



Jenis Artikel: Penelitian Kuantitatif

Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Literasi Keuangan Digital: Studi pada Generasi Z di Indonesia

Rita Rahayu*



AFILIASI:

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Andalas, Padang, Sumatera Barat Indonesia

*KORESPONDENSI:

aretrahayu@gmail.com

DOI: 10.18196/rabin.v6i1.142682

SITASI:

Rahayu, R. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Literasi Keuangan Digital: Studi pada Generasi Z di Indonesia. *Reviu Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 73-87.

PROSES ARTIKEL

Diterima:

18 Mar 2022

Reviu:

10 Apr 2022

15 Apr 2022

Revisi:

10 Apr 2022

23 Apr 2022

Diterbitkan:

05 Mei 2022



Abstrak:

Latar Belakang: Perkembangan *fintech* kini semakin sangat pesat. Namun sayangnya perkembangan ini belum diringi dengan peningkatan literasi masyarakat dibidang keuangan digital. Saat ini tingkat literasi keuangan digital masyarakat Indonesia masih berada dibawah rata-rata literasi keuangan digital masyarakat di Asia Tenggara. Padahal berdasarkan hasil sensus BPS, sebanyak 75,49 juta penduduk Indonesia adalah generasi digital atau generasi Z, yang seharusnya mempunyai literasi keuangan digital lebih baik jika dibanding generasi sebelumnya. Kondisi ini tentu menarik untuk didiskusikan. Selain itu, berdasarkan telaah literatur yang dilakukan, dan kini tidak banyak yang mengkaji terkait literasi keuangan digital. Hal ini tentunya menjadi peluang bagi peneliti dalam mengkaji penelitian terkait pada literasi keuangan digital ini.

Tujuan: Penelitian ini mengkaji terkait identifikasi aspek yang mempengaruhi tingkat literasi keuangan digital generasi Z di Indonesia, dan peneliti menghubungkan tingkat literasi keuangan digital dan perilaku menabung serta pengeluaran.

Metode Penelitian: Penelitian ini berjenis kuantitatif dengan survei berdasarkan kuisioner online. Sebanyak 558 generasi Z berpartisipasi dalam penelitian ini. Data selanjutnya diolah dengan menggunakan *Strutural Equation Model* (SEM) PLS.

Hasil Penelitian: Penelitian ini menemukan bahwa faktor-faktor seperti umur, tingkat pendidikan dan pendapatan merupakan faktor penentu yang mempengaruhi tingkat literasi keuangan digital pada generasi Z di Indonesia. Selain itu, tingkat literasi keuangan digital juga memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap perilaku menabung dan perilaku berbelanja generasi Z di Indonesia.

Keaslian/Kebaruan Penelitian: Penelitian ini menyediakan gambaran tentang tingkat literasi keuangan digital generasi Z di Indonesia dan juga faktor-faktor yang mempengaruhinya, yang akan berguna sebagai pembuatan keputusan terkait dengan literasi keuangan digital

Kata kunci: *Fintech; Digital Financial Literacy; Financial Behavior; Z generation*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi telah merambah seluruh sektor industri termasuk di sektor keuangan. Ini ditandai dengan muncul dan berkembangnya *Financial Technology* atau dikenal dengan sebutan *Fintech*. *Fintech* ini menggambarkan segala jenis inovasi teknologi yang memungkinkan atau meningkatkan penyediaan layanan jasa keuangan.

Layanan seperti *e-payment*, *peer to peer lending*, *cryptocurrency* dan *crowdfunding* merupakan beberapa contoh bentuk dari *fintech* ini.

Fintech menawarkan banyak manfaat bagi penggunanya, seperti kemudahan, kecepatan proses, dan kenyamanan, sehingga tidak mengherankan jika produk-produk keuangan yang berbasis teknologi digital ini dapat berkembang dengan cepat di berbagai penjuru dunia termasuk Indonesia. Namun demikian, disamping menawarkan keuntungan, perlu disadari juga bahwa *Fintech* ini juga memiliki potensi risiko, seperti pembobolan akun pribadi, pencurian data, penipuan sampai dengan pencurian uang. Sehingga untuk dapat menggunakan produk dan jasa *Fintech* dengan optimal, tentunya diperlukan sebuah literasi yang dikenal dengan literasi keuangan digital.

Saat ini di Indonesia, *Fintech* berkembang dengan sangat pesat. Dari data OJK sampai dengan Februari 2021 ini, di Indonesia saat ini transaksi penyaluran pinjaman melalui *Fintech* ini sudah mencapai 169 triliun. Jumlah ini meningkat pesat dari Desember 2019 sebesar 81 Triliun. Namun sayangnya, pertumbuhan yang pesat ini masih belum diiringi dengan peningkatan literasi masyarakat dibidang keuangan digital ini atau literasi keuangan digital. Hal ini terlihat dari banyaknya jumlah kasus yang diungkapkan oleh Bank Indonesia terkait dengan *fintech* ini, seperti terjadinya pembobolan data pengguna Tokopedia dan Bukalapak, pencurian uang dengan modus skimming melalui ATM ataupun *e-banking* dan juga kasus penipuan melalui *P2P lending illegal*.

Menurut data dari OJK, tingkat literasi keuangan (baik yang non digital maupun digital) masyarakat di Indonesia masih rendah, dan berada dibawah negara ASEAN lainnya, seperti Malaysia, Thailand dan Singapura. Rendahnya tingkat literasi masyarakat ini dapat berdampak pada rendahnya kemampuan mereka dalam pengelolaan keuangannya, yang tentunya akan beujung pada penurunan tingkat kesejahteraan masyarakat. Disebabkan jika baiknya tingkat literasi keuangan akan memdandu individu atau masyarakat dalam membuat perencanaan keuangan dan membuat keputusan keuangan yang baik dan efektif dan sehingga berdampak pada peningkatan kesejahteraan individu atau masyarakat dan pada akhirnya juga meningkatkan perekonomian negara (OJK, 2017). Disebutkan oleh Zulbetti, Perwito dan Puspita (2019) Tingginya tingkat literasi keuangan masyarakat suatu negara, membuat pertumbuhan perkonomiannya meningkat yang didanai dengan Pendapatan Domestik Bruto (PDB) negara tersebut.

Kondisi ini tentunya perlu mendapatkan perhatian semua pihak, terutama pihak akademisi untuk mengkaji aspek yang memberikan pengaruh pada literasi keuangan digital. Penelitian ini penting karena selama ini penelitian terdahulu mempunyai fokus pada penelitian tentang literasi keuangan (*non digital*) saja, padahal di era yang serba digital ini, literasi keuangan saja tidak lagi memadai, diperlukan kajian yang spesifik untuk mengkaji tentang literasi keuangan yang terkait dengan produk keuangan digital atau dikenal dengan literasi keuangan digital (*digital financial literacy*). Sehingga, isu mengenai *digital financial literacy* ini masih sangat relevan dan sangat diperlukan untuk didiskusikan dan diteliti.

Selanjutnya, literasi keuangan digital ini juga penting untuk dikaji karena seperti dijelaskan sebelumnya bahwa produk-produk keuangan digital dengan segala kemudahan dan risikonya tentunya juga akan memberikan pengaruh pada perilaku berbelanja dan perilaku menabung seseorang. Hal ini dibuktikan oleh Cobla dan Osei-Assibey (2018), Agarwal dkk (2019), dan Moenjak dkk (2020) mengemukakan, produk keuangan digital memiliki pengaruh terhadap perilaku berbelanja dan juga perilaku menabung masyarakat. Panos dan Wilson (2020) menemukan bahwa seseorang dengan tingkat literasi keuangan yang kurang baik cenderung untuk melakukan pembelian impulsif atau spontan dengan melakukan pembelian barang yang sebenarnya tidak diperlukan. Masyarakat cenderung juga melakukan *over spending* atau berbelanja secara berlebihan dengan adanya pay day loan atau pembayaran secara cicilan (Hundtofte & Gladstone, 2017). Ditambah lagi dengan adanya *peer to peer lending* yang memungkinkan seseorang untuk mendapatkan pinjaman dengan mudah dan cepat, yang dapat membuat masyarakat menjadi sangat konsumtif.

Sehingga penelitian ini mencoba melihat pengaruh tingkat literasi keuangan digital seseorang terhadap perilaku menabung dan membelanjanya. Penelitian ini akan berfokus pada generasi Z di Indonesia, yang lahir tahun 1997 hingga 2012. Dari sensus BPS tahun 2020 lalu, terdapat 75,49 juta generasi Z (27,94%) keseluruhan populasi. Jumlah ini adalah jumlah yang besar dan generasi inilah yang akan menjadi penerus bangsa Indonesia, sehingga tingkat literasi keuangan digital mereka akan sangat berpengaruh bagi perekonomian Indonesia nantinya.

Tinjauan Literatur

Digital Financial Literacy

Digital Financial Literacy atau literasi keuangan digital merupakan kombinasi dari dua konsep, yaitu *financial literacy* (literasi keuangan) dan platform digital. *Financial literacy* atau literasi keuangan sendiri merupakan sikap dan perilaku serta tingkat pemahaman yang dimiliki seseorang sehubungan dengan produk dan layanan keuangan, dan juga terkait dengan seberapa baik seseorang dalam mengelola keuangan pribadi (Tony & Desai, 2020). Selanjutnya, *Organisation for Economic Cooperation dan Development* atau OECD (2016) mendefinisikan literasi keuangan sebagai pengetahuan dan pemahaman atas konsep dan risiko keuangan, berikut keterampilan, motivasi, serta keyakinan untuk menerapkan pengetahuan dan pemahaman yang dimilikinya tersebut dalam rangka membuat keputusan keuangan yang efektif, meningkatkan kesejahteraan keuangan individu dan masyarakat, dan berpartisipasi dalam bidang ekonomi.

Sementara itu, platform digital merupakan segala sesuatu (perpaduan perangkat lunak dan keras) dengan menggunakan teknologi komputer dan internet. Sehingga *digital financial literacy* dapat diartikan sebagai pengetahuan dan pemahaman individu terkait dengan produk dan layanan keuangan pada teknologi digital. Selaras pada definisi oleh Prasad dkk (2018), yaitu *digital financial literacy* adalah tingkat pemahaman seseorang yang dikaitkan dengan pembelian online, pembayaran online dengan berbagai model pembayaran dan juga sistem perbankan online.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Literasi Keuangan Digital

Setiawan dkk (2020) menyebutkan tingkat literasi keuangan digital seseorang sangat dipengaruhi oleh karakteristik sosial individu tersebut. Karakteristik sosial ini sering juga dikenal sebagai kondisi sosial ekonomi yang terdiri dari umur, pendapatan dan pendidikan. Dalam penelitiannya, Setiawan dkk (2020) menemukan tingkat pendidikan dan pendapatan seseorang sangat mempengaruhi tingkat literasi keuangan digital individu tersebut. Hal ini selaras oleh Wangmo (2015), Nanziri dan Olcker (2019) menurutnya tingkat pendapatan individu merupakan faktor yang mempengaruhi tingkat literasi keuangan individu.

Selanjutnya, penelitian Morgan dan Trinh (2019) menemukan bahwa tingkat Pendidikan, tingkat pendapatan dan juga umur merupakan faktor penentu dalam literasi keuangan masyarakat di Kamboja dan Vietnam. Begitu pula oleh Xue dkk (2019) menurutnya, umur dan tingkat pendapatan mempengaruhi tingkat literasi keuangan masyarakat berusia lanjut di Australia. Berdasarkan penelitian tersebut, maka H1 penelitian ini yaitu :

H1: faktor sosial ekonomi seperti umur, tingkat pendidikan dan tingkat pendapatan berpengaruh terhadap tingkat literasi keuangan digital di kalangan generasi Z Indonesia.

Digital Financial Literacy dan Financial Behavior

Beberapa penelitian terdahulu banyak menggunakan *Theory Planed Behavior* (TPB) yang di kembangkan oleh Ajzen (1991) untuk menjelaskan perilaku sosial seorang individu. Dalam TPB dijelaskan bahwa seseorang akan menggunakan seluruh informasi yang tersedia, dan secara sadar bertindak dan menggunakan pengetahuan keuangan mereka untuk membuat keputusan strategis (Rahayu dkk, 2022). Teori ini selanjutnya banyak digunakan oleh penelitian sebelumnya untuk menjelaskan hubungan antara literasi dan perilaku keuangan. Dan teori serupa diterapkan pada penelitian ini guna menjelaskan literasi digital dan perilaku keuangan.

Menurut OECD (2018) mengemukakan secara teori tingkat literasi keuangan digital (*digital financial literacy*) seseorang akan mempengaruhi perilaku keuangan individu tersebut terutama dalam hal perilaku menabung dan berbelanja. Pernyataan ini tentunya masih perlu diuji kebenarannya melalui penelitian. Namun karena masih terbatasnya penelitian yang mengkaji tentang *digital financial literacy* ini, dan sementara itu di lain pihak penelitian yang mengkaitkan tentang literasi keuangan (*non-digital*) dengan perilaku keuangan sudah sangat banyak ditemukan, maka penelitian ini akan mencoba untuk bersandar pada penelitian-penelitian tersebut untuk menjelaskan keterkaitan antara tingkat literasi keuangan digital dengan perilaku keuangan. Hal ini dikuatkan oleh Setiawan dkk (2020) yang menyebutkan bahwa seharusnya dampak dari literasi keuangan digital terhadap perilaku keuangan tersebut adalah sama dengan dampak literasi keuangan yang *non-digital*.

Penelitian yang mengkaitkan antara tingkat literasi keuangan dengan perilaku menabung dan berbelanja seorang individu diantaranya adalah Henager dan Cude (2016), Jamal dkk (2015), dan Wangmo (2015). Henager dan Cude (2016) menemukan bahwa pemahaman keuangan dapat mempengaruhi perilaku keuangan jangka pendek, termasuk didalamnya perilaku menabung dan berbelanja. Hal yang sama juga ditemukan oleh Jamal dkk, (2015) dan juga Wangmo (2015) menyebutkan, tingkat literasi keuangan mempunyai hubungan positif dengan perilaku keuangan. Sementara itu, Setiawan dkk (2020) yang mencoba melihat hubungan literasi keuangan digital dengan perilaku menabung serta berbelanja menemukan bahwa literasi keuangan digital mempengaruhi perilaku menabung dan berbelanja masyarakat di Jawa. Oleh karena itu, didapat H2 dan H3 yaitu:

H2: Tingkat literasi keuangan digital memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku menabung generasi Z di Indonesia.

H3: Tingkat literasi keuangan digital memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku berbelanja generasi Z di Indonesia

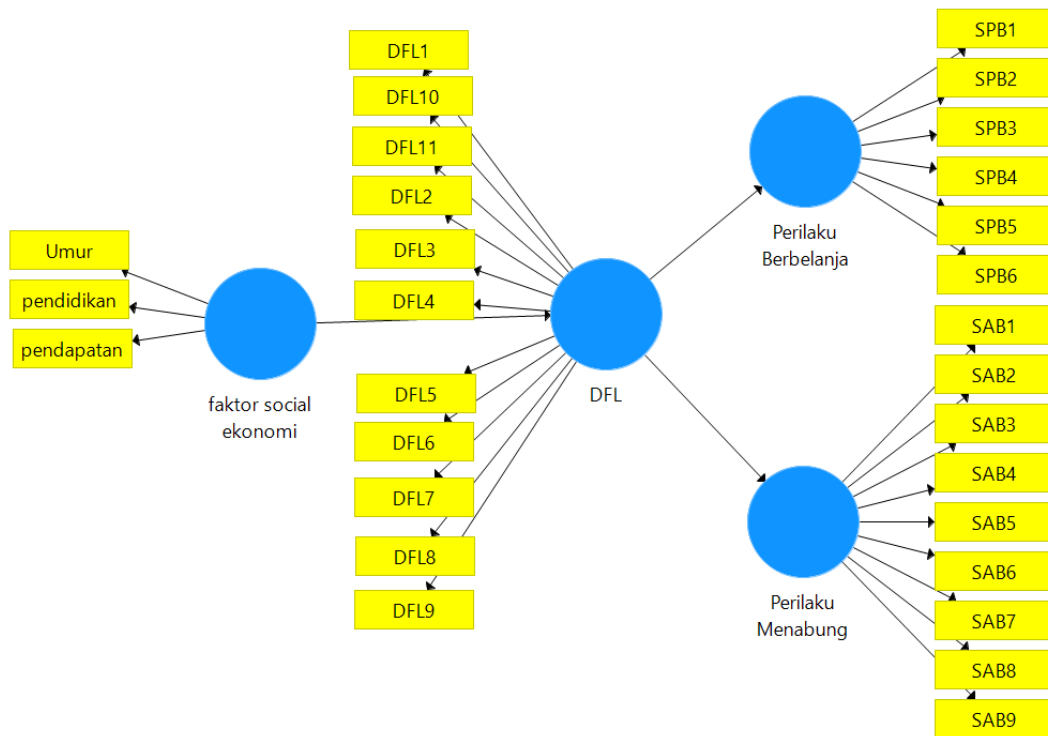
Metode Penelitian

Penelitian ini mempunyai populasi generasi Z di Indonesia, dari sensus BPS tahun 2020, jumlah generasi Z mencapai angka 75,49 Juta (27,94%) keseluruhan penduduk. Mengingat jumlah populasi yang sangat besar, maka dalam penelitian ini akan difokuskan pada generasi Z yang berada pada wilayah Sumatera dan Jawa. Kemudian teknik pengumpulan data dilakukan dengan *snow ball* (bola salju), dimana masing-masing responden diminta juga untuk menyebarkan kuisisioner kepada teman-teman yang mereka kenal, diharapkan jumlah responden yang terlibat dalam penelitian ini semakin banyak.

Teknik *snow ball* ini sering digunakan, selain dapat meningkatkan tingkat kembalian responden (*respond rate*), teknik ini juga dapat menghemat waktu dan juga biaya serta jangkauan yang luas. Teknik *snow ball* ini juga sering digunakan terutama jika jumlah populasinya sangat banyak dan tidak ada angka yang pasti. Teknik *snow ball* ini dilakukan dengan cara mengirimkan kuisisioner kepada sekelompok mahasiswa melalui whatsapp group, dan kemudian meminta mereka untuk menyebarkan kuisisioner tersebut kepada group lainnya. Dari proses ini, sebanyak 741 kuisisioner terisi dan dikembalikan, namun dari jumlah tersebut hanya 558 kuisisioner yang memenuhi kriteria, yaitu diisi oleh mereka yang berusia 15 sampai dengan 25 tahun (generasi Z) .

Dalam penelitian ini terdapat 4 variabel penelitian yaitu faktor sosial ekonomi, tingkat literasi keuangan digital, perilaku menabung dan perilaku berbelanja. Dalam penelitian ini faktor sosial ekonomi yang diduga mempengaruhi tingkat literasi keuangan digital adalah faktor umur, tingkat pendidikan dan pendapatan. Ketiga faktor ini diukur dengan menggunakan skala rasio. Selanjutnya variabel tingkat literasi keuangan digital diukur dengan menggunakan 11 indikator yang diadopsi dari peneliti sebelumnya yaitu Setiawan dkk (2020), Prasad dkk (2018) dan Morgan dkk (2019).

Sementara itu, perilaku menabung mempunyai indikator sebagaimana penelitian Setiawan dkk (2020), Watson (2003) dan Furnham (1999). Dalam hal ini terdapat 9 indikator pertanyaan dengan menggunakan lima *skala likert*. Untuk variabel berbelanja, dengan 6 item pertanyaan dari penelitian sebelumnya, yaitu penelitian Setiawan dkk (2020), Watson (2003) dan Furnham (1999). Selanjutnya data akan dianalisis dengan menggunakan SEM PLS. Berikut ini adalah model yang diujikan SEM yang diujikan dalam penelitian ini (Gambar 1).



Gambar 1 Model SEM

Hasil dan Pembahasan

Karakteristik Responden

Seperti telah dijelaskan di dalam bab sebelumnya, terdapat 558 generasi Z yang berpartisipasi dalam penelitian ini. Sehingga karakteristik responden digambarkan.

Tabel 1 Karakteristik Responden

	Frequency	Percent	Cumulative Percent
Berdasarkan Jenis Kelamin			
Female	397	71,1	71,1
Male	161	28,9	100.0

Rahayu

Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Literasi Keuangan ...

	Frequency	Percent	Cumulative Percent
Total	558	100	
Berdasarkan Umur			
15-20 tahun	134	24,0	24,0
21-25 tahun	424	76,0	100,0
Tingkat Pendidikan			
sampai SMP	8	1,4	1,4
SMA sederajat	278	49,8	51,3
Diploma I, II, III	95	17	68,3
Sarjana S1/DIV	173	31	99,3
Magister (S2)	4	0,7	100
Total	558	100	
Pendapatan			
<500.000	205	36,7	36,7
Rp 500.000-1juta	124	22,2	59,0
Diatas 1 juta -2 juta	98	17,6	76,5
Diatas 2 juta -4 juta	83	14,9	91,4
Diatas 4 juta -6 juta	22	3,9	95,3
Diatas 6 juta -10 juta	14	2,5	97,8
>10 juta	12	2,2	100,0
Total	558	100,0	

Dari Tabel 1 terlihat sebagian besar responden berpartisipasi pada penelitian yaitu Wanita, ialah 397 responden (71,1%). Responden yang berpartisipasi berusia 21-25 tahun, yaitu sebanyak 424 responden atau 76%. Selanjutnya, di Tabel 1 juga terlihat bahwa sebagian besar mereka adalah dengan tingkat pendidikan SMA dan Sarjana, dan hanya sedikit yang lulusan magister atau S2. Berikutnya, pendapatan mereka pada umumnya bervariasi antara dibawah 500.000 sampai dengan 4 juta, dan hanya sedikit responden yang mendapatkan penghasilan diatas 4 juta. Sementara itu, untuk karakteristik responden berdasarkan wilayah nya dapat dilihat di Tabel 2.

Tabel 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah

Propinsi	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Aceh	1	0,2	0,2	0,2
North Sumatera	1	0,2	0,2	0,4
West Sumatera	485	86,9	86,9	87,3
Riau	10	1,8	1,8	89,1
Jambi	4	0,7	0,7	89,8
South Sumatera	2	0,4	0,4	90,1
Bangka Belitung Isldans	1	0,2	0,2	90,3
Lampung	1	0,2	0,2	90,5
DKI Jakarta	4	0,7	0,7	91,2
Banten	1	0,2	0,2	91,4
West Java	14	2,5	2,5	93,9
Central Java	28	5,0	5,0	98,9

Rahayu

Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Literasi Keuangan ...

Propinsi	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
DI Yogyakarta	3	0,5	0,5	99,5
East Java	2	0,4	0,4	99,8
East Nusa Tenggara	1	0,2	0,2	100,0
Total	558	100,0	100,0	

Tabel 2 memperlihatkan bahwa responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini berasal dari 15 provinsi, dan sebagian besarnya adalah berasal dari provinsi Sumatera Barat dan diikuti oleh provinsi Jawa Tengah dan Jawa Barat.

Tingkat Literasi Keuangan Digital

Dalam penelitian ini terdapat 11 indikator pertanyaan untuk mengukur tingkat literasi keuangan digital, dengan menggunakan 5 *skala likert*. Selanjutnya ke 11 indikator ini akan dikelompokkan menjadi 4 kelompok yaitu *knowledge*, *Experiences*, *Skills*, *Awareness*. *Knowledge* mengukur tentang pemahaman responden terhadap produk-produk keuangan digital. *Experience* terkait dengan pengalaman responden dalam menggunakan produk keuangan digital. *Skill* berkaitan dengan kemampuan responden dalam mengelola aktifitas terkait dengan keuangan digital, sedangkan *awareness* tentang kesadaran akan resiko dan manfaat dari produk keuangan digital tersebut. Berikut ini adalah table terkait dengan skor literasi keuangan digital generasi Z di Indonesia.

Tabel 3 Skor Rata-Rata Komponen Literasi Keuangan Digital

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pemahaman (<i>knowledge</i>)	558	1,00	5,00	3,3287	0,70718
Pengalaman (<i>experiences</i>)	558	1,00	5,00	3,1870	0,72973
Kesadaran (<i>awareness</i>)	558	1,00	5,00	3,3728	0,99772
Keahlian (<i>skills</i>)	558	1,00	5,00	3,4830	0,82061

Tabel 3 menunjukkan nilai rata-rata tertinggi untuk komponen literasi keuangan digital diatas adalah untuk keahlian (*skills*), yaitu sebesar 3,483. Sementara nilai terendah adalah untuk pengalaman (*experiences*) yaitu sebesar 3,187. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman generasi Z dalam menggunakan produk keuangan digital masih rendah.

Selanjutnya, penelitian ini mencoba untuk mengidentifikasi rata-rata skor untuk masing masing item pertanyaan untuk mengetahui secara detail tingkat pemahaman, pengalaman, keahlian dan kesadaran dari generasi Z ini. Berikut ini dijelaskan tentang skor detail untuk masing-masing pertanyaan (Tabel 4).

Tabel 4 Skor Masing-Masing Indikator Pertanyaan

Pertanyaan	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Pemahaman tentang produk pembayaran digital	558	1	5	3,94	0,816
Pemahaman tentang produk manajemen aset digital	558	1	5	3,16	0,915
Pemahaman tentang alternatif pinjaman digital	558	1	5	3,16	0,930
Pemahaman tentang asuransi digital	558	1	5	3,04	0,902
Pemahaman tentang hak dan perlindungan nasabah	558	1	5	3,36	0,951
Pengalaman dalam menggunakan produk dan layanan pembayaran digital	558	1	5	4,09	0,825
Pengalaman menggunakan produk dan layanan <i>fintech</i> untuk pembiayaan (pinjaman) dan investasi	558	1	5	2,70	1,018
Pengalaman dalam menggunakan produk dan layanan <i>fintech</i> untuk pengelolaan aset	558	1	5	2,77	1,054
Kesadaran tentang potensi risiko keuangan dalam menggunakan penyedia keuangan digital	558	1	5	3,37	0,998
Kemampuan dalam mengelola aktivitas keuangan melalui platform digital	558	1	5	3,49	0,908
Memiliki kontrol yang baik terhadap aktivitas keuangan	558	1	5	3,48	0,870

Tabel 4 menunjukkan skor tertinggi komponen tingkat pemahaman (*knowledge*) adalah pemahaman mengenai produk pembayaran digital yaitu sebesar 3,94, sementara itu rata-rata skor untuk pemahaman mengenai manajemen *asset digital*, alternatif pembiayaan digital dan investasi digital masih rendah yaitu dibawah rata-rata 3,2. Ini menunjukkan bahwa diantara produk-produk keuangan digital, produk pembayaran digital lebih dipahami dengan baik oleh generasi Z di Indonesia, sementara produk lain nya masih kurang dipahami oleh mereka.

Selanjutnya, dari Tabel 4 juga terlihat bahwa diantara produk-produk keuangan digital yang tersedia, generasi Z memiliki pengalaman yang baik untuk produk pembayaran digital saja, ini terlihat dari rata-rata skor 4,07. Sementara itu, untuk produk-produk keuangan digital lainnya, pengalaman generasi Z dalam menggunakannya masih kurang, terlihat dari rata-rata skor dibawah 3.

Hal ini mengindikasikan bahwa diantara produk keuangan digital yang tersedia, diantara produk keuangan digital yang tersedia, hanya produk pembayaran digital saja yang banyak dipahami dan digunakan oleh generasi Z di Indonesia.

Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan dengan SEM PLS. Berikut ini adalah hasil pengujian model pengukuran (*Outer Model*). Evaluasi model ini ditujukan guna mengukur tingkat akurasi dan reliabilitas dari masing-masing pertanyaan yang digunakan untuk mengukur indikator. Tahap ini juga dikenal dengan tahap pengujian validitas dan reliabilitas, yang digambarkan (Tabel 5).

Tabel 5 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Indicators	Loading Factors	t-Value > 1.96	Composite Reliability	Cronbach Alpha >0.4	Average Variance Extracted (AVE)>0.4
Literasi Keuangan Digital	DFL1	0,626	19,09	0,912	0,477	0,487
	DFL10	0,789	44,833			
	DFL11	0,76	33,924			
	DFL2	0,772	37,126			
	DFL3	0,726	25,02			
	DFL4	0,745	30,413			
	DFL5	0,756	31,103			
	DFL6	0,581	17,974			
	DFL7	0,609	15,802			
	DFL8	0,669	19,644			
DFL9	0,598	15,41				
Faktor sosial Ekonomi	Tingkat Pendidikan	0,543	2,219	0,72	0,477	0,467
	Umur	0,796	4,418			
	Pendapatan	0,687	3,715			
Perilaku Menabung	SAB1	0,665	19,856	0,91	0,889	0,531
	SAB2	0,697	23,687			
	SAB3	0,719	22,078			
	SAB4	0,734	27,604			
	SAB5	0,631	18,006			
	SAB6	0,787	41,359			
	SAB7	0,789	37,161			
	SAB8	0,779	32,336			
	SAB9	0,74	36,037			
Perilaku Berbelanja	SPB1	0,661	18,532	0,904	0,872	0,612
	SPB2	0,818	42,945			
	SPB3	0,845	47,682			
	SPB4	0,843	52,386			
	SPB5	0,761	27,062			
	SPB6	0,75	25,152			

Dari Tabel 5 terlihat bahwa semua persyaratan untuk uji validitas dan reliabilitas telah terpenuhi, sehingga tahapan pengujian berikutnya dapat dilanjutkan. Langkah selanjutnya adalah dengan melakukan uji *goodness of fit*. Uji *goodness of fit* ini bertujuan menetapkan apakah model penelitian ini layak atau tidak. Dalam hal ini, nilai R square digunakan untuk menentukan *goodness of fit* dari model penelitian. Hasil uji *R square* digambarkan (Tabel 6).

Tabel 6 R Square

	R Square	R Square Adjusted
Literasi Keuangan Digital	0,019	0,018
Perilaku Menabung	0,31	0,309
Perilaku berbelanja	0,196	0,195

Dari Tabel 6 terlihat faktor sosial ekonomi (umur, tingkat pendidikan dan pendapatan) hanya mampu menjelaskan perubahan variabel literasi keuangan digital sebesar 0,019 atau 1,9%. Sementara itu, variabel literasi keuangan digital mampu menjelaskan perubahan dari variabel perilaku menabung sebesar 0,31 atau sebesar 31%, sedangkan variabel literasi keuangan digital mempengaruhi perubahan perilaku berbelanja sebesar 0,196 atau sebesar 19,6%.

Selain *R square*, *goodness of fit* dari model penelitian juga terlihat dari *Normal Fit Index* (NFI), dimana disebutkan oleh Ghozali (2016) bahwa nilai NFI mendekati angka 1 lebih bagus. Berikut ini adalah hasil analisis NFI (Tabel 8).

Tabel 7 NFT

	Saturated Model	Estimated Model
SRMR	0,084	0,1
d_ULS	3,049	4,338
d_G	0,674	0,707
Chi-Square	2147,689	2229,181
NFI	0,742	0,732

Dari Tabel 7 didapat nilai NFI 0,742 yaitu mendekati angka 1 dan $> 0,1$ disimpulkan model ini adalah *fit*. Selanjutnya, pengujian *model fit* ini juga bisa dilakukan dengan melihat nilai *Standardized Root Mean Square Residual* (SRMR). Jika nilai SRMR $< 0,1$ diasumsikan model penelitian tersebut *fit* (Hu & Bentler, 1999). Berdasarkan hal ini, disimpulkan model penelitian ini *fit* karena nilai SRMR nya kecil dari 0,1 yaitu sebesar 0,084. Selanjutnya untuk melihat hubungan antar variabel didapat dari Tabel 8.

Tabel 8 Path Coefficient

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T-Statistics (O/STDEV)	P-Value
Literasi Keuangan Digital -> Perilaku Menabung	0,557	0,561	0,041	13,582	0,00
Literasi Keuangan Digital -> Perilaku berbelanja	0,443	0,446	0,039	11,34	0,00
Faktor-faktor -> Literasi keuangan digital	0,139	0,152	0,039	3,598	0,00

Pengujian ini dilakukan untuk melihat kuatnya pengaruh kedua variabel. Jika nilai *p value* $< 0,05$ atau *t statistic* $> t$ Tabel (*T statistic* $> 1,96$), maka dapat dikatakan bahwa variabel

independen (eksogen) tersebut secara signifikan berpengaruh terhadap variabel dependen.

Dari Tabel 8 terlihat bahwa, nilai *p value* untuk pengaruh faktor sosial ekonomi terhadap literasi keuangan digital adalah 0,00 yaitu kecil dari 0,05, serta nilai *t statistic* 3,598 > *t* Tabel. Artinya faktor sosial ekonomi berpengaruh signifikan terhadap tingkat literasi keuangan digital generasi Z di Indonesia, sehingga dalam hal ini H1 dari penelitian ini dapat diterima

Untuk hubungan tingkat literasi keuangan digital dengan perilaku menabung terlihat dari Tabel 8 memiliki nilai *p value* < 0,05 yaitu 0,00 dan nilai *t* statistiknya > 1,96, yaitu 13,582. artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara tingkat literasi keuangan digital dengan perilaku menabung, sehingga H2 dari penelitian ini dapat diterima Selanjutnya, dari Tabel 8 juga terlihat bahwa untuk hubungan literasi keuangan digital dengan perilaku pengeluaran, nilai *p value* dan *t* statistiknya juga menunjukkan angka kecil dari 0,05 > 1,96 (yaitu 0,00 untuk *p value* dan 11,34 *t statistic*). Berdasarkan pada hal ini maka dapat disimpulkan bahwa H3 penelitian terdapat pengaruh positif dan signifikan antara tingkat literasi keuangan digital dengan perilaku pengeluaran, dapat diterima.

Pengaruh Faktor Sosial Ekonomi terhadap Tingkat Literasi Keuangan Digital

Dari uji hipotesis penelitian didapat faktor sosial ekonomi mencakup umur, latar belakang pendidikan dan penghasilan berpengaruh signifikan terhadap tingkat literasi keuangan digital generasi Z di Indonesia. Hal ini selaras oleh Setiawan dkk (2020), mengemukakan faktor sosial seperti tingkat pendidikan dan pendapatan berpengaruh signifikan terhadap tingkat literasi keuangan individu tersebut. Morgan dan Trinh (2019), Wangmo (2015) dan Nanziri dan Olcker (2019) juga berpendapat bahwa tingkat pendapatan dan umur sebagai salah satu faktor penentu dari tingkat literasi keuangan seseorang.

Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Digital terhadap Perilaku Menabung

Dari pengujian hipotesis dengan menggunakan SEM diperoleh bahwa nilai *p value* dan nilai *t statistic* untuk hubungan antara tingkat keuangan digital dengan perilaku menabung adalah kecil dari 0,05 dan juga besar dari nilai 1,96. Hal ini mengindikasikan tingkat literasi keuangan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku menabung. Sehingga tingginya tingkat literasi keuangan digital seseorang berdampak baik pada perilaku menabung yang mereka lakukan. Hal ini selaras oleh Setiawan dkk (2020), Morgan dan Trinh (2019), Henager dan Cude (2016), Jamal dkk (2015), dan Wangmo (2015). Morgan dan Trinh (2019), yang menemukan bahwa tingkat literasi keuangan seseorang akan mempengaruhi perilaku menabung mereka. Hal ini dikarenakan semakin tinggi tingkat literasi keuangan, baik itu digital ataupun non digital, semakin baik perencanaan keuangannya termasuk didalamnya keputusan untuk menabung.

Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Digital terhadap Perilaku Pengeluaran

Seperti telah dijelaskan sebelumnya, bahwa hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *p value* untuk hubungan tingkat literasi keuangan digital dengan perilaku keuangan menunjukkan angka kecil dari 0,05, yaitu 0,00, begitu juga dengan *t statistic* > 1,96, yaitu 11,519. artinya tingkat literasi keuangan digital berpengaruh signifikan terhadap perilaku pengeluaran mereka. Artinya semakin tinggi tingkat literasi keuangan digital membuat semakin baik perilaku pengeluarannya. Hal ini selaras oleh Setiawan dkk, (2020), Perry (2011); Henager dan Cude, (2016); Wangmo, (2015); Allgood dan Walstad, (2016).

Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini, responden yang terlibat sebagian besar berasal Sumatera Barat hal ini tentunya akan berpengaruh terhadap generalisasi hasil penelitian. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan penelitian sehingga dapat merefleksikan Indonesia secara keseluruhan.

Kesimpulan

Sehingga disimpulkan tingkat literasi keuangan digital generasi Z di Indonesia masih cukup rendah, sebagaimana pada rata-rata skor 3,32. Hasil ini tentunya dijadikan pertimbangan pemerintah dalam pembuatan kebijakan dalam mendorong tingkat literasi keuangan digital masyarakat di Indonesia terutama bagi generasi Z.

Dari penelitian ini juga diketahui bahwa diantara 4 komponen literasi keuangan digital, skor rata-rata tertinggi adalah skor tingkat kemampuan/keahlian generasi Z dalam mengelola aktivitas keuangan digital mereka, dengan nilai 3,48. Sementara itu, dari hasil penelitian juga diketahui bahwa diantara beberapa produk keuangan digital perusahaan *Fintech*, hanya produk pembayaran digital saja yang lebih dipahami dan digunakan oleh generasi Z di Indonesia, sementara itu produk keuangan seperti manajemen asset digital, investasi digital ataupun pembiayaan digital masih banyak yang belum memahami dan menggunakannya. Hasil ini dapat menjadi bahan masukan bagi praktisi di bidang Finacial Teknologi atau *Fintech* untuk membuat dan menawarkan produk keuangan digital yang lebih menarik lagi terutama untuk produk manajemen asset, investasi dan pembiayaan sehingga dapat menarik generasi Z untuk menggunakannya.

Selanjutnya, penelitian ini juga menemukan bahwa faktor-faktor sosial ekonomi seperti umur, latar belakang pendidikan dan juga penghasilan berpengaruh signifikan terhadap tingkat literasi keuangan digital generasi Z di Indonesia. Penelitian ini menjabarkan tingkat literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan generasi Z di Indonesia. Dalam hal ini perilaku keuangan diukur dengan menggunakan 2 variabel yaitu perilaku menabung dan perilaku pengeluaran. Hasil ini tentunya dapat menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan digital membuat semakin baik perilaku keuangan, baik perilaku menabung ataupun perilaku pengeluaran mereka. Hal ini mengindikasikan bahwa tingkat literasi keuangan digital ini dapat memandu generasi Z

dalam pengambilan keputusan terkait dengan pengelolaan keuangan mereka. Hasil ini tentunya dapat menjadi bahan pertimbangan bagi kalangan akademisi untuk memasukkan pembahasan mengenai literasi keuangan terutama literasi keuangan digital kedalam kurikulumnya sehingga tingkat pemahaman generasi Z mengenai hal ini bisa ditingkatkan.

Daftar Pustaka

- Allgood, S., and W. B. Walstad. 2016. The Effects of Perceived and Actual Financial Literacy on Financial Behaviors. *Economic Inquiry* 54(1): 675-697. <https://doi.org/10.1111/ecin.12255>
- Agarwal, S., W. Qian, B. Y. Yeung, and X. Zou. (2019). Mobile Wallet and Entrepreneurial Growth. *AEA Papers and Proceedings*, 109, 48-53. <https://doi.org/10.1257/pandp.20191010>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-t](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-t)
- Azlan, A., Jamal, A., Kamal, W., Mohdrahimie, R., Roslemohidin, A. K., & Osman, Z. (2015). The Effects of Social Influence and Financial Literacy on Savings Behavior: A Study on Students of Higher Learning Institutions in Kota Kinabalu, Sabah. *International Journal of Business and Social Science*, 6(111), 110-119.
- Bencsik, A., & Machova, R. (2016). Knowledge Sharing Problems from the Viewpoint of Intergeneration Management. In ICMLG2016 - 4th International Conference on Management, Leadership and Governance: ICMLG2016 Hlm. 42. *Academic Conferences and publishing limited*.
- BPS (2022). Potret Sensus Penduduk 2020.
- Cobla, G. M., and E. Osei-Assibey. (2018). Mobile Money Adoption and Spending Behaviour: The Case of Students in Ghana. *International Journal of Sosial Economic*, 45 (1), 29-42. <https://doi.org/10.1108/IJSE-11-2016-0302>
- Furnham, Adrian. 1999. The saving and spending habits of young people. *Journal of Economic Psychology* 20(6): 677-97. [https://doi.org/10.1016/S0167-4870\(99\)00030-6](https://doi.org/10.1016/S0167-4870(99)00030-6)
- Henager, R., & Cude, B. J. (2016). Financial literacy and long- and short-term financial behavior in different age groups. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 27(1), 3-19. <https://doi.org/10.1891/1052-3073.27.1.3>
- Hu, P.M. Bentler, Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: conventional criteria versus new alternatives, *Struct. Equ Model.* 6(1), 1999, 1-55. <http://dx.doi.org/10.1080/10705519909540118>
- Hundtofte, S., and J. Gladstone. 2017. Who Uses a Smartphone for Financial Services? Evidence of a Selection for Impulsiveness from the Introduction of a Mobile FinTech App. *Working Paper*.
- Mandell, L., & Klein, L. S. (2009). The impact of financial literacy education on subsequent financial behavior. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 20(1), 15-24.
- Moenjak, T., Kongprajya, A., & Monchaitrakul, C. (2020). Fintech, Financial Literacy, and Consumer Saving and Borrowing: the Case of Thailand. In *ADB Working Paper Series* (Issue 1100).
- Morgan, P. J., and L. Q. Trinh. (2019). Determinants and Impacts of Financial Literacy in Cambodia and Viet Nam. *Journal of Risk and Financial Management*, 12(19), 1-24. <https://doi.org/10.3390/jrfm12010019>
- Morgan, P. J., Huang, B., & Trinh, L. Q. (2019). The Need to Promote Digital Financial Literacy for the Digital Age. *The 2019 G20 Osaka Summit, Japan: The Future of Work and Education for the Digital Age*, August, 40-46.

- <https://www.adb.org/sites/default/files/publication/503706/adbi-realizing-education-all-digital-age.pdf#page=56>
- Nanziri, L. W., and M. Olckers. 2019. Financial Literacy in South Africa. Cape Town: SALDRU. UCT (SALDRU Working Paper Number 242 Version 1/ NIDS Discussion Paper 2019/9)
- Panos, G. A., & Wilson, J. O. S. (2020). Financial literacy and responsible finance in the FinTech era: capabilities and challenges. *European Journal of Finance*, 26(4-5), 297-301. <https://doi.org/10.1080/1351847X.2020.1717569>
- OJK. (2017). *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (Revisit 2017)*. Otoritas Jasa Keuangan, 1-99.
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). 2016. Tracking the Money for Women's Economic Empowerment: Still a Drop in the Ocean. <https://www.oecd.org/dac/gender-development/Tracking-the-money-for-womens-economic-empowerment.pdf>
- Perry, V.G. (2011). Charging Ahead: An Exploratory Study of Financial Decision-Making among Millennial Consumers. In D. J. Lamdin (Ed.), *Consumer knowledge and financial decisions: Lifespan perspectives* (129-144). New York, NY: Springer. https://doi.org/10.1007/978-1-4614-0475-0_9
- Prasad, H., Meghwal, D., & Dayama, V. (2018). Digital Financial Literacy: A Study of Households of Udaipur. *Journal of Business and Management*, 5(I), 23-32. <https://doi.org/10.3126/jbm.v5i0.27385>
- Rahayu, R., Ali, S., Aulia, A., & Hidayah, R. (2022). The Current Digital Financial Literacy and Financial Behavior in Indonesian Millennial Generation. *Journal of Accounting and Investment*, 23(1), 78-94. <https://doi.org/10.18196/jai.v23i1.13205>
- Setiawan, M., Effendi, N., Santoso, T., Dewi, V. I., & Sapulette, M. S. (2020). Digital financial literacy, current behavior of saving and spending and its future foresight. *Economics of Innovation and New Technology*, 0(0), 1-19. <https://doi.org/10.1080/10438599.2020.1799142>
- Tony, N., & Desai, K. (2020). Impact of digital financial literacy on digital financial inclusion. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(1), 1911-1915.
- Wangmo, P. (2015). *Assessing the Level and Impact of Financial Literacy on Individual Saving and Spending Habits in Royal Institute of Management*. PGDPA Research Report 2018, Bhutan.
- Watson, J. J. 2003. The Relationship of Materialism to Spending Tendencies, Saving, and Debt. *Journal of Economic Psychology* 24(6): 723-739. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2003.06.001>
- Xue, R., A. Gepp, T. J. O'Neill, S. Stern, and B. J. Vanstone. (2019). Financial Literacy amongst Elderly Australians. *Accounting & Finance*, 59(S1): 887-918. <https://doi.org/10.1111/acfi.12362>