DAMPAK SPENDING HABITS TERHADAP KONDISI KEUANGAN GENERASI Z DI KALIMANTAN BARAT

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana

Disusun Oleh:

MUTIA KHAIRUNNISA

B1032221029

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TANJUNGPURA

PONTIANAK

2026

PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini;

Nama	: Mutia Khairunnisa
Nim	: B1032221029
Jurusan	: Akuntansi
Program Studi	: Akuntansi
Konsentrasi	: Akuntansi Keuangan
Judul Skripsi	: Dampak Spending Habits Terhadap Kondisi Keuangan Generasi Z Di Kalimantan Barat.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi dengan judul tersebut di atas, secara keseluruhan adalah murni karya penulisan sendiri dan bukan plagiat dari karya orang lain, kecuali bagian yang dirujuk sebagai sumber pustaka sesuai dengan panduan penulisan yang berlaku (lembar hasil pemeriksaan plagiat terlampir).

Apabila di dalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis yang dapat berakibat pada pembatalan Skripsi dengan judul tersebut di atas.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya

Pontianak, 08 April 2026

Mutia Khairunnisa

Nim. B1032221029

LEMBAR YURIDIS

DAMPAK SPENDING HABITS TERHADAP KONDISI KEUANGAN GENERASI Z DI KALIMANTAN BARAT

Penanggung Jawab Yuridis

Mutia Khairunnisa
B1032221029

Jurusan : Akuntansi
Program Studi : Akuntansi
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan
Tgl Ujian Skripsi dan Komprehensif : 21 Mei 2026

Majelis Penguji

No.	Majelis Penguji	Nama/NIP	Tgl/Bln/ Thn	Tanda Tangan
1.	Ketua Penguji	Dr. Juanda Astarani, S.E., M.Sc., CSRS., ACPA., CFrA., CMA. NIP. 198207192005011001	04/05/26	
2.	Sekretaris Penguji	Ariefanda Iqbal Perdhana, S.E., M.Ak NIP. 199202292023211015	03/05/26	
3.	Penguji 1	Dr. Muhammad fahmi, S.E., M.M., CA., CPA., CRBC. NIP. 196806081999031003	03/05/26	
4.	Penguji 2	Djunita Permata Indah, S.E., M.Acc NIP. 199106142019032019	03/05/26	

Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat dan Lulus
Dalam Ujian Skripsi dan Komprehensif

Pontianak, 08 JUN 2026
Koordinator Program Studi Akuntansi

Dr. Khristina Yunita, S.E., M.Si., Ak., CA
NIP. 197906182002122003

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, serta kemudahan yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Perjalanan dalam menyusun skripsi ini bukanlah hal yang mudah, penuh dengan tantangan, keraguan, dan proses panjang yang menguras waktu serta tenaga. Namun, berkat doa, dukungan, dan kehadiran orang-orang baik di sekitar penulis, setiap langkah dapat dilalui hingga akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan.

Dengan penuh rasa hormat dan ketulusan, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Kepada Bapak Prof. Dr. Garuda Wiko, S.H., M.Si., selaku Rektor Universitas Tanjungpura.
2. Kepada Ibu Dr. Barkah, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.
3. Kepada Ibu Dr. Nella Yantiana, S.E, MM,Ak., selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.
4. Kepada Ibu Khristina Yunita, S.E., M.Si., Ak., C.A., selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.
5. Kepada Bapak Dr. Juanda Astarani, S.E., M.Sc., CSRS., ACPA., CFrA., CMA., selaku Dosen Pembimbing utama dan Pembimbing Akademik, yang dengan penuh kesabaran telah membimbing, mengarahkan, dan memberikan masukan yang sangat berarti bagi penulis.
6. Kepada Bapak Ariefanda Iqbal Perdhana, S.E., M.Ak., selaku Dosen Pembimbing kedua, yang telah memberikan arahan, dukungan, serta motivasi kepada penulis hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Kepada seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura yang telah memberikan ilmu, pengalaman, dan pembelajaran berharga selama masa perkuliahan.

8. Kepada staff perpustakaan Universitas Tanjungpura yang telah membantu penulis dalam memperoleh referensi yang sangat dibutuhkan dalam penelitian ini.
9. Kepada kedua orang tua tercinta, yang selalu menjadi tempat pulang dan sumber kekuatan terbesar bagi penulis. Terima kasih atas doa yang tidak pernah terputus, kasih akung yang tulus, serta pengorbanan yang tidak akan pernah mampu terbalaskan. Setiap langkah dan pencapaian ini tidak lepas dari peran dan kepercayaan yang telah diberikan kepada penulis.
10. Kepada Haris Fathurrahman, abang penulis dan Arzeti Ririna Sari, adik penulis yang selalu hadir memberikan dukungan, semangat, dan kehangatan dalam setiap proses yang dilalui.
11. Kepada Marlina Manalu yang senantiasa menemani penulis selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi, yang membantu untuk mencari informan dan tidak pernah lelah mendengarkan, menguatkan, hadir di saat penulis merasa lelah dan hampir menyerah, bahkan selalu jadi orang pertama yang maju di saat penulis dalam kondisi tidak baik-baik saja.
12. Kepada Shabrina Luthfiaida dan Alfadhila Shafna Firdausy sahabat sejak masa SMP, yang telah menjadi bagian dari perjalanan panjang penulis, menemani dalam suka dan duka hingga saat ini, mendengar setiap keluh kesah, cerita senang dan sedih, serta memberikan tawa dan keceriaan di setiap harinya.
13. Kepada Nia Rahayu dan Ceyren Audiva Salsabila menjadi teman pertama semasa perkuliahan, hingga saat ini masih menjadi sahabat baik, yang telah berbagi cerita, perjuangan, dan kebersamaan selama menempuh pendidikan, serta selalu memberikan semangat di setiap keadaan.
14. Kepada para informan yang telah meluangkan waktu, berbagi pengalaman, dan memberikan informasi yang sangat berarti bagi penelitian ini.
15. Kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Terakhir, penulis ingin berterima kasih kepada diri sendiri yang telah berjuang dan berusaha menyelesaikan studi ini, melewati berbagai proses dan pengorbanan yang tidak selalu terlihat oleh orang lain. Terima kasih karena telah bertahan dalam setiap kesulitan dan tidak memilih untuk menyerah, meskipun dalam keadaan yang tidak mudah. Dengan adanya semangat serta dukungan dari orang-orang terakung, penulis akhirnya dapat menyelesaikan studi ini dengan baik. Proses ini menjadi bukti bahwa setiap usaha sekecil apa pun, akan membawa penulis sampai pada titik ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

DAMPAK SPENDING HABITS TERHADAP KONDISI KEUANGAN GENERASI Z DI KALIMANTAN BARAT

Oleh:

Mutia Khairunnisa

Jurusan Akuntansi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Tanjungpura

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *spending habits* Generasi Z serta dampaknya terhadap kondisi keuangan pribadi di Provinsi Kalimantan Barat pada era digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui wawancara mendalam terhadap 9 informan yang dipilih dengan *purposive sampling*. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola belanja didominasi oleh pengeluaran rutin seperti makanan dan transportasi, serta pengeluaran gaya hidup seperti pakaian dan perawatan diri. Motivasi belanja dipengaruhi oleh kebutuhan, emosional, pengaruh sosial, serta media digital. Penggunaan *e-wallet* mempermudah transaksi, namun dapat meningkatkan pengeluaran karena berkurangnya kontrol. Kemampuan pengelolaan keuangan antar informan bervariasi, sehingga kondisi keuangan setiap informan berbeda, dari stabil hingga rentan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa *spending habits* Generasi Z dipengaruhi oleh aspek internal dan eksternal yang berdampak langsung pada kondisi keuangan pribadi.

Kata kunci: *spending habits*, Generasi Z, kondisi keuangan, perilaku konsumsi, literasi keuangan

THE IMPACT OF SPENDING HABITS ON THE FINANCIAL CONDITION OF GENERATION Z IN WEST KALIMANTAN

By:

Mutia Khairunnisa

Department of Accounting

Faculty of Economics and Business

Tanjungpura University

ABSTRACT

This study aims to analyze the spending habits of Generation Z and their impact on personal financial conditions in West Kalimantan Province in the digital era. This study used a descriptive qualitative approach through in-depth interviews with nine informants selected using purposive sampling. Data analysis used the Miles and Huberman model. The results show that spending patterns are dominated by routine expenses such as food and transportation, as well as lifestyle expenses such as clothing and personal care. Shopping motivation is influenced by needs, emotional factors, social influences, and digital media. The use of e-wallets facilitates transactions but can increase spending due to reduced control. Financial management skills among informants vary, resulting in different financial conditions, ranging from stable to vulnerable. This study concludes that Generation Z spending habits are influenced by internal and external factors that directly impact personal financial conditions. ***Keywords:*** *spending habits, Generation Z, financial condition, consumption behavior, financial literacy*

RINGKASAN

DAMPAK SPENDING HABITS TERHADAP KONDISI KEUANGAN GENERASI Z DI KALIMANTAN BARAT

1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah membawa perubahan signifikan dalam pola konsumsi masyarakat. Kehadiran internet, media sosial, dan *e-commerce* mempermudah akses terhadap berbagai produk dan layanan, sehingga aktivitas belanja menjadi lebih cepat dan praktis. Perubahan ini sangat memengaruhi Generasi Z yang memiliki keterikatan tinggi terhadap teknologi digital.

Sebagai generasi yang tumbuh di era digital, Generasi Z cenderung aktif dalam aktivitas konsumsi melalui media sosial dan platform *e-commerce*. Paparan konten digital seperti promosi, ulasan produk, dan tren yang viral turut memengaruhi keputusan belanja, sehingga konsumsi tidak hanya didasarkan pada kebutuhan, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor emosional dan sosial.

Selain itu, penggunaan layanan keuangan digital seperti *e-wallet* memberikan kemudahan dalam bertransaksi, namun juga berpotensi mengurangi kontrol terhadap pengeluaran. Di sisi lain, kemampuan pengelolaan keuangan Generasi Z masih beragam, di mana sebagian telah memiliki perencanaan keuangan, sementara sebagian lainnya masih bersifat spontan.

Oleh karena itu, penting untuk mengkaji *spending habits* Generasi Z serta dampaknya terhadap kondisi keuangan pribadi, khususnya di Provinsi Kalimantan Barat, agar dapat memberikan pemahaman mengenai perilaku konsumsi dan pengelolaan keuangan di era digital.

2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana bentuk *spending habits* Generasi Z di Provinsi Kalimantan Barat?

2. Apa yang memengaruhi *spending habits* Generasi Z?
3. Bagaimana *spending habits* berdampak terhadap kondisi keuangan Generasi Z?

3. Tujuan Penelitian

1. Mendeskripsikan bentuk *spending habits* Generasi Z di Provinsi Kalimantan Barat.
2. Mengidentifikasi hambatan dan pendorong yang memengaruhi *spending habits* Generasi Z.
3. Untuk menganalisis dampak *spending habits* terhadap kondisi keuangan Generasi Z.

4. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan ini dipilih untuk memahami secara mendalam fenomena perilaku konsumsi Generasi Z dalam konteks kehidupan sehari-hari, sehingga dapat menggambarkan pengalaman, persepsi, dan kebiasaan informan secara lebih komprehensif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam terhadap 9 informan yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu individu yang termasuk dalam kategori Generasi Z, telah memiliki penghasilan sendiri, serta aktif dalam melakukan aktivitas konsumsi.

Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan model analisis data Miles dan Huberman yang terdiri dari tiga tahapan utama, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Proses reduksi data dilakukan dengan menyaring dan memilih informasi yang relevan dengan fokus penelitian, sedangkan penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi deskriptif untuk memudahkan pemahaman terhadap temuan penelitian. Selanjutnya, penarikan kesimpulan dilakukan secara bertahap berdasarkan pola-pola yang ditemukan dalam data. Seluruh proses analisis dilakukan secara sistematis dan berkelanjutan untuk menghasilkan pemahaman yang mendalam mengenai pola perilaku belanja dan pengelolaan keuangan informan.

5. Hasil dan Pembahasan

1. Hasil Penelitian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *spending habits* Generasi Z didominasi oleh pengeluaran rutin seperti makanan dan transportasi. Selain itu, terdapat pula pengeluaran tambahan yang berkaitan dengan gaya hidup, seperti pembelian pakaian, produk perawatan diri, dan hiburan. Pola belanja ini menunjukkan bahwa kebutuhan sehari-hari tetap menjadi prioritas utama, namun keinginan untuk memenuhi gaya hidup juga cukup dominan.

Motivasi belanja informan tidak hanya didasarkan pada kebutuhan, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor emosional, seperti keinginan untuk merasa senang atau mengurangi stres. Selain itu, pengaruh sosial dari teman, keluarga, serta tren yang berkembang di media sosial turut memengaruhi keputusan pembelian. Paparan konten digital, seperti promosi dan ulasan produk, juga berperan dalam mendorong minat belanja.

Penggunaan layanan keuangan digital, seperti *e-wallet*, memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi. Namun, pada sebagian informan, kemudahan tersebut justru menyebabkan peningkatan pengeluaran karena berkurangnya kontrol terhadap penggunaan uang.

Dalam hal pengelolaan keuangan, terdapat perbedaan kemampuan antar informan. Sebagian informan telah menerapkan perencanaan keuangan sederhana, seperti membatasi pengeluaran atau menyisihkan sebagian pendapatan untuk tabungan. Sementara itu, sebagian lainnya masih belum memiliki pengelolaan keuangan yang terstruktur dan cenderung melakukan pengeluaran secara spontan.

2. Pembahasan

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan akses teknologi digital memiliki peran penting dalam membentuk pola konsumsi Generasi Z. Keberadaan *e-commerce* dan media sosial tidak hanya mempermudah proses pembelian, tetapi juga mendorong perubahan konsumsi dari yang semula berbasis kebutuhan menjadi lebih dipengaruhi oleh keinginan dan tren.

Selain itu, pengaruh lingkungan sosial memperkuat kecenderungan konsumtif, terutama ketika individu berusaha menyesuaikan diri dengan kelompoknya. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan belanja Generasi Z tidak terlepas dari interaksi sosial yang mereka jalani sehari-hari.

Kemudahan transaksi melalui layanan keuangan digital juga menjadi faktor yang signifikan. Meskipun memberikan efisiensi, penggunaan sistem pembayaran non-tunai dapat mengurangi kesadaran individu terhadap jumlah pengeluaran, sehingga berpotensi meningkatkan perilaku konsumtif.

Di sisi lain, perbedaan kemampuan dalam mengelola keuangan menunjukkan bahwa literasi keuangan masih menjadi faktor penting dalam menentukan kondisi keuangan individu. Informan yang memiliki perencanaan keuangan cenderung memiliki kondisi keuangan yang lebih stabil, sedangkan informan yang tidak memiliki perencanaan cenderung lebih rentan secara finansial.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan bahwa *spending habits* Generasi Z dipengaruhi oleh interaksi antara aspek internal, seperti kontrol diri dan motivasi, serta aspek eksternal, seperti lingkungan sosial dan perkembangan teknologi digital. Hal ini menunjukkan pentingnya peningkatan literasi keuangan agar Generasi Z mampu mengelola keuangan secara lebih bijak di tengah kemudahan akses digital.

6. Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *spending habits* Generasi Z didominasi oleh pengeluaran rutin, terutama untuk kebutuhan sehari-hari seperti makanan dan transportasi. Selain itu, terdapat pula pengeluaran untuk kebutuhan gaya hidup seperti pakaian, perawatan diri, dan hiburan. Perilaku belanja Generasi Z tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan, tetapi juga oleh emosional, lingkungan sosial, serta paparan media digital yang terus menerus.

Penggunaan layanan keuangan digital seperti *e-wallet* memberikan kemudahan dalam bertransaksi, namun pada sebagian informan justru mendorong peningkatan pengeluaran karena berkurangnya kontrol terhadap penggunaan uang. Dalam hal pengelolaan keuangan, terdapat perbedaan kemampuan antar informan, di mana sebagian telah menerapkan perencanaan keuangan secara sederhana, sementara sebagian lainnya masih bersifat spontan dan belum terstruktur.

Kondisi keuangan informan menunjukkan variasi yang cukup beragam, mulai dari yang relatif stabil hingga yang cenderung rentan. Hal ini dipengaruhi oleh kemampuan individu dalam mengelola pendapatan dan mengendalikan pengeluaran. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *spending habits* Generasi Z dipengaruhi oleh aspek internal dan eksternal yang secara langsung berdampak terhadap kondisi keuangan pribadi. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan literasi keuangan serta kesadaran dalam mengelola keuangan secara bijak agar tercapai kestabilan finansial di era digital.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT ..... **i**

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI DAN KOMPREHENSIF UJIAN PERTAMA ..... **ii**

UCAPAN TERIMA KASIH ..... **iii**

ABSTRAK ..... **vi**

ABSTRACT ..... **vii**

RINGKASAN ..... **viii**

DAFTAR ISI ..... **xiii**

DAFTAR DAFTAR TABEL ..... **xvi**

DAFTAR GAMBAR ..... **xvii**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xviii**

BAB I PENDAHULUAN **1**

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Rumusan Masalah 4

1.3 Tujuan Penelitian 5

1.4 Manfaat Penelitian 5

BAB II TELAAH PUSTAKA **7**

2.1 Landasan Teori 8

2.1.1 Teori Perilaku Konsumen 9

2.1.2 Teori Perilaku Terencana 9

2.1.3 Konsep Literasi Keuangan dan Kondisi Keuangan Pribadi 10
2.1.4 Hubungan Antar Aspek Penelitian..... 12
2.1.5 Hubungan Antar Aspek Penelitian..... 13
2.2 Tinjauan Empiris..... 13
2.3 Kerangka Konseptual..... 15
BAB III METODOLOGI PENELITIAN 17
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian 17
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian 18
3.3 Subjek/Informan Penelitian 18
3.4 Fokus Penelitian dan Definisi Operasional..... 20
3.5 Jenis dan Sumber Data..... 24
3.6 Teknik Pengumpulan Data..... 24
3.7 Teknik Analisis Data..... 25
3.8 Uji Keabsahan Data 25
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN..... 26
4.1 Gambaran Umum Informan..... 26
4.2 Proses Analisis Data 27
4.3 Temuan Penelitian..... 28
4.3.1 Pola Belanja 29
4.3.2 Motivasi belanja..... 31
4.3.3 Pengaruh Sosial Terhadap Perilaku Belanja 34

4.3.4 Pengaruh Media Digital Terhadap Perilaku Belanja 36
4.3.5 Layanan Keuangan Digital 38
4.3.6 Pengelolaan Keuangan 41
4.3.7 Kondisi Keuangan Pribadi 43
4.3.8 Refleksi dan Perubahan Perilaku Keuangan 45
4.4 Pembahasan Temuan 47
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 51
5.1 Kesimpulan 51
5.2 Implikasi Penelitian 52
5.3 Keterbatasan Penelitian 52
5.4 Saran 53
DAFTAR PUSTAKA 54
LAMPIRAN 58

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional Spending Habits 21

Tabel 3.2 Definisi Operasional Kondisi Keuangan Pribadi 23

Tabel 4.1 Karakteristik Informan 27

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Aktivitas Belanja Online Mingguan 1

Gambar 1.2 Pembelian Barang/Jasa Pemuda Indonesia 2

Gambar 1.3 Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Tahun 2022 3

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual 16

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pertanyaan Wawancara 58

Lampiran 2. Hasil Wawancara 61

Informan 1, MM, 25 Tahun, Bendahara BUMDES 61

Informan 2, M, 27 Tahun, Admin CV.BORNEOFOOD INDOTAMA 66

Informan 3, Y, 25 tahun, Barista 71

Informan 4, JPS, 25 Tahun, Kasir Toko Frozen Food 76

Informan 5, PY, 22 Tahun, Tenaga Kontrak Dinas Perumahan Rakyat dan Kawasan Permukiman Kota Pontianak 81

Informan 6, AD, 24 Tahun, Pegawai Koperasi Kantor Pemerintahan 86

Informan 7, AN, 27 Tahun, Pegawai Honorer Pemerintahan 92

Informan 8, NP, 23 Tahun, Ojek Online 97

Informan 9, RY, 25 Tahun, ASN 103

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era digital dicirikan oleh perkembangan pesat dalam teknologi informasi. Kemudahan dalam berbagai aspek kehidupan, ditambah dengan akses cepat terhadap informasi serta komunikasi instan, telah mengubah pola interaksi dan cara masyarakat memperoleh pengetahuan (Mashis et al., 2023).

Para ahli di Amerika mengkategorikan Generasi Z mencakup individu kelahiran antara tahun 1996 hingga 2010. Salah satu karakteristik paling menonjol dari Generasi Z adalah ketertarikan yang erat dengan teknologi, penggunaan gawai, serta kebiasaan mencari informasi secara bebas dan acak (Yuli, 2021).

Menurut aporan Meltwater & We Are Social (2024), menunjukkan bahwa lebih dari 59% pengguna internet di Indonesia aktif berbelanja daring setiap minggu, seiring meningkatnya kemudahan akses teknologi dan platform *e-commerce.* Tren ini menegaskan bahwa digitalisasi telah membentuk pola konsumsi masyarakat, khususnya Generasi Z yang sangat adaptif terhadap perkembangan teknologi



Gambar 1.1 Aktivitas Belanja Online Mingguan

Sumber: We Are Social & Meltwater, Digital 2024 Indonesia Reports, hal.95 (2024)

Fakta ini menunjukkan bahwa perilaku belanja Generasi Z tidak dapat dipisahkan dari peran teknologi digital, yang kini telah menyatu dalam berbagai aspek kehidupan sehari-hari. Kehadiran teknologi digital telah membentuk Generasi Z lebih responsif terhadap tren dan inovasi digital.

Kondisi ini diperkuat oleh data Statistik Pemuda Indonesia yang diterbitkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2024.

Lanjutan Tabel 3.9

Karakteristik	Pembelian Barang/Jasa
(1)	(6)
Total	**34,40**
Jenis Kelamin	
Laki-Laki	27,87
Perempuan	41,11
Kelompok Umur	
16–18 Tahun	26,99
19–24 Tahun	36,38
25–30 Tahun	36,35
Status Disabilitas	
Nondisabilitas	34,46
Disabilitas	20,90
Distribusi Pengeluaran	
20% Teratas	50,39
40% Menengah	34,78
40% Terbawah	24,06
Klasifikasi Desa	
Perkotaan	39,40
Perdesaan	26,23

Gambar 1.2 Pembelian Barang/Jasa Pemuda Indonesia

Sumber: Badan Pusat Statistik, Statistik Pemuda Indonesia 2024, Tabel 3.9, hal. 75

Aktivitas konsumsi Generasi Z cenderung dipengaruhi oleh gaya hidup, tren digital, serta penggunaan layanan keuangan berbasis teknologi yang berdampak pada pengelolaan keuangan jangka panjang. Kondisi ini juga terlihat di Kalimantan Barat, khususnya di wilayah perkotaan seperti Pontianak, seiring meningkatnya penggunaan *e-commerce* dan media sosial di kalangan generasi muda, yang menandakan perubahan pola konsumsi dan menarik untuk dikaji dari sisi pengelolaan keuangan pribadi.

Kemudahan akses layanan keuangan digital belum sepenuhnya diimbangi dengan kemampuan pengelolaan keuangan yang memadai, tercermin dari Survei Nasional

OJK (2022) yang mencatat literasi keuangan sebesar 49,68% masih tertinggal jauh dibandingkan inklusi keuangan yang mencapai 85,10%. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara kemampuan masyarakat dalam mengakses layanan keuangan dengan kemampuan memahami dan mengelola keuangan secara efektif. Tingginya tingkat inklusi keuangan mengindikasikan bahwa masyarakat semakin mudah memanfaatkan berbagai layanan keuangan, seperti mobile banking, dompet digital, QRIS, dan layanan pembayaran digital lainnya. Namun, tingkat literasi keuangan yang masih relatif rendah menunjukkan bahwa tidak seluruh pengguna memiliki pemahaman yang memadai mengenai pengelolaan keuangan, perencanaan keuangan, pengendalian pengeluaran, maupun risiko penggunaan produk keuangan. Bagi Generasi Z yang tumbuh di tengah perkembangan teknologi digital, kondisi ini menjadi penting untuk diperhatikan karena dapat memengaruhi kebiasaan konsumsi serta kondisi keuangan pribadi mereka di masa depan.

Kesenjangan ini mengindikasikan bahwa meskipun sebagian besar masyarakat, termasuk Generasi Z, telah memiliki akses terhadap layanan keuangan digital, pemahaman dalam mengelola keuangan secara bijak masih terbatas, sehingga mendorong potensi perilaku konsumtif dan pengeluaran yang tidak terkontrol di kalangan generasi muda.

Perbandingan Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Tahun 2019 dan 2022

Indeks	2019	2022
Literasi	38,03%	49,68%
Inklusi	76,19%	85,10%
Gap	38,16%	35,42%

Gambar 1.3 Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Tahun 2022

Sumber: OJK, Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (2022)

Individu dengan kemampuan tingkat *self-control* yang baik cenderung mampu mempertimbangkan keputusan pembelian secara rasional dan menghindari perilaku konsumtif yang bersifat impulsif sehingga dapat menjaga keseimbangan antara kebutuhan dan keinginan dalam pengelolaan keuangan pribadi (Ramanda, 2024). Sebaliknya, rendahnya pemahaman terhadap prinsip perilaku keuangan dapat memicu perilaku konsumtif akibat kurangnya tanggung jawab dalam pengelolaan keuangan (Akbar & Armansyah, 2023).

Penelitian internasional menunjukkan bahwa kebiasaan belanja generasi muda dipengaruhi oleh keterkaitan aspek ekonomi, sosial, maupun psikologis, seperti pengaruh teman sebaya, peran orang tua, dan tingkat literasi kuangan yang terbukti berhubungan signifikan dengan perilaku konsumsi remaja (Chavali, 2020). Kondisi serupa juga terjadi di Indonesia, dimana perbandingan sosial, tanggapan lingkungan, serta lemahnya konsep diri dan pengendalian diri dapat mendorong individu melakukan perilaku konsumtif sebagai upaya memperoleh penerimaan dan pengakuan sosial (Nurhaini, 2018).

Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan membeli barang berdasarkan dorongan keinginan dan kepuasan pribadi, bukan kebutuhan rasional, sehingga mematahkan keinginan di atas kebutuhan (Fransisca & Erdiansyah, 2020).

Perilaku konsumtif Generasi Z dipengaruhi oleh interaksi aspek eksternal seperti iklan digital, promosi *e-commerce*, tren media sosial, serta kemudahan layanan *buy now pay later* (BNPL), sementara aspek internal seperti literasi keuangan dan gaya hidup. Interaksi tersebut membentuk *spending habits* yang berdampak pada kondisi keuangan jangka panjang, termasuk kecenderungan berutang dan rendahnya kesiapan dana darurat sehingga relevan di analisis melalui pendekatan perilaku konsumen.

Meskipun penelitian terkait perilaku konsumtif dan literasi keuangan telah banyak dilakukan, kajian yang menelaah proses terbentuknya spending habits serta dampaknya terhadap kondisi keuangan Generasi Z secara kontekstual masih terbatas, khususnya di

Kalimantan Barat. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan mengisi kesenjangan tersebut dengan mengkaji hubungan kebiasaan belanja dan kondisi keuangan pribadi di era digital.

1.2 Rumusan Masalah

Merujuk pada penjabaran latar belakang sebelumnya, rumusan masalah dalam penelitan ini disusun sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk *spending habits* Generasi Z di Provinsi Kalimantan Barat?
2. Apa yang memengaruhi *spending habits* Generasi Z?
3. Bagaimana *spending habits* berdampak terhadap kondisi keuangan Generasi Z?

1.3 Tujuan Penelitian

Bagian ini menjelaskan sasaran yang hendak dicapai melalui penelitian ini. Secara garis besar, studi ini dimaksudkan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai permasalahan yang dikaji serta memberikan arah yang jelas bagi pelaksanaan penelitian selanjutnya. Adapun tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan bentuk *spending habits* Generasi Z di Provinsi Kalimantan Barat.
2. Mengidentifikasi hambatan dan pendorong yang memengaruhi *spending habits* Generasi Z.
3. Untuk menganalisis dampak *spending habits* terhadap kondisi keuangan Generasi Z.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoretis dengan memperkaya kajian perilaku keuangan Generasi Z, khususnya terkait *spending habits* dan kondisi keuangan pribadi dalam konteks digital. Secara praktis, penelitian ini diharapkan

memberikan gambaran nyata mengenai pola pengelolaan keuangan generasi muda serta menjadi bahan pertimbangan bagi lembaga pendidikan, lembaga keuangan, komunitas finansial, dan Generasi Z dalam mengelola keuangan secara lebih bijak di era digital. Adapun manfaat penelitian ini dijabarkan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis

a. Penelitian ini diharapkan memperkaya kajian literatur perilaku konsumen, khususnya terkait kebiasaan belanja dan perilaku keuangan Generasi Z di era digital, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

b. Hasil penelitian ini diharapkan memperluas pemahaman mengenai faktor psikologis dan sosial, seperti gaya hidup digital, literasi keuangan, dan pengaruh lingkungan, dalam membentuk keputusan keuangan generasi muda.

c. Temuan penelitian ini berpotensi menjadi dasar bagi studi lanjutan, termasuk penelitian komparatif tentang perilaku keuangan generasi muda dalam berbagai konteks wilayah atau budaya.

2. Manfaat Praktis

a. Penelitian ini diharapkan meningkatkan kesadaran Generasi Z akan pentingnya pengelolaan keuangan pribadi yang bijak di tengah dinamika konsumsi digital.
b. Hasil penelitian dapat menjadi masukan bagi lembaga pendidikan dan komunitas finansial dalam merancang program literasi keuangan yang sesuai dengan karakteristik Generasi Z.
c. Penelitian ini juga diharapkan menjadi referensi bagi pelaku industri digital dan lembaga keuangan dalam menyusun strategi edukasi dan layanan finansial yang bertanggung jawab serta berorientasi pada kesejahteraan generasi muda.