

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Transformasi sosial yang berlangsung dengan cepat di zaman sekarang telah memiliki dampak signifikan pada cara berpikir, *lifestyle*, dan perilaku konsumsi masyarakat, terutama di antara Generasi Z yang kaya akan inovasi teknologi digital dan pengaruh global, yang membuat mereka lebih cepat beradaptasi dengan perubahan, lebih aktif dalam pemanfaatan media sosial, serta lebih memilih untuk mengekspresikan diri dan mengikuti tren terbaru. *Lifestyle* yang mereka pilih sekarang tidak sekadar dipengaruhi oleh kebutuhan praktis, tetapi juga oleh simbol-simbol status dan hasrat untuk mendapatkan pengakuan dari orang lain. Salah satu contoh jelas tentang perubahan *lifestyle* ini adalah meningkatnya popularitas vape yang dikenalkan sebagai pengganti rokok konvensional dan berubah menjadi simbol *modern lifestyle*. Banyak Generasi Z melihat vape sebagai pilihan yang lebih aman, tampak lebih menarik, dan menggambarkan cara hidup yang trendi.

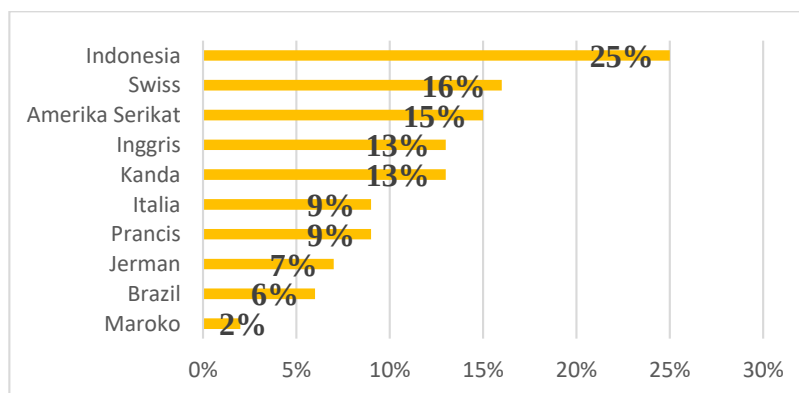
Meskipun vape sangat populer, terdapat banyak risiko kesehatan yang serius terkait penggunaannya. Laporan dari Kementerian Kesehatan Republik Indonesia (2023) menyatakan bahwa cairan yang ada dalam produk vape berisi zat kimia yang berbahaya, termasuk zat *diacetylene* yang biasanya dimanfaatkan untuk menambah wangi pada vape tetapi telah terbukti dapat merusak paru-paru yang berpotensi menyebabkan masalah pernapasan, menurunnya kesehatan jantung,

menyebabkan penyakit kanker paru-paru, hingga penyakit kelainan pada saraf otak. Karena itu, bertambahnya jumlah *smoking behavior* menggunakan jenis pengguna vape di Indonesia, terutama pada golongan Generasi Z memerlukan perhatian yang ekstra untuk mempersiapkan konsekuensi masa depan bagi kesehatan masyarakat.

Masalah yang muncul akibat *smoking behavior* dengan menggunakan vape tidak hanya mempengaruhi kesehatan tubuh, tetapi juga berdampak pada keadaan keuangan pribadi. Rendahnya pemahaman mengenai keuangan membuat individu sering kali tidak menyadari beban biaya yang ditimbulkan oleh kebiasaan ini. Hal ini didukung oleh penelitian Wiyata, *et al* (2023) menyatakan bahwa *smoking behavior* menggunakan vape menciptakan tantangan keuangan karena biaya untuk memperoleh alat dan pengisian ulang vape menjadi beban yang cukup besar dalam perencanaan anggaran individual. Idealnya, alokasi dana seharusnya ditujukan untuk keperluan yang lebih mendesak. Namun, meski sudah banyak informasi yang menunjukkan efek buruk vape terhadap kesehatan dan ekonomi, Generasi Z cenderung menyepelekannya.

Grafik 1.1

Presentase Pengguna Vape di Beberapa Negara



Sumber: Good States, Gavrilla (2025).

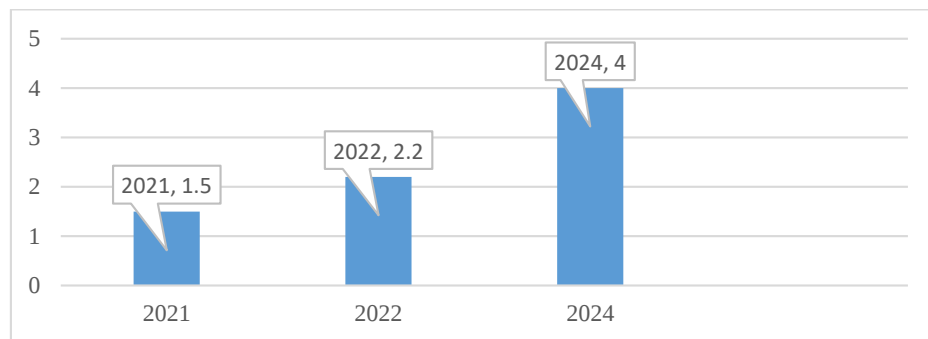
Fenomena pada penggunaan vape menunjukkan perkembangan yang mencolok, khususnya di Indonesia. Untuk menyajikan pemahaman yang lebih mendalam tentang perkembangan pemakaian vape di Indonesia, merujuk pada data pada grafik 1.1 diatas yang bersumber dari Good States yang ditulis oleh Gavrilla (2025) yang menunjukkan bahwa Indonesia terdaftar sebagai negara dengan persentase tertinggi pengguna vape di dunia, yakni sebesar 25% melebihi, Swiss yakni 16%, Amerika Serikat dengan presentase 15%, Inggris dengan presentase 13%, dan beberapa negara lainnya.

Pertumbuhan peningkatan penggunaan vape di Indonesia juga telah dijelaskan menurut Asosiasi Personal Vaporizer Indonesia (APVI) yang bersumber dari Vape Magz (2022) dan Deny (2025). Selain itu, terdapat sumber data lain yang menyatakan bahwa pengguna vape di Indonesia meningkat dari tahun ke tahun. Pada grafik 1.2 dibawah, menurut data dari Vape Magz (2022) pada tahun 2021 dan 2022, pengguna vape di Indonesia mengalami peningkatan yakni di tahun 2021 sebanyak 1,5 juta dan meningkat pada tahun 2022 sebanyak 2,2 juta pengguna. Peningkatan ini terus berlanjut sampai pada tahun 2024 yang dibuktikan berdasarkan data dari Asosiasi Personal Vaporizer Indonesia (APVI) yang dijlaskan oleh Deny (2025) yakni terdapat peningkatan sebesar 4 juta pengguna vape di Indonesia. Fenomena ini menarik perhatian besar, karena *smoking behavior* dengan menggunakan vape sekarang semakin dilihat sebagai bagian dari tren *lifestyle* kontemporer, terutama di antara Generasi Z. Hal ini dibuktikan meelalui data pada garfik 1.2 dibawah terkait dengan jumlah penduduk yang melakukan

smoking behavior melalui penggunaan vape di Indonesia pada tahun 2021, 2022, dan 2024.

Grafik 1.2

Pengguna Vape di Indonesia Tahun 2021, 2022, 2024
(Dalam Jutaan)



Sumber : Asosiasi Personal Vaporizer Indonesia (APVI), Vape Magz (2022) dan Liputan 6, Deny (2025).

Tabel 1.1

Pengguna Vape Berdasarkan Usia Pada Tahun 2024

No.	Usia Pengguna Vape	Presentase
1	13-17 Tahun	12,4%
2	15-24 Tahun	7,5%
3	25-44 Tahun	3,1%

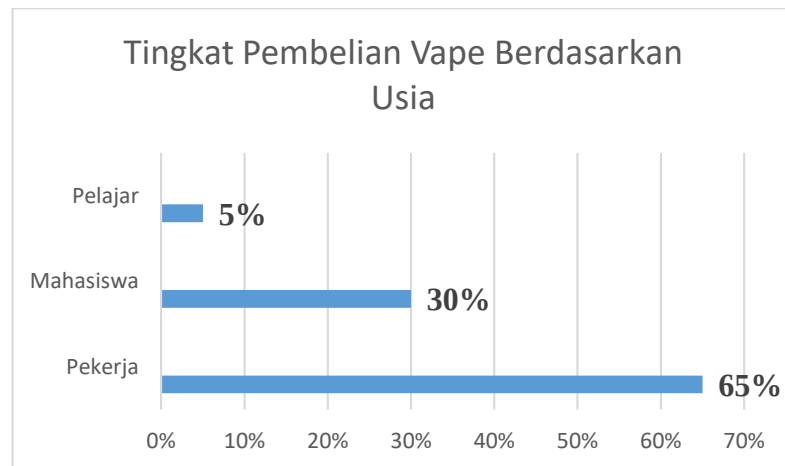
Sumber: *Lifestyle* bisnis, Simamora (2025).

Peningkatan penggunaan vape yang banyak didominasi oleh Generasi Z ini telah dibuktikan menurut data dari yang dijelaskan oleh Simamora (2025) melalui *lifestyle* bisnis. Menurut Tabel 1.1 diatas menjelaskan bahwa pengguna vape berdasarkan usia pada tahun 2025 didominasi oleh Generasi Z yakni di usia 13-17 dengan presentase sebesar 12,4% dibandingkan dengan kategori Generasi Z ke Generasi Milenial yakni usia 25-44 tahun yang hanya memiliki presentase 3,1%,

serta pada usia 15-24 tahun yang juga merupakan Generasi Z hanya sebanyak 7,5%. *Smoking behavior* pada penggunaan vape juga banyak digunakan oleh Generasi Z juga dibuktikan menurut survei data secara langsung dari *offline store* pada Vapeboss yang ada di Jl. Rungkut Industri Kidul, Rungkut Kidul, Surabaya pada grafik 1.3 dibawah.

Grafik 1.3

Presentase pada Tingkat Pembelian Vape di *Offline Store* Vapeboss Surabaya Berdasarkan Status



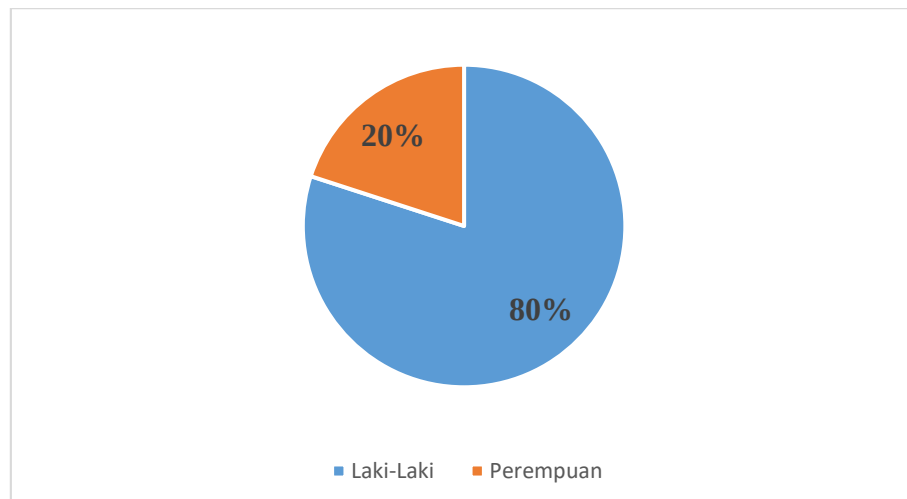
Sumber: Vapeboss *Offline Store*, Nasirudin (2025).

Pada grafik 1.3 diatas menjelaskan bahwa presentase pembelian vape dari toko Vapeboss Surabaya paling banyak didominasi oleh pekerja yakni sebesar 65% serta diikuti oleh mahasiswa yang termasuk dalam kategori Generasi Z yakni sebanyak 30% dan pada pelajar yakni hanya 5%. Menurut Nasirudin (2025) hal ini terjadi karena lokasi toko tersebut berada di kawasan industri, dimana banyak pekerja yang membeli produk vape di toko Vapeboss. Dengan adanya hal ini, maka terdapat kekhawatiran penggunaan vape yang juga banyak digunakan oleh golongan Generasi Z. Menurut salah satu *Offline Store* Vapeboss dari Nasirudin

(2025) menjelaskan bahwa pembelian pada produk vape didominasi oleh laki-laki dengan presentase 80% dan sisanya yakni 20% dari golongan perempuan.

Grafik 1.4

Presentase Pembeli Vape Berdasarkan Jenis Kelamin



Sumber: Vapeboss *Offline Store*, Nasirudin (2025)

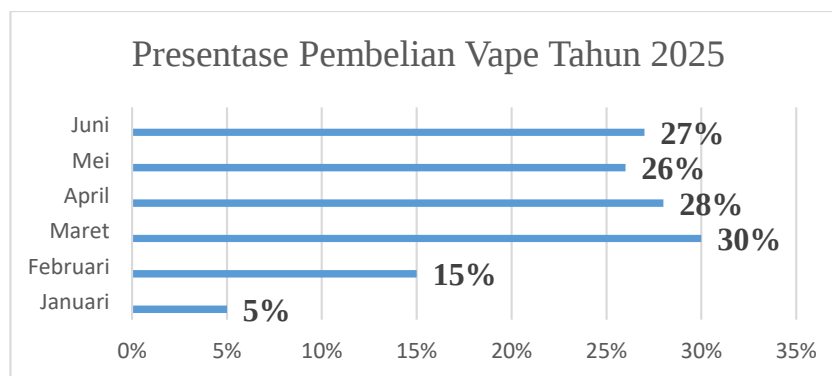
Maka dari itu, melalui grafik 1.4 diatas menjelaskan bahwa, pembelian pada produk vape didominasi oleh laki-laki dengan presentase 80% dan sisanya yakni 20% dari golongan perempuan. Maka dari itu, dapat diindikasikan bahwa fenomena *smoking behavior* menggunakan jenis vape ini sangat marak di Kota Surabaya, hal ini juga didukung oleh data dari salah satu *offline store* Vapeboss yang berada di Jl. Rungkut Industri Kidul, Rungkut Kidul, Surabaya. dapat diindikasikan bahwa fenomena *smoking behavior* menggunakan jenis vape ini sangat marak di Kota Surabaya, hal ini juga didukung oleh data dari salah satu *offline store* Vapeboss yang berada di Jl. Rungkut Industri Kidul, Rungkut Kidul, Surabaya.

Selain itu, peningkatan *smoking behavior* dengan menggunakan vape juga dapat dilihat dari tingkat kenaikan jumlah pembelian vape. Menurut data dari

Nasirudin (2025) menyatakan bahwa, selama 6 bulan terakhir pada tahun 2025 di Kota Surabaya. Hal ini dibuktikan melalui hasil presentase pada grafik 1.5 dibawah mengindikasikan bahwa, pada bulan Januari dengan tingkat pembelian produk vape sebesar 5%, pada bulan Februari meningkat sebanyak 15%, dan pada bulan Maret presentase pembelian vape mengalami peningkatan drastis, dikarenakan adanya hari raya idhul fitri dimana banyak pekerja yang mendapatkan Tunjangan Hari Raya (THR) yakni dengan presentase kenaikan sebesar 30%, dan terjadi sedikit penurunan sebesar 2% yakni pada bulan April dengan presentase 28%, di bulan Mei juga terjadi penurunan kembali, yakni sebesar 26%, tetapi pada bulan Juni tahun 2025 terjadi peningkatan pembelian vape yakni sebesar 28%. Melalui hasil presentase tersebut, dapat dijelaskan bahwa terdapat peningkatan pembelian vape pada 6 bulan terkahir yang juga diikuti dengan tingginya *smoking behavior* dengan jenis vape.

Grafik 1.5

Presentase Pembelian Vape pada *Offline Store* Vapeboss



Sumber: Vapeboss *Offline Store*, Nasirudin (2025).

Hal ini juga didukung oleh hasil pra-survei yang telah peneliti lakukan untuk menganalisis terkait dengan jumlah *smoking behavior* melalui jenis vape pada

Generasi Z di Kota Surabaya kepada 15 responden yang telah sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan yakni kepada kelompok Generasi Z. Maka dari itu, hal ini dibuktikan melalui tabel 1.2 dibawah.

Tabel 1.2

Hasil pra-survei *smoking behavior* menggunakan jenis vape pada Generasi Z di Kota Surabaya

Pertanyaan	Opsi Jawaban	Jumlah	Presentase
Pernah melakukan <i>smoking behavior</i> dengan menggunakan vape?	Ya	9	60%
	Tidak	6	40%
TOTAL		15	100%

Sumber: Diolah oleh penulis. (2025)

Melalui tabel 1.2 diatas menjelaskan bahwa, sebanyak 60% Generasi Z di Kota Surabaya pernah melakukan *smoking behavior* menggunakan jenis vape sedangkan sisanya sebanyak 40% Generasi Z di Kota Surabaya belum pernah menggunakan vape. *Smoking behavior* dengan menggunakan jenis vape yang dilakukan oleh kalangan Generasi Z juga dipengaruhi oleh berbagai faktor, yakni faktor dari lingkungan pertemanan, lingkungan keluarga, serta faktor yang muncul pada diri sendiri. Hal ini sejalan dengan penelitian menurut Illaeni, *et al* (2023), bahwa dukungan teman sebaya terkait tawaran vape menimbulkan pikiran Generasi Z untuk melakukan *smoking behavior*, disisi lain faktor internal berupa dorongan dan sikap akan berpengaruh pada keputusan individu, selain itu figur dari lingkungan keluarga memiliki pengaruh yang signifikan, dimana hubungan yang

harmonis dengan keluarga dan komunikasi dapat mencegah timbulnya *smoking behavior*.

Faktor lain menurut penelitian dari Kristianti, *et al* (2024) yang mengakibatkan individu melanjutkan *smoking behavior* nya meliputi hasrat, adanya toleransi di antara teman, dan agar terlihat jantan. *Smoking behavior* dapat menjadikan seseorang memiliki banyak ruang untuk berpikir dan dapat mengurangi pusing serta stres. Dari beberapa temuan diatas, maka dari itu peneliti tertarik untuk meneliti *smoking behavior* menggunakan beberapa faktor yang mencakup *financial literacy*, *lifestyle*, *e-wallet usage*, dan juga *saving behavior* sebagai mediasi. Melalui faktor pada penelitian ini, peneliti juga menggunakan dasar teori yang diciptakan oleh Ajzen (1991) yakni *Theory of Planned Behavior* (TPB).

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi *smoking behavior* adalah *financial literacy* (Watanapongvanich *et al.*, 2021). Menurut Zarkasyi & Purwanto (2021), *financial literacy* merujuk pada pemahaman mengenai uang dan cara seseorang dapat mengelola dan menggunakan keuangan dengan baik. Seseorang dianggap memiliki pemahaman tentang keuangan jika ia memiliki informasi serta keterampilan untuk menerapkan pengetahuan itu, atau bisa juga disebut sebagai kemampuan dalam mengatur keuangannya. Menurut Yuniningsih (2020) juga mengindikasikan bahwa *financial literacy* adalah kapasitas untuk mengambil keputusan terkait keuangan, merancang masa depan, serta memahami berbagai elemen ekonomi yang berhubungan dengan kesejahteraan dan menurut Prayudi & Purwanto (2023) menjelaskan bahwa kemampuan dalam *financial literacy* berkaitan erat dengan pengelolaan keuangan, dan orang dengan *financial literacy*

yang baik akan memiliki wawasan yang luas mengenai beberapa elemen keuangan, seperti pengetahuan dasar tentang uang, cara menabung, perlindungan asuransi, serta investasi. Dalam hal ini, pemahaman yang kuat dari aspek *financial literacy* dapat membantu Generasi Z menjadi lebih selektif dalam pengeluaran mereka untuk kepentingan jangka pendek ataupun jangka panjang, sehingga mereka mampu mengontrol pembelian vape dan juga *smoking behavior* mereka.

Saving behavior menurut Tyas & Rahmawati (2021) merupakan tindakan konkret yang dipengaruhi oleh aspek psikologis dan elemen eksternal lainnya yang memotivasi individu untuk mengalokasikan sebagian dari pendapatan mereka serta mendayagunakan jasa perbankan sebagai tempat untuk menabung, dimana tindakan ini merupakan hasil dari gabungan pandangan tentang kebutuhan di masa yang akan datang, pilihan untuk menabung, dan langkah-langkah penghematan. *Saving behavior* dapat membantu Generasi Z menyadari seberapa vitalnya pengelolaan keuangan serta perencanaan keuangan masa depan. Menurut Tiento & Anwar (2023) yang menyatakan bahwa, seseorang dapat dianggap memiliki sikap keuangan yang positif jika dia sanggup merencanakan keuangan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan mengambil keputusan finansial yang cerdas untuk masa depannya. Pandangan ini dapat mendorong seseorang untuk meningkatkan cara mereka dalam menabung dan mengurangi pengeluaran untuk pembelian produk yang tidak penting, seperti vape. Karena, dengan mengetahui dampak buruk dari belanja produk vape yang dinilai tidak perlu, bisa membantu mereka untuk memaksimalkan mencapai tujuan keuangan, seperti uang untuk pendidikan, simpanan darurat, atau investasi.

Dengan mengembangkan *saving behavior*, individu akan lebih bisa mengatur pengeluaran dan berpikir secara mendalam terkait apakah membeli produk tertentu seperti vape benar-benar memberi keuntungan dalam jangka panjang atau malah menghalangi pencapaian tujuan keuangan. Pemahaman ini membuat orang lebih waspada dan lebih cenderung untuk menunda pembelian produk vape yang dinilai tidak penting, melalui pandangan ini juga dapat memotivasi individu untuk lebih memperbaiki *saving behavior* nya dan meminimalkan biaya untuk membeli barang-barang yang tidak perlu, seperti vape. Hal ini berhubungan dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB), yang menguraikan bahwa tindakan pada TPB terpengaruh oleh pandangan atau sikap terhadap perilaku, norma masyarakat, dan kemampuan pengendalian diri. Maka dari itu, *saving behavior* dianggap sebagai bagian dari pengendalian diri, sebab dengan menabung, seseorang akan lebih peka terhadap konsekuensi keuangan dari kebiasaan menggunakan vape dan berkeinginan untuk memperkuat rutinitas menabung agar dapat memperoleh manfaat di masa mendatang.

Modernisasi pada *lifestyle* menurut Alfila (2023) mencakup perubahan pada cara hidup masyarakat khususnya Generasi Z, dimana mereka selalu mengikuti tren dengan cepat agar tidak tertinggal oleh kemajuan global, dan dalam banyak situasi, *modern lifestyle* ini tidak berasal dari kebutuhan tetapi dipicu oleh keinginan. Menurut Fuadi & Trisnaningsih (2022) menyatakan bahwa seseorang biasanya akan mengikuti perkembangan zaman yang ada di masyarakat untuk menghindari stigma *old-fashioned* atau tertinggal. Hal ini sejalan dengan penelitian Afriyana (2019) yang menjelaskan bahwa Generasi Z zaman sekarang menunjukkan

kecenderungan kuat untuk menunjukkan gaya yang modis, glamor, mengikuti perkembangan *modern lifestyle* terkini. Menurut Feryanto & Trisnaningsih (2023) juga menyatakan bahwa *lifestyle* saat ini semakin dikenal, terutama di antara kalangan Generasi Z, karena generasi ini merupakan generasi yang paling mudah terpengaruh oleh tren zaman modern. Situasi ini menggambarkan bahwa mereka terjebak dalam pola konsumsi yang tinggi dan uang yang mereka punya sering digunakan untuk membeli produk yang tidak terkait dengan kebutuhan akademis, tetapi lebih pada pembelian barang-barang yang berkaitan dengan tren terkini, seperti vape. Namun, Generasi Z yang memiliki kesadaran kuat mengenai pentingnya menabung untuk masa depan akan membuat individu lebih selektif dalam mengeluarkan uang. Maka dari itu, *saving behavior* dapat menjadi alat pengendalian diri yang mampu menghambat keinginan untuk bersikap konsumtif, khususnya dalam melakukan *smoking behavior*.

Selain itu, kemajuan dalam sektor *financial technology* di Indonesia menunjukkan perkembangan yang sangat cepat, khususnya dalam aspek kemudahan melakukan transaksi secara daring. Menurut Putera & Nisa (2024) menjelaskan bahwa perkembangan *financial technology* telah menjadi elemen penting dalam rutinitas sehari-hari, terutama di bidang finansial, dalam beberapa waktu belakangan, *financial technology* telah melalui kemajuan yang pesat dan berubah-ubah, dengan beragam model bisnis yang bervariasi. Hal ini didukung berdasarkan data dari Reynaldy (2024) yang mengindikasikan bahwa penggunaan *fintech* berbentuk *e-wallet* di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang luar biasa, khususnya di kalangan Generasi Z. Lonjakan dari *e-wallet usage* ini tidak

terlepas dari berbagai faktor yang mempengaruhi, baik dari sisi pemerintah maupun sektor swasta. Salah satunya disebabkan oleh banyaknya pedagang dan *platform online* yang sekarang menyediakan metode pembayaran melalui fitur dari *e-wallet* tersebut.

Hal ini juga didukung oleh penelitian Amarta & Nisa (2024) bahwa dengan adanya *platform online* yang terus berkembang serta diikuti oleh kemudahan transaksi dalam berbagai metode pembayaran, dapat menjadikan munculnya berbagai *platform e-commerce* dan *marketplace* yang memberikan beragam produk serta jasa kepada konsumen yang semakin terhubung secara digital. Namun kemudahan ini bisa membuat Generasi Z jadi lebih boros jika mereka tidak paham benar tentang cara mengatur keuangan dengan baik dan jika tidak digunakan dengan hati-hati, khususnya terhadap pembelian produk vape yang tentu saja dapat meningkatkan *smoking behavior*. Maka dari itu adanya *saving behavior* dapat menjadi jembatan bagi Generasi Z agar bisa mengendalikan diri untuk pembelian yang tidak direncanakan. Dalam kerangka TPB, kemudahan melakukan transaksi berperan sebagai elemen luar yang memperkuat kontrol perilaku yang dipersepsikan, sementara *saving behavior* berfungsi sebagai kontrol dari dalam pribadi yang nyata.

Dari beberapa penelitian terdahulu, belum ada penelitian yang meneliti terkait dengan *financial literacy* dalam hal pemahaman pengelolaan dana pribadi, *lifestyle* yang berfokus pada *modern lifestyle* dengan konteks suka membeli barang untuk mengikuti tren sekarang, *e-wallet usage* yang berfokus pada kemudahan pada penggunaan transaksi secara *online*, serta hubungan ketiganya pada *smoking*

behavior dengan *saving behavior* sebagai variabel mediasi. Oleh sebab itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh *Financial Literacy*, *Lifestyle*, Dan, *E-Wallet Usage* Terhadap *Smoking Behavior* Dengan *Saving Behavior* Sebagai Variabel Mediasi pada Generasi Z di Kota Surabaya**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini yakni :

1. Apakah *financial literacy* berpengaruh terhadap *smoking behavior* pada Generasi Z di Kota Surabaya?
2. Apakah *lifestyle* berpengaruh terhadap *smoking behavior* pada Generasi Z di Kota Surabaya?
3. Apakah *e-wallet usage* berpengaruh terhadap *smoking behavior* pada Generasi Z di Kota Surabaya?
4. Apakah *saving behavior* sebagai mediasi berpengaruh terhadap *smoking behavior* pada Generasi Z di Kota Surabaya?
5. Apakah *saving behavior* mampu memediasi *financial literacy* terhadap *smoking behavior* pada Generasi Z di Kota Surabaya?
6. Apakah *saving behavior* mampu memediasi *lifestyle* terhadap *smoking behavior* pada Generasi Z di Kota Surabaya?
7. Apakah *saving behavior* mampu memediasi *e-wallet usage* terhadap *smoking behavior* pada Generasi Z di Kota Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Beberapa tujuan dari penelitian ini antara lain :

1. Untuk menganalisis pengaruh dari *financial literacy* terhadap *smoking behavior* pada Generasi Z di Kota Surabaya.
2. Untuk mengetahui dampak dari *lifestyle* terhadap *smoking behavior* pada Generasi Z di Kota Surabaya.
3. Untuk menganalisis pengaruh dari *e-wallet usage* terhadap *smoking behavior* pada Generasi Z di Kota Surabaya.
4. Untuk mengidentifikasi pengaruh *saving behavior* terhadap *smoking behavior* sebagai peran mediasi.
5. Untuk menganalisis apakah *saving behavior* dapat memediasi *financial literacy* terhadap *smoking behavior* pada Generasi Z di Kota Surabaya.
6. Untuk mengetahui apakah *lifestyle* Generasi Z di Kota Surabaya berpengaruh terhadap *smoking behavior* dengan *saving behavior* sebagai mediasi.
7. Untuk menguji apakah *saving behavior* sebagai mediasi mampu mempengaruhi *e-wallet usage* terhadap *smoking behavior*.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, peneliti berharap dapat memberikan manfaat untuk pembaca, antara lain:

1. Memberikan wawasan baru dan yang lebih dalam mengenai elemen-elemen yang memengaruhi kebiasaan merokok dengan jenis vape pada Gen Z kepada pembaca.
2. Meningkatkan pemahaman bagi pembaca mengenai nilai dari keuangan dan *saving behavior* dalam mengelola keuangan pribadi agar lebih terarah dan sehat.
3. Memberikan wawasan baru bagi pembaca yang tertarik melakukan studi serupa untuk mendalami pembahasan mengenai kesehatan dan perilaku keuangan.

Dengan adanya penelitian ini, peneliti berharap dapat memberikan manfaat untuk lembaga, antara lain:

1. Memberikan saran kepada pihak yang berwenang dan juga lembaga yang non-wewenang untuk merancang program intervensi yang lebih efektif dalam menurunkan jumlah perokok yang ada di kalangan Generasi Z.
2. Memberikan pemahaman dasar bagi pihak dari sekolah menengah untuk merancang program *financial literacy* yang dimulai sejak usia dini guna membiasakan generasi penerus dalam manajemen uang dengan baik serta menjauhi pengeluaran yang tidak bermanfaat.
3. Menyediakan informasi penting bagi institusi pendidikan dalam memperbaiki program *financial literacy*.