewajiban tersebut secara lebih mudah dan praktis.

Sementara itu, pengelolaan utang menjadi topik yang sering kali dihindari oleh partisipan. Meskipun beberapa dari mereka menggunakan pinjaman digital untuk kebutuhan mendesak, banyak yang mengaku merasa stres dengan kewajiban membayar kembali dalam waktu singkat. Pinjaman online dengan bunga tinggi dianggap sebagai solusi sementara yang berisiko, terutama bagi mereka yang tidak memiliki rencana penghasilan tetap. Dalam satu kelompok diskusi, seorang partisipan bercerita tentang pengalaman menggunakan pinjaman online untuk modal usaha kecil, tetapi akhirnya terjebak dalam siklus utang yang sulit diselesaikan.

## **7. Tantangan Edukasi Keuangan**

Edukasi keuangan formal sering kali dianggap kaku dan tidak relevan oleh Generasi Z. Sebagian besar peserta menyebutkan bahwa mereka lebih suka belajar melalui konten video di media sosial atau aplikasi yang interaktif daripada melalui seminar atau kursus tradisional. Beberapa aplikasi seperti Bibit dan Ajaib disebut memberikan pengalaman edukasi yang intuitif, khususnya tentang investasi. Namun, ada juga kekhawatiran bahwa akses informasi yang terlalu mudah di internet membuat beberapa individu terjebak pada pengetahuan dangkal atau bahkan informasi yang keliru. Misalnya, ada partisipan yang memulai investasi kripto tanpa memahami sepenuhnya risiko yang terlibat, hanya karena mengikuti tren.

Secara keseluruhan, hasil diskusi ini menunjukkan bagaimana teknologi, tekanan sosial, dan pola konsumsi unik Generasi Z membentuk tantangan dan peluang baru dalam pengelolaan keuangan. Kendati banyak dari mereka yang mulai menyadari pentingnya literasi keuangan, langkah-langkah konkret untuk mengatasi tantangan ini masih membutuhkan pendampingan yang terarah dan relevan dengan konteks digital yang terus berkembang.

## **KESIMPULAN**

Generasi Z, sebagai generasi yang terhubung secara erat dengan perkembangan teknologi digital, telah menunjukkan fleksibilitas yang luar biasa dalam merespons perubahan yang terjadi dalam dunia finansial. Sebagai bagian dari masyarakat global yang sangat dipengaruhi oleh dinamika digital, Generasi Z secara aktif memanfaatkan teknologi untuk mendapatkan penghasilan, mengelola keuangan, dan bahkan mulai berinvestasi di usia muda. Teknologi seperti aplikasi e-wallet, platform investasi, dan media sosial telah menjadi instrumen utama mereka dalam membangun sistem keuangan pribadi yang modern dan adaptif. Dalam proses ini, Generasi Z tidak hanya menunjukkan kreativitas, tetapi juga keberanian untuk menavigasi dunia keuangan yang penuh ketidakpastian.

Namun, di balik potensi besar ini, terdapat tantangan yang kompleks dan beragam yang menjadi hambatan signifikan bagi keberlanjutan finansial mereka. Satu isu yang mencuat dari diskusi mendalam adalah sifat fluktuatif dari pendapatan digital, yang sering kali dipengaruhi oleh algoritma platform, tren pasar, atau kondisi ekonomi global. Situasi ini membuat Generasi Z sering kali harus bergulat dengan ketidakstabilan pendapatan, yang kemudian berdampak pada kesulitan dalam perencanaan keuangan jangka panjang. Fluktuasi ini, jika tidak diimbangi dengan pengelolaan yang hati-hati, dapat membawa konsekuensi serius, termasuk siklus utang, ketergantungan pada pinjaman, atau bahkan kebangkrutan pribadi.

Selain itu, perilaku konsumtif yang kerap ditemukan pada generasi ini menjadi tantangan lain yang tidak kalah penting. Fenomena konsumsi impulsif, yang sebagian besar didorong oleh pengaruh media sosial dan iklan digital, sering kali membuat Generasi Z kehilangan kontrol terhadap pengeluarannya. Tekanan sosial untuk terlihat sukses secara materi di platform media sosial juga memperburuk masalah ini, menciptakan budaya konsumsi berlebihan yang tidak sesuai dengan kemampuan finansial. Hal ini menyebabkan banyak individu dari Generasi Z terperangkap dalam lingkaran hutang atau ketergantungan pada sumber keuangan eksternal untuk menutupi kebutuhan gaya hidup mereka.

Meski demikian, beberapa tren positif tetap menjadi harapan bagi generasi ini. Semakin banyak individu dari Generasi Z yang menyadari pentingnya literasi keuangan sebagai kunci menuju stabilitas finansial. Mereka mulai memanfaatkan teknologi untuk mendukung pemahaman dan pengelolaan keuangan, seperti menggunakan aplikasi pencatat pengeluaran, mengikuti seminar finansial secara daring, atau belajar investasi melalui platform digital. Selain itu, dorongan untuk memahami produk keuangan seperti reksa dana, saham, atau bahkan aset digital seperti kripto menunjukkan adanya niat untuk menciptakan diversifikasi pendapatan yang lebih terarah.

Tidak hanya itu, Generasi Z juga menunjukkan kemampuan unik untuk memadukan gaya hidup modern dengan pemikiran inovatif dalam mengelola sumber daya finansial mereka. Melalui riset dan diskusi yang telah dilakukan, ditemukan bahwa beberapa dari mereka memilih untuk menunda konsumsi jangka pendek demi keuntungan jangka panjang. Hal ini tercermin dari meningkatnya minat terhadap investasi dan kewirausahaan, di mana mereka menciptakan bisnis baru atau berkontribusi dalam ekosistem ekonomi digital. Selain itu, penggunaan teknologi juga telah membantu mereka dalam memitigasi risiko keuangan melalui

akses terhadap informasi yang lebih baik dan keterampilan pengelolaan uang yang lebih terorganisir.

Tantangan lainnya, seperti kurangnya pendidikan keuangan formal yang sesuai dengan realitas dunia digital, juga menjadi perhatian utama. Kurikulum tradisional yang sering kali tidak mencakup topik-topik yang relevan dengan era digital membuat sebagian Generasi Z harus belajar secara mandiri, baik melalui media sosial maupun sumber-sumber daring lainnya. Kurangnya pembekalan ini mengakibatkan banyak anak muda yang akhirnya menghadapi kesulitan dalam menghadapi masalah finansial seperti perpajakan, pengelolaan utang, atau investasi.

Teknologi, yang seharusnya menjadi alat bantu, terkadang juga menjadi pedang bermata dua bagi generasi ini. Kemudahan transaksi digital sering kali membuat mereka lengah dalam pengelolaan keuangan harian. Misalnya, pembayaran langganan bulanan yang tampak kecil dapat terkumpul menjadi pengeluaran besar tanpa disadari. Ditambah lagi, paparan terhadap iklan personalisasi dan penawaran instan sering kali menciptakan godaan untuk menghabiskan uang secara tidak perlu. Situasi ini menunjukkan bahwa meskipun Generasi Z cepat beradaptasi dengan teknologi, mereka tetap membutuhkan panduan untuk memanfaatkan teknologi dengan cara yang bijaksana dan efisien.

Perlu dicatat pula bahwa tekanan sosial dari komunitas daring memainkan peran besar dalam membentuk kebiasaan keuangan Generasi Z. Perbandingan sosial yang tidak sehat sering kali memunculkan keinginan untuk terus mengikuti tren, membeli barang-barang mahal, atau membangun citra keberhasilan finansial yang mungkin tidak realistis. Akibatnya, banyak individu terjebak dalam upaya membuktikan status sosial di dunia maya, meskipun itu berarti mengorbankan stabilitas keuangan di dunia nyata.

Melalui observasi dan wawancara yang telah dilakukan, terungkap pula bahwa edukasi keuangan perlu disesuaikan dengan kebutuhan generasi ini. Dibutuhkan pendekatan yang lebih praktis, menarik, dan relevan untuk membantu Generasi Z memahami keuangan secara komprehensif. Selain itu, penguatan literasi keuangan di institusi pendidikan dan kampanye publik dapat menjadi solusi yang efektif untuk menjembatani kesenjangan pengetahuan yang masih ada.

Generasi Z berada di titik persimpangan antara potensi besar dan tantangan yang sama besar. Dengan memanfaatkan ekosistem teknologi yang ada, ditambah dengan upaya pengelolaan yang lebih matang, generasi ini memiliki peluang untuk menciptakan fondasi keuangan yang kokoh di masa depan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Arianti, F. (2019). "Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(1), 45-52.

Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2020). *Digitalisasi Keuangan: Peluang dan Tantangan di Era Ekonomi Digital*. Jakarta: Kementerian Keuangan RI.

Kusuma, D. F., & Puspitasari, R. (2020). "Peran Media Sosial dalam Membentuk Pola Konsumtif Generasi Z." *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 9(3), 132-148.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2022). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2022*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.

Pratama, A., & Setiawan, B. (2021). "Tantangan dan Peluang Freelance di Era Digital bagi Generasi Z." *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(2), 89-101.

Putri, S., & Nugraha, H. (2022). "Analisis Perilaku Konsumtif pada Generasi Z di Indonesia: Studi Kasus Media Sosial Instagram." *Jurnal Ekonomi Digital Indonesia*, 5(1), 65-72.

Rachman, D. S. (2020). "Pemanfaatan Aplikasi Keuangan Digital dalam Mengelola Keuangan Pribadi." *Jurnal Teknologi Informasi dan Bisnis*, 3(4), 112-120.

Widiastuti, E., & Handayani, T. (2021). "Peningkatan Literasi Keuangan Melalui Media Digital di Kalangan Mahasiswa." *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*, 7(1), 43-57.

Yulianto, R., & Dewi, S. (2021). "Fenomena Investasi Saham di Kalangan Generasi Z: Antara Tren dan Literasi." *Jurnal Keuangan dan Investasi Indonesia*, 8(2), 75-88.