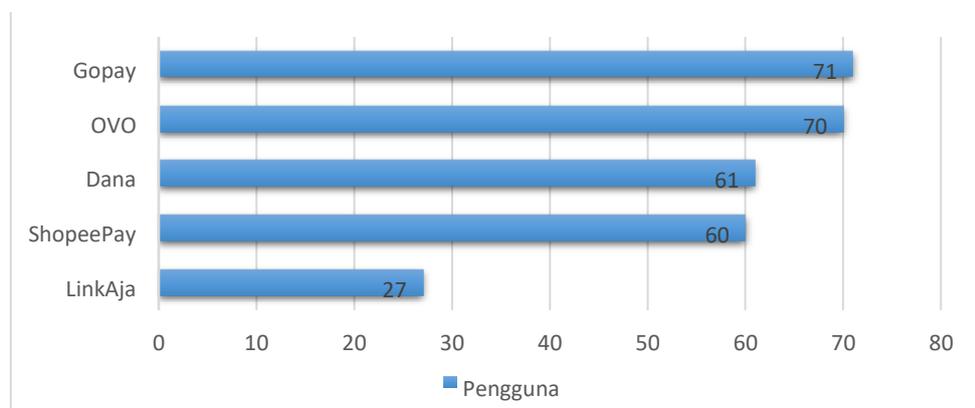


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Masalah serius dalam pengelolaan keuangan pribadi terjadi, khususnya di zaman digital sekarang ini, di mana akses terhadap berbagai macam alat keuangan yang ada semakin lebih mudah serta lebih cepat lagi (Disemadi et al., 2023). Alat keuangan digital sendiri bermacam-macam platform, aplikasi, maupun layanan yang berbasis teknologi yang digunakan untuk memfasilitasi berbagai aktivitas, transaksi, serta pengelolaan keuangan elektronik (Hendrayana et al., 2024). Adanya alat keuangan digital tersebut memungkinkan para pengguna supaya dapat melakukan bermacam-macam transaksi yang berhubungan dengan keuangan. Keberadaan alat keuangan digital, masyarakat bisa lebih mudah dalam mengakses layanan keuangan, khususnya bagi kalangan generasi muda yang memang sudah terbiasa dan akrab terhadap teknologi (Purwanto et al., 2022).



Gambar 1 : Data Pengguna Dompot Digital Tahun 2022
Sumber : Katadata (2023)

Menurut Gambar 1, yaitu hasil laporan yang ditunjukkan di Katadata (2023) dari Insight Asia menunjukkan bahwa GoPay menduduki posisi teratas dengan 71% pengguna, diikuti oleh OVO dengan 70% pengguna. Dana berada di urutan ketiga dengan 61% pengguna, sementara ShopeePay mengumpulkan 60% pengguna. LinkAja menempati posisi terakhir dengan 27% pengguna. Data ini menunjukkan bahwa GoPay dan OVO menjadi dompet digital yang paling populer, di mana keduanya menawarkan kemudahan akses dan integrasi dengan berbagai layanan digital yang luas.

Data pengguna ini juga diiringi dengan penggunaan layanan keuangan digital di Indonesia meningkat signifikan dalam beberapa tahun terakhir menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Hal ini dipicu oleh perkembangan *fintech* dan *platform* digital yang menawarkan kemudahan dalam bertransaksi, menabung, dan berinvestasi. Namun, masih banyak masyarakat yang belum memahami pentingnya pengelolaan keuangan secara efektif, meskipun mereka menggunakan alat keuangan digital (Suarantalla et al., 2023). Sebagian besar pengguna belum memanfaatkan fitur-fitur pengelolaan keuangan yang tersedia di aplikasi tersebut secara optimal, sehingga keuangan pribadi mereka masih dalam kondisi yang rentan (Adiandari & Okvitawanli, 2023).

Saat ini, teknologi merupakan salah satu elemen yang sangat memengaruhi cara masyarakat mengakses dan menggunakan layanan keuangan digital (Audina, 2021). Teknologi memberikan kemudahan

dalam akses informasi dan transaksi keuangan. Rendahnya literasi keuangan digital menyebabkan banyak pengguna yang hanya memanfaatkan teknologi ini untuk kebutuhan transaksi harian, tanpa memikirkan implikasi jangka panjangnya (Khoiruddin, 2023). Selain itu, teknologi yang semakin canggih sering kali tidak diiringi dengan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana menggunakannya untuk tujuan pengelolaan keuangan yang lebih baik (Nainggolan et al., 2023).

Selain teknologi, faktor organisasi mencakup peran keluarga, lembaga pendidikan, dan komunitas dalam meningkatkan kesadaran tentang pentingnya pengelolaan keuangan (Susanto & Sirnawati, 2023). Individu yang dibesarkan dalam keluarga dengan pengelolaan keuangan yang baik cenderung lebih sadar akan pentingnya perencanaan keuangan. Namun tidak semua individu memiliki akses yang sama terhadap pendidikan finansial di rumah atau di sekolah, yang menyebabkan perbedaan signifikan dalam kemampuan mereka mengelola keuangan pribadi (Parmitasari et al., 2018). Peran organisasi menjadi semakin penting dalam menyediakan akses edukasi keuangan yang merata, sekaligus mendorong kesadaran dan tindakan kolektif. Faktor organisasi juga mencakup struktur dan mekanisme yang memungkinkan individu untuk belajar dan menerapkan prinsip pengelolaan keuangan. Organisasi yang memiliki dasar kuat dalam tata kelola dan sistem edukasi keuangan dapat menjadi katalisator dalam membentuk kebiasaan finansial yang baik di kalangan individu dan komunitas (Yuwono, 2020).

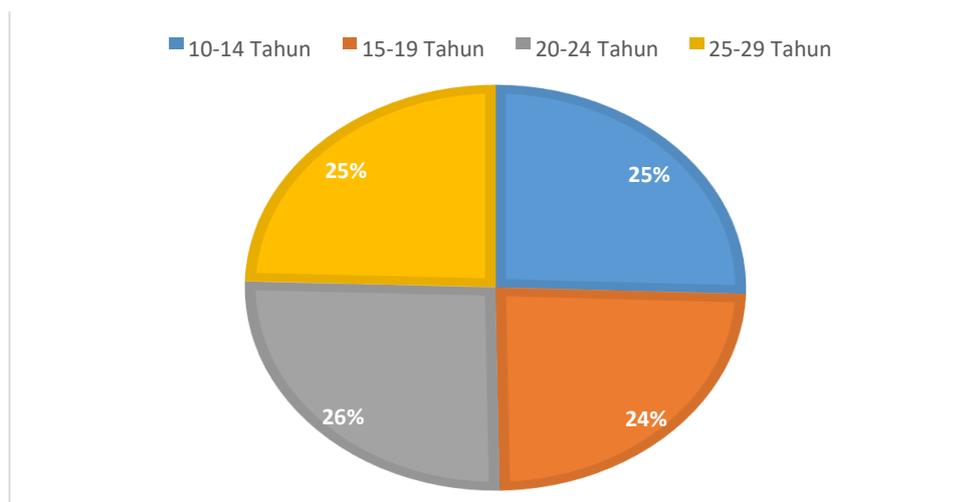
Faktor lingkungan juga memiliki pengaruh besar terhadap pengelolaan keuangan pribadi. Lingkungan sosial, ekonomi, dan budaya di mana individu tumbuh turut membentuk kebiasaan finansial mereka (Siringoringo et al., 2024). Di tengah gaya hidup konsumtif dan kemudahan berbelanja secara *online*, banyak individu, termasuk Generasi Z yang cenderung lebih boros dan kurang disiplin dalam mengatur keuangan. Iklan dan media sosial juga sering kali mempromosikan gaya hidup mewah yang mendorong perilaku konsumtif, sehingga mengaburkan pentingnya menabung dan berinvestasi untuk masa depan.

Generasi Z adalah kelompok demografis yang lahir setelah Generasi Milenial, biasanya mencakup individu yang lahir antara tahun 1997 hingga awal 2010-an (Anggarini et al., 2021). Generasi ini dikenal sebagai generasi yang tumbuh di era digital, di mana internet, media sosial, dan teknologi telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari mereka sejak usia dini. Dalam hal keuangan, menurut Soenjoto (2023), Generasi Z lebih cenderung memanfaatkan alat keuangan digital dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi finansial untuk mengelola keuangan pribadi, berinvestasi, dan bertransaksi.

Namun, banyak Generasi Z yang menggunakan *e-wallet* hanya untuk kebutuhan transaksi sehari-hari tanpa memanfaatkan fitur lain, seperti pengelolaan anggaran atau investasi yang disediakan oleh *platform* tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun akses terhadap teknologi keuangan semakin mudah, tanpa pemahaman yang cukup. Namun di sisi

lain, pandemi COVID-19 juga memberikan dampak signifikan terhadap kesadaran masyarakat akan pentingnya pengelolaan keuangan (Saraswati & Nugroho, 2021). Generasi Z mulai merasakan pentingnya memiliki kestabilan finansial. Namun, tanpa pendidikan keuangan yang memadai, banyak dari mereka yang kesulitan mengelola pendapatan dan pengeluaran, terutama di masa pandemi yang memengaruhi pendapatan banyak orang.

Peningkatan penggunaan *platform* investasi digital di kalangan Generasi Z juga memperlihatkan risiko. Banyak dari mereka yang terjun ke dunia investasi tanpa pengetahuan yang cukup, hanya mengikuti tren atau rekomendasi dari media sosial. Hal ini menyebabkan kerugian finansial bagi sebagian pengguna yang tidak memahami risiko dari investasi yang mereka lakukan. Kurangnya literasi finansial juga menyebabkan Generasi Z lebih rentan terhadap penipuan atau investasi bodong yang marak di *platform* digital.



Gambar 2 : Data Penduduk Menurut Kelompok Umur Kabupaten Gresik Tahun 2022

Sumber : BPS Kabupaten Gresik (2023)

Menurut Gambar 2 menunjukkan bahwa kelompok usia 20-24 tahun memiliki jumlah penduduk tertinggi dengan 104.064 jiwa. Kelompok usia 10-14 tahun menyusul dengan 103.193 jiwa, sementara kelompok usia 25-29 tahun mencatat 99.253 jiwa. Kelompok usia 15-19 tahun memiliki jumlah penduduk paling rendah di antara empat kelompok tersebut, yaitu 97.926 jiwa. Data ini menunjukkan bahwa Kabupaten Gresik memiliki populasi usia muda yang signifikan, terutama pada rentang usia produktif (20-24 tahun), yang merupakan bagian dari Generasi Z, memiliki kecenderungan tinggi untuk menggunakan teknologi digital, termasuk dompet digital (*e-wallet*) seperti GoPay, OVO, Dana, dan ShopeePay. Selain itu, generasi ini lebih terbiasa dengan transaksi tanpa uang tunai, yang selaras dengan tren pertumbuhan penggunaan *e-wallet* di Indonesia. Walaupun kesadarannya dapat dianggap rendah, namun hal ini menunjukkan potensi besar bagi pengembangan layanan keuangan digital di Kabupaten Gresik, seiring dengan peningkatan populasi usia muda yang aktif secara teknologi.

Perencanaan anggaran yang baik merupakan salah satu cara untuk meningkatkan kesejahteraan hidup, karena dapat membantu individu menjadi lebih bijak dalam mengelola keuangan pribadi (Safira & Yuhertiana, 2021). Faktor teknologi, organisasi, dan lingkungan memainkan peran penting dalam membentuk kesadaran finansial Generasi Z, yang perlu mengembangkan kemampuan untuk menggunakan teknologi

keuangan secara tepat, memahami dukungan organisasi, dan merespons lingkungan sosial dalam pengelolaan keuangan pribadi mereka.

Penelitian terkait dengan teknologi-organisasi-lingkungan dan kesadaran akan pentingnya mengelola keuangan digital sudah dilakukan oleh beberapa penelitian terdahulu, namun dengan subjek dan objek yang berbeda dengan penelitian ini. Faktor lingkungan adalah faktor yang paling penting dalam adopsi transformasi digital (Ta & Lin, 2023). Dukungan keluarga berfokus pada persepsi dan dukungan keluarga terhadap layanan atau sistem keuangan pribadi, yang memengaruhi kepercayaan dan kepuasan mereka. Adanya literasi keuangan digital akan meningkatkan pemahaman dan kesadaran mengenai keuangan digital dan risiko pinjaman *online* ilegal (Primasari et al., 2024). Literasi keuangan dan literasi digital memiliki peran penting dalam memengaruhi perilaku keuangan dan pengambilan keputusan keuangan di era ekonomi digital (Firmansyah & Susetyo, 2022).

Pengelolaan keuangan pribadi berada di bawah ranah akuntansi pribadi atau *personal finance*, yang mencakup aspek perencanaan keuangan, pengendalian arus kas, pengelolaan anggaran, serta investasi dan tabungan untuk tujuan masa depan. Literasi keuangan menjadi penting agar individu mampu mengambil keputusan finansial yang bijak dan terukur (Prihatni et al., 2024). Rendahnya literasi keuangan digital menyebabkan banyak pengguna hanya memanfaatkan teknologi ini untuk transaksi harian tanpa memahami implikasi jangka panjang, terutama terkait perencanaan

keuangan pribadi. Pencatatan laporan keuangan, termasuk laporan keuangan pribadi serta memahami isi informasi termasuk dari pengetahuan dasar-dasar akuntansi (Fuadi & Trisnaningsih, 2022).

Maka dari itu, berdasarkan latar belakang dan inkonsistensi hasil penelitian terdahulu, peneliti melakukan penelitian yang berjudul “PENGARUH FAKTOR TOE (*TECHNOLOGY-ORGANIZATION-ENVIRONMENT*) TERHADAP PENGELOLAAN KEUANGAN PRIBADI GENERASI Z DI GRESIK”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan fenomena dan latar belakang yang dijelaskan di atas, peneliti merumuskan rumusan masalah sebagai berikut.

1. Apakah teknologi berpengaruh terhadap kesadaran akan pentingnya pengelolaan keuangan pribadi oleh Generasi Z di Gresik?
2. Apakah organisasi berpengaruh terhadap kesadaran akan pentingnya pengelolaan keuangan pribadi oleh Generasi Z di Gresik?
3. Apakah lingkungan berpengaruh terhadap kesadaran akan pentingnya pengelolaan keuangan pribadi oleh Generasi Z di Gresik?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dijelaskan di atas, peneliti merumuskan tujuan penelitian sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh teknologi terhadap kesadaran akan pentingnya pengelolaan keuangan pribadi oleh Generasi Z di Gresik.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh organisasi terhadap kesadaran akan pentingnya pengelolaan keuangan pribadi oleh Generasi Z di Gresik.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh lingkungan terhadap kesadaran akan pentingnya pengelolaan keuangan pribadi oleh Generasi Z di Gresik.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis terhadap pengembangan literatur terkait pengelolaan keuangan pribadi, khususnya pada Generasi Z, serta penerapan faktor-faktor TOE (*Technology-Organization-Environment*) dalam mengukur kesadaran dan pemanfaatan alat keuangan digital. Penelitian ini juga dapat memperkaya pemahaman tentang bagaimana teknologi, organisasi, dan lingkungan memengaruhi adopsi dan penggunaan teknologi finansial oleh individu, serta meningkatkan pemahaman tentang pengaruh literasi keuangan dan digital dalam perilaku keuangan di era digital.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini akan membantu peneliti memperoleh pemahaman mendalam tentang pengelolaan keuangan pribadi di era digital, khususnya di kalangan Generasi Z. Hal ini juga menjadi sarana bagi peneliti untuk menerapkan teori TOE dalam keuangan pribadi dan alat keuangan digital.

2. Bagi Universitas

Penelitian ini akan memberikan pengembangan literatur akademik di bidang pengelolaan keuangan digital.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan dasar bagi penelitian-penelitian selanjutnya, terutama yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan pribadi, adopsi teknologi keuangan digital, dan penerapan faktor TOE.

4. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat memberikan masukan bagi perusahaan fintech dan lembaga keuangan dalam meningkatkan kesadaran generasi muda terhadap pentingnya pengelolaan keuangan pribadi yang baik. Selain itu, perusahaan dapat menggunakan hasil penelitian ini untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih inklusif dan efektif dalam menjangkau Generasi Z.