

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia saat ini tengah berada dalam fase bonus demografi, yaitu kondisi ketika jumlah penduduk usia produktif lebih besar dibandingkan dengan penduduk usia tidak produktif Kementerian Keuangan Republik Indonesia (2024). Fenomena ini didominasi oleh generasi muda, terutama Generasi Z Hidayati et al. (n.d.). Menurut Badan Pusat Statistik BPS (2025b), Gen Z adalah kelompok penduduk yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012. Pada sensus penduduk 2020, Gen Z merupakan kelompok terbanyak di Indonesia dengan persentase 27,94% dari total penduduk, atau sekitar 74,93 juta jiwa. Pada tahun 2025 ini umur Gen Z diperkirakan 13 sampai 28 tahun.

Gambar 1. 1 Hasil sensus penduduk Indonesia tahun 2020



Sumber : www.bps.go.id

Dari gambar 1.1 dapat dilihat bahwa Gen Z mendominasi struktur umur penduduk di Indonesia. Dibuktikan dengan jumlah persentase sebanyak 27,94%, lalu disusul dengan generasi milenial sebanyak 25,87%, yang ketiga yaitu generasi

X dengan jumlah persentase 21,88%, keempat Baby Boomer dengan jumlah persentase 11,56%, kelima Post Gen Z dengan jumlah 10,88%, dan yang terakhir Pre-Boomer dengan jumlah 1,87%. Di Indonesia, Generasi Z adalah kelompok terbesar dengan proporsi 27,94% dari total penduduk berdasarkan BPS (2025b).

Jawa Timur menempati posisi kedua dengan jumlah penduduk generasi Z terbanyak menurut BPS (2025). Proporsi Generasi Z di Jawa Timur adalah 24,80% dari total populasi Jawa Timur. Dari 38 kota atau kabupaten di Jawa Timur, Lamongan termasuk dalam 10 besar penduduk gen z terbanyak di Jawa Timur, dengan presentase sebaran penduduk mencapai 1.344.165 jiwa Hasil Sensus Penduduk (2020). Pada tahun 2025 ini umur Gen Z diperkirakan 13 sampai 28 tahun. Generasi Z merupakan kelompok yang rentan terhadap pengaruh perkembangan zaman dan modernisasi, yang seringkali mempengaruhi perilaku keuangan mereka. Selain itu, Gen Z dihadapkan pada berbagai keputusan finansial yang semakin kompleks, seperti biaya pendidikan, pemenuhan kebutuhan sehari-hari, serta gaya hidup digital yang mereka pilih (Anjelika et al., 2025). Dalam lingkungan sosial yang dipenuhi tekanan untuk selalu mengikuti tren baru. Banyak Gen Z, khususnya di Kabupaten Lamongan, terdorong untuk melakukan pengeluaran konsumtif yang berlebihan, terutama melalui layanan *Paylater*, *e – wallet*, dan digital shopping, yang pada akhirnya dapat berdampak negatif pada kondisi keuangan mereka (Sulton, 2025).

Generasi Z menunjukkan kecenderungan menunda atau enggan menikah yang semakin menguat seiring dengan meningkatnya tekanan ekonomi dan kompleksitas pengelolaan keuangan pada fase awal kehidupan produktif. Kondisi tersebut

dipengaruhi oleh ketidakstabilan pendapatan, tingginya biaya hidup, serta tuntutan finansial yang melekat pada institusi pernikahan, seperti kebutuhan tempat tinggal, biaya resepsi, dan tanggung jawab ekonomi jangka panjang. Di sisi lain, meskipun Generasi Z memiliki akses luas terhadap informasi dan layanan keuangan digital, kemampuan dalam mengelola keuangan secara disiplin dan berorientasi jangka panjang masih menjadi tantangan utama (Nurhadi Sucahyo, 2025). Generasi Z menunjukkan kecenderungan memiliki lebih dari satu pekerjaan sebagai strategi adaptif dalam menghadapi ketidakpastian pasar kerja dan fluktuasi pendapatan di era ekonomi digital. Fenomena ini dipicu oleh terbatasnya stabilitas kerja, meningkatnya biaya hidup, serta kesenjangan antara pendapatan utama dan kebutuhan ekonomi yang harus dipenuhi (Budiawan Sidik A, 2025).

Berita yang dilaporkan oleh Detik News (2025) mengenai kasus mutilasi dengan motif finansial menunjukkan bahwa dorongan gaya hidup hedonis yang tidak sejalan dengan kapasitas ekonomi dapat menimbulkan konsekuensi serius, baik pada tataran personal maupun sosial, yang mana korbannya adalah Gen Z Lamongan. Meskipun kasus tersebut berada pada level *ekstrem*, fenomena ini menggambarkan bahwa generasi muda di Lamongan menghadapi tantangan nyata dalam hal kontrol diri, yang juga terefleksi dalam pola konsumsi sehari-hari, termasuk tidak bisa mengelola keuangan dengan kontrol diri yang bijak. Pola gaya hidup konsumtif dan hedonis khas Gen Z yang terbentuk dari pengaruh digitalisasi dan budaya populer berpotensi memberi dampak signifikan terhadap kemampuan mereka dalam mengelola keuangan. Fenomena lainnya dari Suarasurabaya.net (2024) seorang polisi baik Ipda Purnomo yang membangun kampung bebas

rentenir, pinjol dan riba di Lamongan tepatnya di Desa Nguwok Kecamatan Modo, di mana banyak pedagang pasar terjerat utang kepada rentenir bahkan sejak dini hari mereka sudah ditagih untuk melunasi pinjamannya. Kondisi tersebut menandakan adanya ketergantungan masyarakat terhadap sumber dana instan karena keterbatasan akses terhadap lembaga keuangan formal dan minimnya kemampuan dalam merencanakan serta mengelola keuangan secara bijak.

Melihat fenomena tersebut, seorang warga bernama Purnomo berinisiatif membuat program sedekah dan pemberdayaan UMKM bebas riba, rentenir, dan pinjaman online. Program ini awalnya memberikan bantuan modal sebesar Rp500.000 kepada 30 orang yang sebelumnya terjerat utang rentenir. Sebagai bentuk pembiasaan finansial yang sehat, peserta diwajibkan bersedekah Rp1.000 setiap hari, dan dana yang terkumpul kemudian diputar kembali untuk membantu peserta lain yang membutuhkan. Meskipun inisiatif ini sempat terkendala karena dana digunakan untuk kebutuhan sehari-hari, Purnomo kemudian memperluas pendekatan dengan mendirikan UMKM binaan yang diawasi secara langsung. Peserta dibimbing dalam pengelolaan usaha dan permodalan, serta diajarkan untuk mengembangkan bisnis tanpa bergantung pada pinjaman berbunga. Program ini berhasil membantu para peserta membangun kembali usahanya hingga mampu menabung secara mandiri, menandakan peningkatan perilaku keuangan yang lebih sehat dan berkelanjutan.

Dinamika globalisasi yang terus berakselerasi telah mendorong terjadinya pergeseran perilaku keuangan masyarakat, khususnya dalam bentuk pola konsumsi yang semakin konsumtif. Berdasarkan laporan BPS (2024), pengeluaran rata-rata

masyarakat Indonesia setiap bulan mencapai Rp 1.500.556, mengalami pertumbuhan dibandingkan angka tahun sebelumnya yang senilai Rp 1.451.870. Meningkatnya pengeluaran masyarakat dipicu oleh tingginya kebutuhan terhadap pangan dan barang konsumsi lainnya. Realita ini mencerminkan konsekuensi globalisasi yang membuat masyarakat cenderung lebih konsumtif, selaras dengan semakin mudahnya akses terhadap produk dan jasa global. Berikut Adalah tabel rata – rata pengeluaran konsumsi perkapita sebulan berdasarkan BPS (2024b) :

Tabel 1. 1 rata – rata pengeluaran menurut kelompok komoditas

Kelompok Komoditas	2023	2024
Makanan/Food		
Padi-padian/Cereals	Rp 80.146,00	Rp 94.641,00
Umbi-umbian/Tubers	Rp 8.938,00	Rp 8.542,00
Ikan/udang/cumi/kerang/Fish/shrimp/common squid/shells	Rp 57.915,00	Rp 57.665,00
Daging/Meat	Rp 35.659,00	Rp 36.488,00
Telur dan susu/Eggs and milk	Rp 37.465,00	Rp 37.776,00
Sayur-sayuran/Vegetables	Rp 57.104,00	Rp 59.988,00
Kacang-kacangan/Legumes	Rp 14.854,00	Rp 14.716,00
Buah-buahan/Fruits	Rp 32.510,00	Rp 40.667,00
Minyak dan kelapa/Oil and coconut	Rp 18.766,00	Rp 18.283,00
Bahan minuman/Beverages stuffs	Rp 20.383,00	Rp 21.071,00
Bumbu-bumbuan/Spices	Rp 15.069,00	Rp 15.174,00
Konsumsi lainnya/Miscellaneous food items	Rp 13.889,00	Rp 13.402,00
Makanan dan minuman jadi/Prepared food and beverages	Rp 227.581,00	Rp 238.902,00
Rokok/Cigarettes	Rp 91.003,00	Rp 94.476,00
Jumlah makanan/Total food	Rp 711.282,00	Rp 751.789,00
Bukan makanan/Non-food		
Perumahan dan fasilitas rumah tangga/Housing and household facilities	Rp 387.434,00	Rp 391.751,00
Aneka barang dan jasa/Goods and services	Rp 177.630,00	Rp 180.325,00
Pakaian, alas kaki, dan tutup kepala/Clothing, footwear, and headgear	Rp 36.073,00	Rp 35.457,00
Barang tahan lama/Durable goods	Rp 55.171,00	Rp 52.545,00
Pajak, pungutan, dan asuransi/Taxes and insurance	Rp 58.117,00	Rp 60.362,00
Keperluan pesta dan upacara/kenduri/Parties and ceremonies	Rp 26.164,00	Rp 28.326,00
Jumlah bukan makanan/Total non-food	Rp 740.588,00	Rp 748.767,00
Jumlah/Total	Rp 1.451.870,00	Rp 1.500.556,00

Sumber : data BPS 2023 dan 2024

Perubahan perilaku konsumsi masyarakat juga berdampak pada bagaimana individu mengelola keuangan sehari-hari, mulai dari aktivitas menabung,

berinvestasi, hingga menyusun anggaran. Aktivitas – aktivitas ini termasuk dalam perilaku keuangan (*Financial Behavior*), yaitu bagaimana rumah tangga atau individu mengelola sumber daya keuangan melalui perencanaan, penganggaran, tabungan, dan investasi (Suriani, 2022). Permasalahan mendasar dalam pengelolaan keuangan pribadi tidak semata-mata dipengaruhi oleh besaran pendapatan, melainkan juga oleh kemampuan pengetahuan dan keterampilan dalam mengatur alokasi dana secara tepat. Kurangnya kompetensi tersebut berpotensi meningkatkan kerentanan masyarakat terhadap perilaku konsumtif (Mayangsari et al., 2024).

Salah satu tantangan utama dalam membentuk perilaku keuangan yang sehat adalah ketidakseimbangan antara kemampuan *Financial Literacy*. Berdasarkan hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan OJK (2025) indeks *Financial Literacy* masyarakat Indonesia berada di angka 66,46% dan indeks inklusi keuangan sebesar 80,51%. Meskipun sudah meningkat dibanding periode sebelumnya, angka literasi tersebut masih di bawah target ideal dan menunjukkan bahwa sebagian masyarakat termasuk generasi muda belum sepenuhnya paham mengenai konsep-konsep penting dalam pengelolaan keuangan seperti menabung, merencanakan anggaran, mengelola utang, dan memahami risiko keuangan. Angka ini menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat, khususnya generasi muda masih kurang memahami konsep dan praktik pengelolaan keuangan yang baik. Generasi muda, terutama yang berusia 18 – 25 tahun menunjukkan tingkat *Financial Literacy* yang lebih rendah dibandingkan mereka yang berusia diatas 25 tahun. Hal ini menjadi perhatian serius

mengingat generasi muda sedang berada di fase transisi menuju kemandirian finansial (Lukiana & Jariah, 2025).

Menurut Sri Widiyanti et al. (2023) Perilaku keuangan pada Gen Z cenderung menggunakan pendapatannya masa saat ini saja dari pada untuk kebutuhan periode yang akan datang. Perilaku keuangan Gen Z yang bersifat impulsif dan kurang disiplin dalam *saving* seringkali dipengaruhi oleh rendahnya tingkat *Financial Literacy* (*Financial Literacy*). Fenomena ini menunjukkan pentingnya *Financial Literacy* dalam mengelola *financial behavior* (Permadani & Sartika, 2025). *Financial Literacy* yang efektif memungkinkan individu untuk mengelola pendapatan, menganalisis pengeluaran, berinvestasi, dan mengidentifikasi item yang tidak produktif. Menurut Suprianto et al., (2023) menunjukkan bahwa *Financial Literacy* berpengaruh negatif terhadap perilaku pembelian impulsif, artinya semakin tinggi pemahaman keuangan, semakin rendah kecenderungan individu untuk melakukan pengeluaran konsumtif yang tidak terencana. Dengan demikian, *Financial Literacy* menjadi pondasi penting dalam menjaga stabilitas keuangan, terutama di era digital dengan akses belanja online yang semakin mudah.

Faktor psikologis juga memegang peranan penting dalam memperkuat kecenderungan tersebut, salah satunya adalah fenomena *Fear of Missing Out* (*FoMO*). Fenomena tersebut mendapatkan momentumnya melalui media sosial, yang secara terus-menerus mengedarkan citra kehidupan ideal, pencapaian spektakuler, dan tren budaya yang bergerak cepat (Putri Ayu & Safitri, 2025). Rinonce et al., (2025) menemukan bahwa semakin tinggi tingkat *FoMO* seorang pengguna

e-commerce, semakin besar kecenderungan mereka melakukan pembelian konsumtif yang berdampak pada tingkat pengelolaan keuangannya.

Fenomena lain yang turut memengaruhi tidak stabilnya *Financial Behavior* adalah tingkat *self control* individu. Kemampuan untuk mengendalikan diri menjadi faktor kunci sebelum seseorang membuat keputusan dalam tindakan keuangan mereka. Banyak kasus, para pemuda dari Generasi Z sering menghadapi tantangan dalam manajemen keuangan pribadi mereka. Situasi ini sering kali dilatarbelakangi kebiasaan hidup yang cenderung hedonis dan pengaruh lingkungan sekitar. Jika Generasi Z tidak mampu mengendalikan perilaku mereka terutama dalam hal pembelian barang dan jasa, maka mereka mungkin berisiko menghabiskan uang dengan tidak bijak, tanpa mempertimbangkan aspek harga, hanya demi menjaga penampilan dan status sosial mereka (Amalia Soliha et al., 2023). Lemahnya kontrol diri masih menjadi faktor yang memperkuat pengaruh *Financial Literacy* yang rendah dan *FoMO* terhadap perilaku perilaku kaungan yang konsumtif.

Berdasarkan kondisi tersebut, menurut penelitian Ganes, Utami, Isbanah, et al. (2023) *Financial Literacy* dengan *Self Control* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Financial Behavior* generasi Z. Namun pada penelitian Ritakumalasari (2021) pengaruhnya tidak signifikan. Artinya *Financial Literacy* dengan *self control* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Financial Behavior*. Selain itu penelitian Ag et al. (2024) mengungkapkan bahwa perilaku *FoMO* justru memiliki pengaruh negatif terhadap perilaku pengelolaan keuangan. Penelitian mengenai *FoMO* (*Fear of Missing Out*) lebih banyak berfokus pada kecenderungan *impulsive*

buying, namun masih terbatas dalam mengaitkannya secara langsung dengan *Financial Behavior* secara komprehensif, khususnya dalam konteks generasi Z. Perbedaan hasil ini menegaskan adanya research gap terkait bagaimana *Financial Literacy*, *FoMO*, dan *Self Control* secara simultan membentuk perilaku keuangan pada generasi Z. Selain itu, sebagian besar studi masih berfokus pada konteks kota besar atau lingkungan kampus tertentu, sehingga belum banyak yang menyoroti konteks daerah seperti Kabupaten Lamongan yang memiliki karakteristik sosial ekonomi berbeda.

Kebaruan penelitian ini terletak pada integrasi tiga faktor utama *Financial Literacy*, *FoMO*, dan *Self Control* dalam menjelaskan *Financial Behavior* generasi Z. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang cenderung menguji variabel-variabel tersebut secara parsial, penelitian ini menghadirkan pendekatan simultan yang memadukan aspek kognitif (*Financial Literacy*) dengan aspek psikologis (*FoMO* dan *Self Control*). Penelitian ini juga menempatkan *FoMO* sebagai fenomena psikososial dominan di era digital yang belum banyak dieksplorasi dalam kaitannya dengan perilaku keuangan generasi muda. Dengan fokus pada Gen Z di Kabupaten Lamongan, penelitian ini memberikan perspektif baru terhadap dinamika perilaku keuangan di daerah *non-metropolitan*, yang seringkali luput dari perhatian akademisi. Penelitian ini berfokus pada Generasi Z, khususnya di Kabupaten Lamongan, juga masih terbatas. Padahal kelompok ini memiliki karakteristik unik dalam penggunaan teknologi, tren gaya hidup, serta pola konsumsi.

Sejalan dengan fenomena yang ada dan dengan memperhatikan kesenjangan penelitian yang terdapat pada penelitian – penelitian sebelumnya penelitian ini dirancang untuk melakukan analisis yang lebih mendalam tentang “Pengaruh *Financial Literacy*, dan *Fear of Missing Out* terhadap *Financial Behavior* dengan *Self control* sebagai Mediasi (Studi Pada Gen Z di Kabupaten Lamongan)”. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi dalam pengembangan literatur yang ada serta memberikan implikasi praktis mengenai pengelolaan keuangan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Apakah *Financial Literacy* berpengaruh terhadap *Financial Behavior* pada Gen Z di Kabupaten Lamongan?
2. Apakah *FoMO* berpengaruh terhadap *Financial Behavior* pada Gen Z di Kabupaten Lamongan?
3. Apakah *Self Control* berpengaruh terhadap *Financial Behavior* pada Gen Z di Kabupaten Lamongan?
4. Apakah *Financial Literacy* berpengaruh terhadap *Self - Control* pada Gen Z di Kabupaten Lamongan?
5. Apakah *FoMO* berpengaruh terhadap *Self - Control* pada Gen Z di Kabupaten Lamongan?

6. Apakah *Self Control* memediasi pengaruh *Financial Literacy* terhadap *financial behavior* pada Gen Z di Kabupaten Lamongan?
7. Apakah *Self Control* memediasi pengaruh *FoMO* terhadap *Financial Behavior* pada Gen Z di Kabupaten Lamongan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, penelitian ini bertujuan untuk mencapai beberapa hal sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menguji pengaruh *Financial Literacy* terhadap *Financial Behavior* pada Gen Z di Kabupaten Lamongan.
2. Untuk mengetahui dan menguji pengaruh *FoMO* terhadap *Financial Behavior* pada Gen Z di Kabupaten Lamongan.
3. Untuk mengetahui dan menguji pengaruh *Self Control* terhadap *Financial Behavior* pada Gen Z di Kabupaten Lamongan.
4. Untuk mengetahui dan menguji pengaruh *Financial Literacy* terhadap *Self Control* pada Gen Z di Kabupaten Lamongan
5. Untuk mengetahui dan menguji pengaruh *FoMO* terhadap *Self Control* pada Gen Z di Kabupaten Lamongan
6. Untuk mengetahui dan Menguji peran mediasi *Self Control* dalam hubungan antara *Financial Literacy* dengan *Financial Behavior* pada Gen Z di Kabupaten Lamongan.

7. Untuk mengetahui dan Menguji peran mediasi *Self Control* dalam hubungan antara *FoMO* dengan *Financial Behavior* pada Gen Z di Kabupaten Lamongan

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, penelitian ini memiliki manfaat yang dapat ditinjau dari dua aspek, yaitu manfaat teoretis dan manfaat praktis:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan di bidang perilaku konsumen dan manajemen keuangan. Dengan menguji pengaruh *Financial Literacy* dan *Fear of Missing Out (FOMO)* terhadap *Financial Behavior* serta menempatkan *Self Control* sebagai variabel mediasi, penelitian ini memperkaya literatur yang sebelumnya masih terbatas pada pengujian variabel-variabel tersebut secara terpisah. Selain itu, penelitian ini juga dapat memperkuat pemahaman teoritis mengenai faktor-faktor psikologis dan finansial yang memengaruhi perilaku konsumtif generasi muda, khususnya Gen Z di Indonesia.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Institusi Pendidikan

Penelitian ini dapat menjadi dasar bagi institusi pendidikan dalam merancang program pelatihan *Financial Literacy* untuk memberi mahasiswa pemahaman yang lebih baik tentang cara mengelola keuangan mereka.

b. Bagi Mahasiswa

Bagi mahasiswa, penelitian ini memberikan wawasan mengenai pentingnya pengelolaan keuangan pribadi melalui peningkatan *Financial Literacy* serta pengendalian diri dalam menghadapi fenomena *FoMO*. Dengan pemahaman ini, mahasiswa diharapkan dapat memahami *Financial Behavior* yang baik, sehingga dapat mengelola keuangan secara lebih rasional dan berkelanjutan.

c. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti lain yang tertarik mengkaji topik serupa, baik untuk memperluas variabel, membandingkan konteks wilayah, maupun menguji model penelitian pada kelompok generasi yang berbeda. Dengan demikian, penelitian ini dapat membuka peluang untuk penelitian lanjutan yang lebih mendalam dan komprehensif mengenai perilaku konsumtif generasi saat ini dan selanjutnya.