

PERILAKU FINANSIAL GENERASI Z DALAM BERINVESTASI DI LAMPUNG TIMUR

Diky Angga Hendrawan¹⁾, Laila khairun nisa²⁾, Dwi Gema Soegesti³⁾, Monica Septiani⁴⁾

^{1,2}Kewirausahaan, Universitas Nahdlatul Ulama Lampung, ^{3,3}Manajemen, Universitas Teknokrat Indonesia

Jl. H.ZA Pagaralam, No 9-11, Labuhanratu, Bandar Lampung

Email : dikiangghendrawan@gmail.com¹⁾, dwigema@teknokrat.ac.id²⁾

Abstrak

Generasi Z memiliki perilaku finansial yang berbeda dari generasi sebelumnya, terutama karena keterlibatan mereka dengan teknologi digital, kemudahan mendapatkan informasi, dan dinamika ekonomi yang berubah. Kondisi ini memengaruhi cara mereka mengambil risiko, mengelola pendapatan, dan menetapkan prioritas finansial, termasuk keputusan investasi. Fenomena ini menarik untuk dipelajari, terutama dalam konteks wilayah Lampung Timur, di mana generasi muda menunjukkan peningkatan minat investasi. Studi ini menyelidiki faktor-faktor yang memengaruhi keputusan investasi Gen Z di Lampung Timur. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan melibatkan 120 responden yang dipilih secara kebetulan. Pengetahuan finansial, sikap finansial, gaya hidup, dan latar belakang keluarga memengaruhi keputusan investasi dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keempat komponen tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan investasi Generasi Z. Penemuan ini menunjukkan bahwa pengetahuan finansial sejak dini, pengendalian gaya hidup, dan dukungan keluarga adalah komponen penting yang membentuk perilaku investasi yang lebih bijak dan konsisten.

Kata kunci: *Generasi Z, Perilaku Finansial, Literasi Finansial, Keputusan Investasi.*

1. Pendahuluan

Karena tumbuh dalam lingkungan yang sangat dekat dengan teknologi digital, Generasi Z memiliki pola perilaku finansial yang unik. Penggunaan perangkat menjadi bagian integral dari aktivitas mereka, mulai dari bangun tidur hingga sebelum tidur kembali. Selain itu, generasi ini terbiasa menggunakan dompet digital dan pembayaran nontunai untuk melakukan transaksi; preferensi mereka terhadap layanan yang praktis, cepat, dan efektif telah menjadi bagian dari gaya hidup mereka (Liu et al., 2019). Selain itu, hampir semua anggota Generasi Z memiliki akun media sosial, yang digunakan oleh mereka untuk berinteraksi dengan komunitas sosial yang lebih luas dan mengekspresikan identitas mereka (Mulyana et al., 2019).

Di masa mendatang, Generasi Z akan mendominasi pasar tenaga kerja dan konsumen, jadi penting untuk mempelajari perilaku finansial mereka. Generasi Z menghadapi banyak masalah finansial, termasuk kebutuhan hidup yang meningkat, pendapatan awal yang terbatas, dan tuntutan gaya hidup digital. Untuk mencapai stabilitas finansial dalam situasi seperti ini, penting untuk dapat mengelola finansial pribadi dengan baik, yang mencakup membuat keputusan investasi (Hutasoit, 2021).

Sebagai hasil dari berbagai penelitian, Generasi Z masih mengalami kesulitan untuk mencapai kemandirian finansial. Mereka menghadapi masalah seperti menabung yang sulit, tidak memiliki dana darurat, dan berbelanja secara impulsif, yang dapat memengaruhi

kemampuan mereka untuk merencanakan masa depan (Birpalia, 2018). Sikap mereka terhadap pengelolaan finansial juga dipengaruhi oleh akses instan ke sistem finansial digital, fasilitas kredit, dan informasi finansial (Carter & Walker III, 2018).

Meskipun demikian, Generasi Z sangat tertarik dengan investasi dan pengembangan aset. Namun, kebiasaan seperti nongkrong, penggunaan layanan hiburan digital, dan kecenderungan konsumtif sering menghalangi pendapatan untuk investasi. Untuk mempertahankan stabilitas finansial, orang harus memiliki kemampuan manajemen finansial yang baik karena kebutuhan gaya hidup mereka yang tinggi sering kali tidak sesuai dengan pendapatan awal mereka (Lee & Kim, 2020).

Pondisi ini menunjukkan bahwa generasi muda berisiko mengalami ketidakstabilan finansial dalam jangka panjang jika mereka tidak mengelola finansial mereka dengan benar. Menurut data Otoritas Jasa Finansial (OJK), orang lebih suka menghabiskan uang daripada menabung. Oleh karena itu, penting bagi generasi muda untuk lebih memahami finansial (Ameliawati & Setiyani, 2018).

Bukan hanya diri seseorang yang mempengaruhi perilaku finansial mereka, tetapi keluarga mereka, yang berfungsi sebagai tempat pertama untuk mengajarkan mereka tentang finansial. Pandangan keluarga tentang investasi, pola asuh, dan kebiasaan pengeluaran Generasi Z memengaruhi keputusan finansial mereka. Selain itu, gaya hidup yang berkembang di lingkungan sosial turut memengaruhi cara mereka menggunakan uang dan mengonsumsi.

Gaya hidup adalah aspek dari gaya hidup seseorang yang diekspresikan melalui pilihan mereka untuk barang, hiburan, dan aktivitas. Generasi Z sangat terpengaruh oleh gaya hidup digital mereka, yang sering memengaruhi pengeluaran mereka. Gaya hidup konsumtif dapat mengganggu kemampuan mereka untuk melakukan investasi jangka panjang dan mengembangkan aset jika tidak diimbangi dengan literasi finansial yang baik.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini dilakukan dengan fokus pada “Perilaku Finansial Generasi Z dalam Berinvestasi di Lampung Timur”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pengetahuan finansial, sikap finansial, gaya hidup, dan latar belakang keluarga memengaruhi keputusan investasi Generasi Z di wilayah tersebut.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini melibatkan Generasi Z, yang lahir antara tahun 1997 dan 2012 dan tinggal di Lampung Timur. Teknik penentuan sampel kebetulan, atau penentuan sampel kebetulan, memungkinkan peneliti untuk memilih responden jika mereka dianggap memenuhi kriteria data yang relevan (Mueller & Hancock, 2018). Metode ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memilih responden di berbagai tempat dan situasi yang relevan (Junaedi et al., 2020).

Karena jumlah populasi Generasi Z di Lampung Timur belum diketahui secara pasti atau dianggap tidak terbatas, rumus Lemeshow umum digunakan dalam penelitian sosial untuk menentukan ukuran sampel minimum yang diperlukan agar hasil penelitian dapat mewakili populasi secara memadai.

$$\eta = \frac{Z^2 \cdot 1 - \alpha / 2P(1 - P)}{d^2}$$

Kuesioner adalah alat utama untuk pengumpulan data. Kuesioner dikirimkan kepada responden secara langsung (offline) di lapangan dan secara online melalui tautan formulir digital untuk mereka yang sulit dijangkau secara fisik. Pengetahuan finansial, sikap finansial, gaya hidup, latar belakang keluarga, dan keputusan investasi adalah semua variabel yang digunakan untuk setiap item kuesioner, yang terdiri dari skala Likert 1–4.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yang dikumpulkan langsung dari responden melalui pengisian kuesioner. Selain itu, untuk menjamin kejelasan jawaban responden, informasi tambahan dapat diperoleh dari wawancara dan diskusi singkat. Metode ini digunakan untuk mendapatkan data yang relevan, aktual, dan sesuai dengan perilaku finansial Generasi Z di Lampung Timur

4. Pembahasan

Pada tahap ini, hasil dari analisis data yang dikumpulkan dari responden disajikan. Jumlah minimal sampel responden adalah seratus, dan data penelitian dianggap sebagai data primer. Dari 105 kuesioner yang dibagikan, 103 di antaranya kembali dan dapat diproses. Analisis deskriptif dilakukan dengan menggunakan SPSS versi

21. Nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), dan simpangan baku digunakan untuk memberikan gambaran umum setiap variabel.

Tabel 1. Hasil Analisis Deskriptif

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Dev
Pengetahuan Keuangan	103	1,13	3,92	2,8726	0,60473
Sikap Keuangan	103	1,33	3,78	2,9515	0,52294
Gaya Hidup	103	1,00	4,00	2,7549	0,57921
Latar Belakang Keluarga	103	1,60	4,00	2,7631	0,56759
Keputusan Investasi	103	1,40	4,00	2,8272	0,56917

Sumber: Data diolah, 2025

Pengetahuan Mengenai Keuangan Dengan nilai rata-rata 2,873, Generasi Z Lampung Timur memiliki pengetahuan keuangan yang cukup baik. Nilai minimum 1,13 dan maksimum 3,92 menunjukkan bahwa ada perbedaan dalam pemahaman responden. Keragaman jawaban moderat, dengan simpangan baku 0,605.

Perspektif Keuangan Nilai rata-rata variabel ini adalah 2,951, dengan skor minimum 1,33 dan skor maksimum 3,78. Hasil ini menunjukkan bahwa responden cenderung memiliki sikap keuangan positif, yang meliputi kecenderungan untuk merencanakan masa depan dan mengeluarkan uang dengan hati-hati.

Jalan Hidup Dengan nilai rata-rata 2,755 dan nilai di antara 1,00 dan 4,00, gaya hidup Generasi Z termasuk dalam kategori cukup konsumtif, menunjukkan bahwa sebagian besar responden masih memprioritaskan perangkat elektronik dan hiburan mereka.

Genealogi Mean sebesar 2,763 menunjukkan bahwa komponen keluarga seperti pendidikan, pendapatan, dan pola asuh sangat memengaruhi perilaku keuangan Generasi Z, dengan simpangan baku 0,568 menunjukkan variasi yang stabil.

Pilihan Investasi Meskipun tidak semua responden memiliki praktik investasi yang konsisten, rata-rata 2,827 menunjukkan bahwa keputusan investasi Generasi Z cukup baik.

Tabel 2. Hasil Uji t

Variabel	Sig. t
Pengetahuan Keuangan	0,000
Sikap Keuangan	0,002
Gaya Hidup	0,045
Latar Belakang Keluarga	0,042

Seluruh variabel memiliki nilai signifikansi $\leq 0,05$, sehingga secara parsial mempengaruhi keputusan investasi Generasi Z di Lampung Timur.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengetahuan Keuangan Pengetahuan keuangan berdampak positif dan signifikan terhadap keputusan investasi, menurut nilai signifikansi 0,000. Keputusan investasi yang lebih baik didasarkan pada pemahaman finansial seseorang.

Hasilnya sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lusardi (2019), yang menemukan bahwa orang yang memiliki pemahaman yang baik tentang keuangan lebih cenderung merencanakan investasi jangka panjang.

Pengaruh dari perspektif keuangan Menurut signifikansi 0,002, sikap keuangan positif, seperti kedisiplinan dan kesadaran untuk menyisihkan dana, memengaruhi pengambilan keputusan investasi secara signifikan.

Hasil dari Gaya Hidup Dengan nilai signifikansi 0,045, terbukti bahwa gaya hidup memengaruhi keputusan investasi; Generasi Z, yang dapat mengontrol gaya hidup konsumtif mereka, lebih cenderung membuat keputusan investasi yang cerdas.

Faktor Keluarga Generasi Z memiliki minat dan keputusan dalam berinvestasi yang dipengaruhi oleh dukungan keluarga, tingkat pendidikan orang tua, dan pemahaman finansial keluarga, menurut nilai signifikansi 0,042.

Test F (simultan)

Sebagai kesimpulan dari hasil uji F, yang menunjukkan F hitung = 46,658 dan Sig = 0,000, dapat disimpulkan bahwa secara bersamaan:

Keputusan investasi Generasi Z di Lampung Timur sangat dipengaruhi oleh pengetahuan mereka tentang keuangan, sikap mereka tentang keuangan, gaya hidup mereka, dan latar belakang keluarga mereka.

5. Kesimpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana Generasi Z bertindak ketika mereka membuat keputusan investasi di wilayah Lampung Timur. Beberapa kesimpulan penting dibuat dari hasil analisis, yang telah dibahas pada bab sebelumnya. Pertama, telah ditunjukkan bahwa keputusan investasi yang lebih baik dipengaruhi oleh pengetahuan keuangan. Karena mereka memiliki pemahaman finansial yang baik, Generasi Z cenderung membuat keputusan investasi yang lebih tepat karena mereka tahu tentang manfaat, risiko, dan mekanisme investasi yang dasar.

Kedua, sikap keuangan memengaruhi keputusan investasi. Generasi Z lebih mampu memilih investasi yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan mereka karena memiliki sikap keuangan yang bijaksana, seperti mengelola pengeluaran, memiliki tujuan finansial, dan mempertimbangkan risiko.

Ketiga, gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Meskipun Generasi Z dikenal memiliki gaya hidup yang penuh dengan teknologi dan hiburan, sebagian dari mereka masih dapat mengendalikan diri untuk menyisihkan uang dan berinvestasi untuk mempertahankan keuangan mereka dalam jangka panjang.

Keempat, latar belakang keluarga memengaruhi keputusan investasi. Generasi Z belajar mengelola keuangan dan mempertimbangkan investasi sejak usia muda. Pendidikan orang tua, keadaan ekonomi keluarga,

dan pola asuh adalah semua faktor yang membentuk kebiasaan finansial keluarga.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku keuangan Generasi Z saat berinvestasi dipengaruhi oleh pengetahuan mereka tentang keuangan serta sikap mereka terhadap keuangan, gaya hidup, dan dukungan keluarga. Oleh karena itu, untuk menciptakan generasi yang lebih siap untuk merencanakan masa depan finansialnya, sangat penting untuk meningkatkan literasi keuangan, mengembangkan sikap yang bijak terhadap keuangan, mengendalikan gaya hidup, dan memainkan peran keluarga.

Daftar Pustaka

- [1] Ameliawati, M., & Setiyani, R. (2018). The influence of financial attitude, financial socialization, and financial experience on financial management behavior with financial literacy as a mediating variable. *KnE Social Sciences*, 4(10), 811–832.
- [2] Birpalia, K. (2018). *Assessing and predicting the influencing factors of personal financial decisions by the millennial generation in Ireland* (Master's thesis). Dublin Business School.
- [3] Carter, T. D., & Walker III, W. D. (2018). Retaining, cultivating, and investing: Strategies for leading millennial managers. *The Journal of Government Financial Management*, 67(2), 20–25.
- [4] Humaidi, A., Khoirudin, M., Adinda, A. R., & Kautsar, A. (2020). The effect of financial technology, demography, and financial literacy on financial management behavior of productive age in Surabaya, Indonesia. *International Journal of Advances in Scientific Research and Engineering*, 6(1), 77–81.
- [5] Hutasoit, A. H. (2021). Effect of information technology, investment knowledge, and financial literacy of the millennial generation on interest in investing in the capital market. *Jurnal Mantik*, 5(3), 1700–1707.
- [6] Junaedi, A. T., Wijaya, E., & Manullang, M. (2020). Building consumer satisfaction to improve consumer trust through service quality and consumer experience in JNE Pekanbaru. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 18(3), 504–510.
- [7] Lee, S. T., & Kim, K. T. (2020). Propensity to plan, financial knowledge, overconfidence, and credit card management behaviors of Millennials. *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 49(2), 123–143
- [8] Liu, J., Zhu, Y., Serapio, M. G., & Cavusgil, S. T. (2019). The new generation of millennial entrepreneurs: A review and call for research. *International Business Review*, 28(5), 101581.
- [9] Mueller, R. O., & Hancock, G. R. (2018). Structural equation modeling. In G. R. Hancock, L. M. Stapleton, & R. O. Mueller (Eds.), *The reviewer's guide to quantitative methods in the social sciences* (pp. 445–456). Routledge

- [10] Mulyana, D., Soeaidy, M. S., & Taufiq, A. R. (2019). Millennial urban generations: Does becoming “a current generation” shift their attention to financial literacy? *Malaysian Journal of Consumer and Family Economics*, 22, 19–27.
- [11] Qamar, M. A. J., Khemta, M. A. N., & Jamil, H. (2016). How knowledge and financial self-efficacy moderate the relationship between money attitudes and personal financial management behavior. *European Online Journal of Natural and Social Sciences*, 5(2), 296–308.