



Analisa Pengaruh Literasi Keuangan Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Pengelolaan Keuangan Generasi-Z

Lina Ayu Safitri ^{a,1,*}, Chriswardana Bayu Dewa ^{b,2}

^{a, b} Universitas Bina Sarana Informatika, Jl. Ringroad Barat, Ambarketawang, Yogyakarta 55184

¹ lina.las@bsi.ac.id; ² chriswardana.chb@bsi.ac.id

INFO ARTIKEL

Sejarah artikel

Dikirim : 21-10-2022
Diperbaiki : 25-11-2022
Diterima : 25-11-2022

Kata Kunci

Literasi Keuangan
Media Sosial
Pengelolaan Keuangan
Generasi Z
Perilaku Keuangan

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mengenai pengaruh literasi keuangan melalui media sosial terhadap perilaku pengelolaan keuangan generasi Z. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Data diperoleh dari data primer yang dikumpulkan melalui pendistribusian kuesioner kepada responden. Pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi berganda dibantu dengan program SPSS. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan dengan uji statistik, diperoleh hasil bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan generasi Z dan penggunaan media sosial instagram berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan generasi Z.

Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi CC-BY.

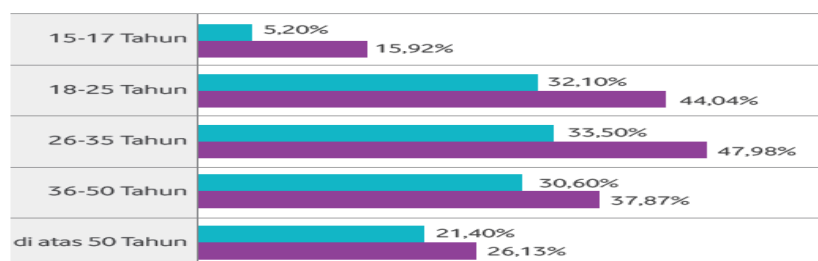


1. Pendahuluan

Dengan berkembang pesatnya produk dan jasa keuangan baik legal dan ilegal dewasa ini, edukasi dalam meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai keuangan sangat diperlukan. Edukasi di bidang keuangan kepada masyarakat Indonesia merupakan salah satu misi literasi keuangan yang telah ditetapkan oleh OJK (Otoritas Jasa Keuangan) agar masyarakat Indonesia dapat mengelola keuangan dengan baik dan mampu memilih dan memanfaatkan produk dan jasa keuangan untuk meningkatkan kesejahteraan mereka. OJK melakukan Survey Nasional Literasi dan Inklusi keuangan pada tahun 2019 dan menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia sebesar 38,03% dan indeks inklusi keuangan sebesar 76,19% (OJK, 2021). Hal ini menunjukkan bahwa secara umum masyarakat Indonesia belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai karakteristik berbagai produk dan layanan jasa keuangan yang ditawarkan oleh lembaga jasa keuangan formal.

Literasi keuangan diperlukan oleh masyarakat sebagai keterampilan untuk pemberdayaan diri, meningkatkan kesejahteraan, sebagai perlindungan konsumen dan untuk meningkatkan inklusi keuangan (OJK, 2021). Dalam menghadapi persaingan global di era MEA, masyarakat Indonesia harus mampu mempersiapkan diri dengan baik, salah satunya dengan mengontrol keuangan perusahaan.

Berikut ini merupakan perbandingan data literasi keuangan berdasarkan kategori usia di Indonesia pada tahun 2016 dan 2019.



Sumber : OJK, 2021.

Gambar 1. Presentase Literasi Keuangan Berdasarkan Usia

Menurut gambar diatas kategori usia pada literasi keuangan tahun 2019 memiliki pola yang sama dengan tahun 2016, dengan kategori usia 26 - 35 tahun memiliki presentase literasi keuangan paling tinggi yaitu 47,98%, kelompok usia tertinggi berikutnya yaitu kategori usia 18-25 tahun (44,04%), 36-50 tahun (37,87%), dan diatas 50 tahun (26,13%). Hal tersebut berarti kelompok usia yang memiliki literasi keuangan yang tinggi adalah kelompok usia antara 18 sampai dengan 35 tahun, dimana kelompok usia tersebut dapat disebut juga dengan generasi Z dan generasi milenial.

Menurut laporan statistika dalam (Annur, 2021) mengenai pengguna media sosial di Indonesia berdasarkan umur dan *gender*, mencatat bahwa pengguna media sosial di Indonesia pada tahun 2020 paling aktif berada pada *range* usia 18 sampai dengan 34 tahun, dimana pengguna laki-laki sebanyak 36,7% dan perempuan sebanyak 30,3%. Di Indonesia media sosial memiliki peran dalam meningkatkan literasi keuangan. Salah satu media sosial yang memiliki konten mengenai edukasi keuangan adalah instagram. Banyak akun instagram seperti @jouska_id, ternakuang.id, finansialku.com, d.l.l, memberikan pemahaman mengenai literasi keuangan dengan konten yang menarik dan mudah dipahami bagi generasi muda, sehingga dapat memberikan pengaruh pada pengelolaan keuangan generasi Z.

2. Tinjauan Pustaka

Menurut Lusardi dalam (Kusumawati & Dewi, 2020) literasi keuangan merupakan cara membuat keuangan individu meningkat dengan memahami informasi mengenai produk dan konsep keuangan. Literasi keuangan meliputi kemampuan untuk menentukan pilihan keuangan, melakukan pembahasan uang dan problematika keuangan tanpa merasa tidak nyaman, serta mampu merencanakan masa depan keuangan (Novi Yushita Amanita, 2017)

Literasi keuangan memiliki manfaat untuk memberikan peningkatan kualitas pelayanan keuangan dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi dan pembangunan suatu negara. Jika kompleksitas ekonomi, kebutuhan individu dan produk keuangan meningkat, maka masyarakat memerlukan literasi keuangan agar dapat mengatur keuangannya. Menurut (Aribawa, 2016), Tingkat literasi keuangan jika dilihat dari sisi individu atau keluarga berdampak terhadap kemampuan dalam memiliki tabungan jangka panjang yang dapat dimanfaatkan untuk memperoleh aset, kemampuan untuk memenuhi pendidikan tinggi dan dana pensiun atau dana hari tua.

Chen dan Volpe dalam (Novi Yushita Amanita, 2017) mengemukakan beberapa dimensi literasi keuangan yaitu pengetahuan umum mengenai keuangan, tabungan dan pinjaman, asuransi dan investasi. Dimensi pertama yaitu pengetahuan tentang keuangan meliputi keuangan pribadi juga, yaitu mengatur antara pendapatan dan pengeluaran, mengetahui konsep dasar keuangan seperti cara menghitung tingkat bunga sederhana, bunga majemuk, inflasi, likuiditas sebuah aset, nilai waktu uang, *opportunity cost* dan lain sebagainya (Cummins M., Haskel J. H., 2009).

Dimensi kedua tabungan dan pinjaman, dimana definisi tabungan menurut (Cummins M., Haskel J. H., 2009) merupakan dana lebih yang diperoleh dari sebagian dana pendapatan yang sengaja disisihkan. Terdapat 6 faktor pertimbangan dalam memilih tabungan, yaitu : tingkat pengembalian, inflasi, pertimbangan pajak, likuiditas, keamanan dan *fee*. Dimensi ketiga adalah asuransi dengan definisi menurut (Cummins M., Haskel J. H., 2009) yaitu suatu alat yang digunakan untuk meringankan resiko keuangan dengan mengumpulkan unit-unit eksposur dalam jumlah yang proporsional untuk memudahkan memperkirakan kerugian individu, lalu kemudian kerugian yang diperkirakan tersebut dipikul secara merata oleh nasabah-nasabah yang tergabung dalam asuransi tersebut.

Dimensi keempat yaitu investasi. Investasi merupakan aktivitas menempatkan atau menyimpan uang agar uang tersebut dapat bekerja untuk menghasilkan uang lagi (Cummins M., Haskel J. H., 2009). Investasi yang sering dilakukan orang adalah dengan menukar uang dengan saham, obligasi, reksa dana, emas, tanah dan aset lainnya yang memiliki nilai tukar lebih di masa depan.

Media sosial merupakan kegiatan ekonomi yang berkelanjutan secara urutan waktu, dan berinteraksi secara terus menerus, dalam aspek humanis dan sosiologis. Media sosial merupakan kekuatan yang potensial dan merupakan bagian dari pemasaran dalam penyebaran informasi secara menyeluruh (Reuben, 2008). (Perry & Morris, 2005), dalam teori yang mereka kemukakan yaitu *uses and gratifications* mengatakan seseorang memperoleh kepuasan tertinggi dalam memanfaatkan media sosial. Hal tersebut didukung oleh beberapa penelitian tentang pemanfaat media sosial seperti Facebook (Krause et al., 2014), WeChat (Gan & Li, 2018), dan media sosial (Dolan et al., 2016)

Menurut (Cahyani, 2022) pengelolaan keuangan pribadi merupakan seni dan ilmu dalam mengatur uang dari individu atau keluarga. Keuangan pribadi memiliki empat ranah menurut (Warsono, 2010), yaitu penggunaan dana (pengalokasian dana berdasarkan prioritas), penentuan sumber dana (mencari sumber pemasukan keuangan untuk dikelola), manajemen resiko (pengelolaan mengenai kemungkinan resiko yang dihadapi, seperti sakit, kecelakaan, pemutusan hubungan kerja dan lain sebagainya) dan perencanaan masa depan (menganalisa kebutuhan pada masa yang akan datang, sehingga dapat disiapkan investasi dari sekarang).

Menurut (Novi Yushita Amanita, 2017), pengelolaan keuangan pribadi ditentukan oleh pengetahuan yang dimiliki oleh setiap pribadi. Kemampuan seseorang untuk mengatur

keuangan dapat menjadi salah satu aspek utama dalam menggapai kesuksesan hidup, sehingga informasi mengenai cara mengatur keuangan yang baik dan benar adalah hal penting bagi masyarakat, terutama individu (Cummins M., Haskel J. H., 2009). Menurut (Perry & Morris, 2005) pengelolaan keuangan yang baik dapat diukur dari lima faktor, yaitu kemampuan dalam mengeluarkan uang seperlunya, membayar kewajiban periodik secara tepat waktu, merencanakan keuangan untuk masa depan, menabung dan mampu menyisihkan uang untuk keluarga dan diri sendiri.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif yang data penelitian diperoleh dari sumber data primer berupa pengumpulan data kuisisioner dari para responden. Kuisisioner diberikan kepada responden untuk memberikan jawaban atas pertanyaan yang sudah disediakan. Dalam penelitian ini akan menguji hipotesis mengenai Pengaruh Literasi Keuangan Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Pengelolaan Keuangan Generasi – Z.

Penelitian dilakukan pada generasi Z karena berdasarkan data dari (OJK, 2021) didapatkan hasil berdasarkan kategori usia pada literasi keuangan kelompok usia yang memiliki literasi keuangan yang tinggi adalah kelompok usia antara 18 sampai dengan 35 tahun, dimana kelompok usia tersebut dapat disebut juga dengan generasi Z dan generasi milenial. Variabel dalam penelitian ini meliputi variable dependen / variable terikatnya (Y) berupa pengelolaan keuangan dan variable independennya / variable bebasnya adalah literasi keuangan dan media social.

4. Hasil dan Pembahasan

Responden dalam penelitian ini adalah generasi Z yang berada di daerah Yogyakarta yang menggunakan media social berupa Instagram. Alat analisis data menggunakan program SPSS.

Dari hasil Uji Statistik diperoleh data sebagai berikut :

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menunjukkan tingkat keandalan suatu alat ukur / item sebuah pernyataan. Dalam penelitian ini hasil uji validitas sebagai berikut :

Tabel 1
Hasil Validitas

Variabel	Indikator	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
Literasi Keuangan (LTK)	LTK1	0,707	0,279	Valid
	LTK2	0,779	0,279	Valid
	LTK3	0,750	0,279	Valid
	LTK4	0,813	0,279	Valid
	LTK5	0,853	0,279	Valid
	LTK6	0,779	0,279	Valid
Media Sosial (PMS)	PMS1	0,774	0,279	Valid
	PMS2	0,793	0,279	Valid
	PMS3	0,846	0,279	Valid
	PMS4	0,793	0,279	Valid
	PMS5	0,871	0,279	Valid
Pengelolaan Keuangan (PKE)	PKE1	0,844	0,279	Valid
	PKE2	0,633	0,279	Valid
	PKE3	0,739	0,279	Valid
	PKE4	0,713	0,279	Valid
	PKE5	0,802	0,279	Valid

Sumber : Output SPSS 26, 2022

Berdasarkan table diatas diketahui bahwa tiap item pernyataan memiliki nilai R_{hitung} lebih besar dari R_{tabel} dengan standart sebesar 0,279 . Sehingga berdasarkan kondisi tersebut menunjukkan bahwa setiap pernyataan dalam penelitian ini valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 2
Uji Reliabilitas

Variabel	Indikator	Cronbach's Alpha	Keterangan
Literasi Keuangan (LTK)	LTK1	.862	Reliabel
	LTK2	.848	Reliabel
	LTK3	.854	Reliabel
	LTK4	.848	Reliabel
	LTK5	.831	Reliabel
	LTK6	.848	Reliabel
Media Sosial (PMS)	PMS1	.866	Reliabel
	PMS2	.848	Reliabel
	PMS3	.832	Reliabel
	PMS4	.848	Reliabel
	PMS5	.822	Reliabel
Pengelolaan Keuangan (PKE)	PKE1	.703	Reliabel
	PKE2	.813	Reliabel
	PKE3	.767	Reliabel
	PKE4	.762	Reliabel
	PKE5	.724	Reliabel

Sumber : Output SPSS 26, 2022

Berdasarkan table diatas menunjukkan bahwa semua variable dinyatakan reliabel karena menunjukkan nilai Cronbanch's Alpha diatas 0,6.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) ini digunakan untuk mengukur sejauh mana model yang digunakan dapat menerangkan variable dependennya. Nilai koefisien determinasi ini berada antara nol dan satu. Dimana jika semakin kecil nilai dari hasil R^2 akan menunjukkan kemampuan dari variable – variable independent yang digunakan dapat menjelaskan variasi variable dependennya dengan terbatas. Dan jika nilai R^2 mendekati angka satu maka variable – variable dari independennya akan menunjukkan semua informasi yang diperlukan dalam memprediksi variable dependennya.

Tabel 3
Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.655 ^a	.428	.404	2.111

Sumber : Output SPSS 26, 2022

Dari hasil diatas diperoleh nilai R^2 (R square) sebesar 0,428 yang menunjukkan bahwa variable pengelolaan keuangan dapat dijelaskan oleh literasi keuangan dan penggunaan media social. Berdasarkan hasil tabel diatas diperoleh nilai R^2 (R square) yang dapat menjelaskan pada variable literasi keuangan (X_1), penggunaan media social (X_2), pengelolaan keuangan (Y) hanya sebesar 0,428 atau 42,8 % sedangkan sisanya sebesar 57,2% dijelaskan oleh variable lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Variabel lain itu bisa seperti tingkat pendidikan dan pengalaman dibidang keuangan.

Hal ini menunjukkan jika pengaruh determinan variable independent (X) terhadap variable dependen (Y) sebesar 57,2% dijelaskan oleh variable lain yang tidak diteliti dalam peneltian ini.

Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan melalui media sosial Instagram terhadap pengelolaan keuangan generasi – Z secara simultan diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4
Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.532	2.589		2.136	.038
Literasi Keuangan	.225	.103	.283	2.190	.034
Media Sosial	.444	.124	.461	3.567	.001

Sumber : Output SPSS 26, 2022

Berdasarkan tabel diatas diperoleh persamaan regresi pengaruh literasi keuangan melalui media social Instagram terhadap pengelolaan keuangan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana, a = konstanta, b_1X_1 adalah koefisien variable X_1 , b_2X_2 adalah koefisien variable X_2 dan e adalah variable lain diluar model regresi.

Persamaan regresinya $Y = 5,532 + 0,225 X_1 + 0,444 X_2 + e$

Berdasarkan persamaan regresi linier berganda tersebut menggambarkan bahwa :

1. Dapat dilihat bahwa nilai konstanta mempunyai regresi sebesar 5,532 menunjukkan jika variable literasi keuangan (X_1) dan media sosial (X_2) nilainya tetap maka pengelolaan keuangan (Y) nilainya 5,532.
2. Koefisien regresi variable literasi keuangan (X_1) mempunyai nilai koefisien 0,225 atau 22,5%, artinya jika media social (X_2) nilainya konstan maka setiap peningkatan 1% akan mengakibatkan kenaikan pengelolaan keuangan (Y) sebesar 0,225 atau 22,5%.
3. Koefisien regresi variabel penggunaan media social (X_2) mempunyai nilai koefisien sebesar 0,444 atau 44,4% artinya jika variable literasi keuangan (X_1) nilainya konstan maka setiap kenaikan sebesar 1% akan mengakibatkan kenaikan dalam pengelolaan keuangan (Y) sebesar 0,444 atau 44,4%.

Uji Statistik T

Uji statistik T ini digunakan untuk melihat seberapa besar variable independen secara individu dapat menjelaskan variable dependennya dengan derajat signifikasi yang digunakan sebesar 5% (0,05). Jika nilai signifikasi lebih kecil ($< 0,05$) maka dapat menunjukkan bahwa variable independennya secara parsial mempengaruhi variable dependennya. Begitu juga sebaliknya jika nilai signifikasi nya lebih besar maka tidak berpengaruh. Berdasarkan data yang sudah diolah dengan program SPSS statistic 26 didapatkan hasil Uji T sebagai berikut :

Tabel 5
Uji T
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	5.532	2.589		2.136	.038		
Literasi Keuangan	.225	.103	.283	2.190	.034	.728	1.373
Media Sosial	.444	.124	.461	3.567	.001	.728	1.373

Sumber : Output SPSS 26, 2022

Dalam penelitian ini, t table pada tingkat signifikansi α sebesar 5% atau 0,05 diperoleh t table sebesar 2,001.

H_1 ; Pengaruh literasi keuangan (X_1) terhadap pengelolaan keuangan (Y)

H_2 : Pengaruh penggunaan media social (X_2) terhadap pengelolaan keuangan (Y)

Berdasarkan hasil pada table di atas diperoleh hasil pengujian hipotesis sebagai berikut :

1. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan

Berdasarkan tabel diatas diperoleh t hitung sebesar 2,190 yang menunjukkan t hitung > t table ($2,190 > 2,001$) dan nilai signifikannya lebih kecil dari 0,05 ($0,034 < 0,05$) sehingga H_1 diterima. Maksudnya bahwa terdapat pengaruh literasi keuangan terhadap pengelolaan keuangan generasi Z.

2. Pengaruh Penggunaan Media Social Instagram Terhadap Pengelolaan Keuangan

Berdasarkan tabel diatas diperoleh t hitung sebesar 3,567 yang menunjukkan t hitung > t table ($3,567 > 2,001$) dan nilai signifikannya lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$) sehingga H_2 diterima. Hal ini dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh dari penggunaan media social instagram terhadap pengelolaan keuangan generasi Z.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan Generasi Z

Berdasarkan hasil pengujian uji statistic diperoleh hasil uji t yang menunjukkan literasi keuangan berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan karena t hitung > t tabelnya dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan H_1 diterima dan H_0 ditolak sehingga kondisi ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara literasi keuangan terhadap pengelolaan keuangan generasi Z.

Dilihat dari hasil analisis koefisien Uji Regresi Linear Berganda diperoleh hasil nilai koefisiennya positif. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh literasi keuangan terhadap pengelolaan keuangan generasi Z. Semakin banyak pengetahuan dan pemahaman mengenai keuangan (literasi keuangannya) maka semakin baik dalam pengelolaan keuangannya. Dengan pengetahuan literasi keuangan yang cukup akan memberikan dampak baik terhadap perilaku keuangan seseorang. Karena adanya kecenderungan untuk mempersiapkan kemungkinan yang bisa terjadi. Pemahaman keuangan yang dimiliki akan menghindarkan dari kondisi yang tidak diinginkan seperti penipuan investasi.

Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Cahyani, 2022) dengan judul *Pengaruh Financial Literacy, Locus Of Control, Income, Dan Hedonism Lifestyle Terhadap Financial Management Behavior Generasi Z* , salah satu hasil dari variable penelitiannya menunjukkan bahwa *financial literacy* terbukti memengaruhi *financial management behavior* . Ini mengindikasikan bahwa tinggi rendahnya tingkat *financial literacy* berpengaruh terhadap baik buruknya pengelolaan keuangan responden.

Penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Safryani Ulfi, Alfida Aziz, 2020) dengan penelitian mereka yang berjudul Analisis Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan, Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Investasi. Dimana dari hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa variable literasi keuangan memiliki pengaruh terhadap keputusan investasi atau pengelolaan keuangan.

Pengaruh Penggunaan Media Social Instagram Terhadap Pengelolaan Keuangan Generasi Z

Berdasarkan hasil analisis koefisien Uji Regresi Linear Berganda diperoleh hasil positif yang menunjukkan adanya hubungan antara penggunaan media social terhadap pengelolaan keuangan. Hal tersebut diperoleh karena generasi Z merupakan generasi yang berkembang dan lahir di era teknologi sehingga memahami keuangan dan digitalisasi (Armani, 2021).

Sedangkan jika dilihat dari uji statistic T diperoleh hasil adanya pengaruh penggunaan media social terhadap pengelolaan keuangan generasi Z karena $t_{hitung} > t_{table}$ dengan tingkat signifikasi lebih kecil dari 0,05. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Aliyah Zahrah Fadhilah Ladamay, Trisiladi Supriyanto, Siwi Nugraheni dengan judul Pengaruh Media Sosial, Literasi Keuangan, Risiko, Imbal Hasil, Dan Religiusitas Terhadap Minat Berinvestasi Sukuk Generasi Z Di Jakarta. Dari hasil penelitian tersebut diperoleh hasil yang menunjukkan media sosial, risiko, dan religiusitas berpengaruh signifikan secara parsial, terhadap minat berinvestasi sukuk generasi Z di Jakarta. Penelitian yang dilakukan oleh Auliya Zulfatillah yang berjudul Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan juga menyimpulkan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Meskipun hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh penggunaan media social terhadap pengelolaan keuangan, penelitian ini berbeda dengan penelitian yang sudah dilakukan oleh (Wardani, Dewi Kusuma, Anita Primastiwi, 2022) yang menunjukkan bahwa penggunaan media social tidak berpengaruh terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa. Kondisi ini dapat terjadi karena kurangnya mahasiswa dalam memanfaatkan media social dalam mendapatkan informasi mengenai pengelolaan keuangan.

5. Kesimpulan

Adanya perkembangan teknologi menjadikan kemudahan untuk kita memenuhi semua kebutuhan. Dampaknya kondisi tersebut akan menimbulkan kondisi konsumtif yang dapat menyebabkan pengelolaan keuangan menjadi buruk karena kurangnya melakukan investasi, tidak ada perencanaan dan pengelolaan, tidak menabung, dan mempertimbangkan anggaran dana untuk masa depan (Ameliawati & Setiyani, 2018). Sebagai pelaku di era teknologi digital generasi Z semakin banyak mendominasi dunia kerja yang memiliki gaya pengelolaan keuangan yang berbeda dengan generasi sebelumnya.

Generasi Z menjadi fokus dalam penelitian ini karena saat ini generasi tersebut mendominasi penduduk di Indonesia. Generasi Z cenderung memiliki sifat yang dinamis, kreatif, familier dengan teknologi dan berinteraksi dengan social media. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Literasi Keuangan Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Pengelolaan Keuangan Generasi Z.

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan dengan uji statistic diperoleh hasil sebagai berikut : Literasi keuangan berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan generasi Z. Dengan memahami pengetahuan mengenai konsep keuangan yang baik dan tepat diharapkan dapat mengelola keuangan nya secara baik, tepat dan bijak sehingga dapat mengambil keputusan keuangan yang baik demi kesejahteraan finansialnya. Penggunaan media social Instagram berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan generasi Z. Hal ini tidak lepas dari karakteristik generasi Z itu sendiri yang cenderung dinamis dan melek teknologi.

Penelitian ini terbatas pada satu sumber penelitian saja yang berupa kuesioner. Dimana terkadang jawaban yang disampaikan pihak responden tidak menunjukkan kondisi yang sebenarnya. Responden hanya diambil dari sebagian generasi Z di wilayah Yogyakarta yang ditemui saja.

Untuk penelitian berikutnya dapat menambah variable lain sebagai variable independennya sehingga dapat mengetahui factor lain yang mempengaruhi perilaku pengelolaan keuangan generasi Z secara spesifik.

Referensi

- Ameliawati, M., & Setiyani, R. (2018). The Influence of Financial Attitude, Financial Socialization, and Financial Experience to Financial Management Behavior with Financial Literacy as the Mediation Variable. *KnE Social Sciences*, 3(10), 811. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i10.3174>
- Annur, C. M. (2021). *Ada 91 Juta Pengguna Instagram di Indonesia, Mayoritas Usia Berapa?* Katadata.co.id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/15/ada-91-juta-pengguna-instagram-di-indonesia-mayoritas-usia-berapa>
- Aribawa, D. (2016). Pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja dan keberlangsungan UMKM di Jawa Tengah. *Jurnal Siasat Bisnis*, 20(1), 1–13. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol20.iss1.art1>
- Cahyani, N. R. (2022). Pengaruh Financial Literacy, Locus Of Control, Income, Dan Hedonism Lifestyle Terhadap Financial Management Behavior Generasi Z. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(2), 420–432.
- Cummins M., Haskel J. H., & J. S. (2009). Financial Attitudes And Spending Habits Of University Fresmen. *Journal Of Economics And Economic Education Research*, 10(1), 3–6.
- Dolan, R., Conduit, J., Fahy, J., & Goodman, S. (2016). Social media engagement behaviour: a uses and gratifications perspective. *Journal of Strategic Marketing*, 24(3-4), 261–277. <https://doi.org/10.1080/0965254X.2015.1095222>
- Gan, C., & Li, H. (2018). Understanding the effects of gratifications on the continuance intention to use WeChat in China: A perspective on uses and gratifications. *Computers in Human Behavior*, 78, 306–315. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.10.003>
- Krause, A. E., North, A. C., & Heritage, B. (2014). The uses and gratifications of using Facebook music listening applications. *Computers in Human Behavior*, 39, 71–77. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.07.001>
- Kusumawati, A. F. N., & Dewi, A. S. (2020). Peran Modal Sosial Sebagai Mediator Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Pada Pengikut@ jouska_id (studi Kasus Pada Akun Instagram@ jouska_id). *eProceedings ...*, 7(1), 527–534. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/11672>
- Novi Yushita Amanita. (2017). Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi. *Nominal :Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, VI, 15.
- OJK. (2021). Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) 2021 - 2025. *Ojk.Go.Id*, 1–130. <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Strategi-Nasional-Literasi-Kuangan-Indonesia-2021-2025.aspx>
- Perry, V. G., & Morris, M. D. (2005). Who is in control? the role of self-perception, knowledge, and income in explaining consumer financial behavior. In *Journal of Consumer Affairs* (Vol. 39, Issue 2, pp. 299–313). <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2005.00016.x>
- Reuben, B. R. (2008). The Use of Social Media in Higher Education for Marketing and Communications : A Guide for Professionals in Higher Education. Retrieved from *Httpdoteduguru comwpcontentuploads200808socialmediainhighereducation Pdf*, 5(Cavazza), 1–13. <http://rachelreuben.com/2008/08/social-media-uses-higher-education-marketing-communication/>
- Safryani Ulfi, Alfida Aziz, N. T. (2020). Analisis Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan, Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Investasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 8(3), 319–332.
- Wardani, Dewi Kusuma, Anita Primastiwi, R. H. (2022). The Effect Of Social Media Use On Students Financial Management Behavior With Self Control As A Moderating Variable Profitability. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(1), 139–144.
- Warsono. (2010). Prinsip-Prinsip dan Praktik keuangan Pribadi. *Journal of Science*, 13(2).