

STRATEGI FINANSIAL GENERASI-Z TERHADAP SINTESIS PENYESUAIAN OTOMATIS DALAM PERILAKU KONSUMSI DAN PENDAPATAN ALTERNATIF

Riska Imsa'ul Febiantoro¹, Alif Ageng Utami², Nadia Lailatul Hanifah³
¹²³ Mahasiswa Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,
UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung

Email: riskaif05@gmail.com, alifagengutami02@gmail.com, nadialailatul183@gmail.com

Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah mengkaji strategi finansial yang diterapkan oleh Generasi Z dalam menghadapi dinamika ekonomi modern, khususnya melalui sintesis penyesuaian otomatis terhadap perilaku konsumsi dan pencarian pendapatan alternatif. Generasi Z, sebagai kelompok demografis yang tumbuh di tengah era digital dan ketidakpastian ekonomi, menunjukkan pola pengelolaan keuangan yang unik dan adaptif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka dan observasi terhadap kebiasaan finansial yang berkembang, seperti penggunaan aplikasi keuangan digital, investasi mikro, serta keterlibatan dalam ekonomi. Temuan menunjukkan bahwa Generasi Z cenderung mengedepankan efisiensi, fleksibilitas, dan keberlanjutan dalam pengelolaan keuangan. Mereka memanfaatkan teknologi untuk melakukan pencatatan pengeluaran, penganggaran otomatis, serta eksplorasi sumber pendapatan non-tradisional, seperti freelance, monetisasi media sosial, dan aset digital. Selain itu, penyesuaian otomatis dalam perilaku konsumsi tercermin dari pergeseran preferensi terhadap pengalaman dan nilai jangka panjang dibanding konsumsi impulsif. Sintesis ini menunjukkan bahwa Generasi Z tidak hanya responsif terhadap tantangan finansial, tetapi juga proaktif dalam menciptakan sistem keuangan pribadi yang adaptif. Penelitian ini memberikan wawasan penting bagi pengembang kebijakan, pelaku industri keuangan, dan pendidik dalam merancang pendekatan yang relevan dengan karakteristik dan kebutuhan finansial Generasi Z.

Kata Kunci: Generasi Z, Strategi finansial, Sintesis penyesuaian otomatis.

Abstract : *The purpose of this study is to examine the financial strategies implemented by Generation Z in facing the dynamics of the modern economy, especially through the synthesis of automatic adjustments to consumption behavior and the search for alternative income. Generation Z, as a demographic group that grew up in the midst of the digital era and economic uncertainty, shows a unique and adaptive financial management pattern. This study uses a qualitative approach with a literature study method and observation of developing financial habits, such as the use of digital financial applications, micro-investments, and involvement in the gig economy. The findings show that Generation Z tends to prioritize efficiency, flexibility, and sustainability in financial management. They utilize technology to record expenses, automatic budgeting, and explore non-traditional sources of income, such as freelance, social media monetization, and digital assets. In addition, automatic adjustments in consumption behavior*

Article history

Received: Mei 2025

Reviewed: Mei 2025

Published: Mei 2025

Plagiarism checker no 878

Doi : prefix doi :

10.8734/musytari.v1i2.359

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

are reflected in the shift in preferences towards long-term experiences and values compared to impulsive consumption. This synthesis shows that Generation Z is not only responsive to financial challenges, but also proactive in creating an adaptive personal financial system. This study provides important insights for policy developers, financial industry players, and educators in designing approaches that are relevant to the characteristics and financial needs of Generation Z.

Keywords: *Generation Z, Financial strategy, Automatic adjustment synthesis*

PENDAHULUAN

Seiring dengan kemajuan zaman yang semakin modern, pola hidup masyarakat cenderung menjadi lebih konsumtif, sehingga mereka kerap mengalami kesulitan dalam mengatur pengeluaran. Hal ini semakin diperparah oleh perkembangan digitalisasi yang mempermudah pemenuhan berbagai kebutuhan, terutama bagi generasi muda yang akrab dengan dunia internet, yaitu Generasi Z (Gen Z). Gen Z sendiri merupakan kelompok yang lahir antara tahun 1995 hingga 2012. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2021, Gen Z menyumbang sekitar 27,94 persen dari total populasi Indonesia. Generasi ini dikenal memiliki kebiasaan konsumtif, terutama dalam hal pengeluaran untuk kebutuhan internet dan makanan, ketimbang menyisihkan uang untuk menabung atau berinvestasi. Pola konsumsi berlebihan ini biasanya disebabkan oleh rendahnya rasa tanggung jawab terhadap pengelolaan keuangan, yang dipengaruhi oleh kurangnya pemahaman mereka tentang perilaku finansial yang sehat.¹

Maka dari itu dibutuhkan pemahaman tentang Strategi finansial yang memiliki arti aspek penting dalam mengelola keuangan pribadi, terutama bagi Generasi Z yang kini mulai aktif dalam dunia kerja dan menghadapi tantangan ekonomi modern. Perilaku konsumsi dan pengelolaan pendapatan menjadi kunci utama dalam menentukan kestabilan finansial mereka. Generasi ini perlu memahami pentingnya membuat anggaran, mencatat pengeluaran, serta menabung dan berinvestasi sejak dini sebagai bagian dari strategi finansial yang efektif.

Dalam konteks ekonomi mikro, sintesis penyesuaian otomatis menjadi konsep yang relevan untuk menjelaskan bagaimana individu dapat menyesuaikan perilaku konsumsi serta pendapatan mereka secara dinamis terhadap perubahan-perubahan kondisi sebuah ekonomi dan keuangan. Penyesuaian otomatis tersebut mencakup mekanisme internal yang akan mengalami kemungkinan untuk Gen Z mengelola pengeluaran serta pendapatan yang alternatif secara fleksibel, sehingga dapat menjaga keseimbangan finansial dalam situasi yang tidak menentu.

Sebab pada saat ini Gaya hidup yang dilakukan Gen Z sangat dipengaruhi oleh kemajuan dari teknologi digital yang memudahkan berbagai akses ke layanan keuangan, tetapi hal ini juga memiliki potensi memicu adanya perilaku konsumtif yang impulsif. Penggunaan pembayaran digital dan dompet elektronik menjadi bagian dari pola konsumsi mereka, yang sangat memerlukan kesadaran dan strategi khusus agar tidak menimbulkan berbagai risiko keuangan jangka panjang. Oleh karena itu, literasi keuangan dan pengendalian diri menjadi suatu aspek yang penting dalam membentuk suatu profil finansial Gen Z yang sehat.²

¹ Rama Pradika Akbar Rohmad Dan Fuad Armansyah, "Perilaku Keuangan Generasi Z Berdasarkan Literasi Keuangan, Efikasi Diri, Dan Gender", *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* Vol. 2 No. 2 Mei 2023, hal. 107–108

² Ferrina Ermalina Rumbika, Rudi Kurniawan, dan Rafles Ginting, "Menguak Perilaku Konsumtif Generasi Z dalam Penggunaan Digital Payment dan Literasi Keuangan Berdasarkan Mental Accounting : Sebuah Studi Fenomenologi", *Jurnal Akuntansi AKUNESA* Vol. 12 No. 2 Januari 2024, hal. 164

Pada sisi lain sumber pendapatan alternatif juga menjadi bagian penting dalam strategi finansial Gen Z. Selain penghasilan utama, mereka aktif mencari peluang pendapatan tambahan melalui berbagai platform digital, freelancing, dan investasi. Pendapatan alternatif tersebut membantu mereka untuk meningkatkan kapasitas dari finansial sekaligus memberikan fleksibilitas dalam pengelolaan keuangan sehari-hari.

Strategi penyesuaian otomatis yang digunakan Gen Z meliputi pengelolaan anggaran yang ketat, pemisahan dana berdasarkan tujuan, dan disiplin dalam menabung serta berinvestasi. Mereka juga memanfaatkan teknologi untuk memantau dan mengendalikan pengeluaran, serta menghindari utang konsumtif yang dapat mengganggu kestabilan keuangan. Pendekatan ini menunjukkan adaptasi cerdas terhadap kondisi ekonomi yang dinamis dan gaya hidup digital mereka.

Dengan demikian, strategi finansial Gen Z yang mengintegrasikan sintesis penyesuaian otomatis dalam perilaku konsumsi dan pendapatan alternatif mencerminkan kemampuan mereka untuk menavigasi tantangan ekonomi modern secara cerdas dan adaptif. Hal ini menjadi fondasi penting bagi pembangunan kemandirian finansial dan kesejahteraan jangka panjang generasi muda saat ini.³

TINJAUAN PUSTAKA

Strategi Finansial dan Perilaku Konsumsi

Strategi finansial adalah pendekatan sistematis dalam mengelola keuangan pribadi atau keluarga agar tujuan keuangan dapat tercapai dengan efektif. Strategi ini meliputi perencanaan pengeluaran, pengelolaan tabungan, investasi yang tepat, serta pengendalian diri dalam konsumsi. Dengan memiliki literasi keuangan yang baik, seseorang dapat membedakan antara kebutuhan dan keinginan, sehingga mampu mengatur pengeluaran secara bijaksana dan menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan.⁴

Menurut (Dewietal.,2021), perilaku yang konsumtif merupakan kecenderungan untuk menggunakan atau mengonsumsi suatu produk atau barang secara berlebihan, meskipun tidak diperlukan. Dan didorong oleh keinginan yang lebih besar dibandingkan kebutuhan, tanpa pertimbangan yang rasional. Perilaku konsumsi sendiri merupakan pola pengeluaran seseorang yang dipengaruhi oleh faktor emosional dan sosial. Perilaku konsumtif terjadi ketika seseorang lebih mengutamakan keinginan daripada kebutuhan, sering kali didorong oleh gaya hidup dan tekanan sosial seperti konformitas hedonis. Tingkat literasi keuangan yang rendah dan kontrol diri yang kurang akan meningkatkan kecenderungan konsumtif, sedangkan literasi keuangan yang tinggi dan pengendalian diri yang baik dapat menurunkan perilaku konsumtif tersebut.⁵

Oleh karena itu, strategi finansial yang efektif harus mengedepankan peningkatan literasi keuangan dan pengendalian diri. Edukasi keuangan yang berkelanjutan dan perubahan norma sosial yang mendukung pengelolaan keuangan sehat sangat penting untuk mengurangi perilaku konsumtif, terutama pada kelompok generasi muda. Selain hal tersebut, pengaruh gaya hidup dan kemudahan akses teknologi seperti e-money perlu diwaspadai karena dapat meningkatkan pengeluaran tanpa kontrol yang tepat.⁶

³ *Ibid.*, hal. 166-167

⁴ Lita Tribuana, "Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri dan Konformitas Hedonis terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa", *Jurnal Pisma* Vol. 1 No. 1 (2020), hal. 147

⁵ Hendeiza Ayu Dinanti Dan Yessi Nesnari, "Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya hidup, Kontrol Diri Dan Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Di Kota Pekanbaru", *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi* Vol. 4, No. 1, November 2024, hal. 1263

⁶ *Ibid.*..., hal. 1264

Sintesis Penyesuaian Otomatis dalam Ekonomi Mikro

Dalam konteks ekonomi mikro, sintesis penyesuaian otomatis merujuk pada proses adaptif individu dalam menyesuaikan perilaku ekonomi khususnya konsumsi, tabungan, dan pencarian pendapatan alternatif berdasarkan perubahan kondisi keuangan dan lingkungan sosial ekonomi. Proses ini sangat relevan dalam memahami dinamika perilaku keuangan *Generasi Z*, kelompok yang dikenal memiliki gaya hidup digital, fleksibel, dan responsif terhadap perubahan.

Penyesuaian otomatis ini terjadi ketika individu secara tidak langsung melakukan koreksi terhadap kebiasaan finansialnya, seperti mengurangi konsumsi saat pendapatan menurun, atau mencari sumber pendapatan tambahan saat pengeluaran meningkat. Dalam ranah mikroekonomi, hal ini mencerminkan rasionalitas terbatas (*bounded rationality*) di mana keputusan finansial tidak selalu berdasarkan kalkulasi sempurna, tetapi melalui pengalaman, persepsi risiko, dan dorongan psikologis.

Penelitian oleh Setiawan dan Amar (2022) menunjukkan bahwa konsumsi masyarakat Indonesia sangat dipengaruhi oleh pendapatan dan konsumsi tahun sebelumnya, hal ini mencerminkan bahwa penyesuaian konsumsi dilakukan secara otomatis berdasar pada kondisi ekonomi masa lalu. Fenomena ini mencerminkan pola adaptasi yang juga berlaku pada *Generasi Z*, yang kerap menyesuaikan gaya hidup konsumtifnya secara reaktif terhadap fluktuasi penghasilan.⁷ Selanjutnya, studi yang dilakukan oleh Sitorus, Yafiz, dan Kamilah (2022) menegaskan bahwa pendapatan berfungsi sebagai variabel antara dalam memediasi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif. Artinya, bagi *Generasi Z*, pendapatan tidak hanya menjadi penentu langsung pengeluaran, tetapi juga pemicu munculnya alternatif baru untuk memperoleh dana, seperti melalui *freelance*, bisnis daring, atau investasi digital.⁸ Penelitian oleh Lumbantobing dan Siagian (2023) menyoroti bahwa kontrol diri berperan penting dalam membatasi perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa penyesuaian otomatis pada *Generasi Z* tidak hanya bersifat eksternal (berbasis pendapatan), tetapi juga internal (berbasis pengendalian diri).⁹ Pengguna layanan *Buy Now Pay Later*, seperti yang dikaji oleh Prawitasari (2023), juga menunjukkan bentuk penyesuaian otomatis di mana *Generasi Z* memilih metode pembayaran yang fleksibel namun tetap mempertimbangkan sikap keuangan dan kebiasaan menabung.¹⁰

Dengan demikian, sintesis penyesuaian otomatis merupakan kerangka penting dalam memahami strategi finansial *Generasi Z*, di mana mekanisme adaptif terhadap kondisi ekonomi menjadi kunci dalam menjaga stabilitas konsumsi dan eksplorasi pendapatan alternatif. Melalui pemahaman mikroekonomi ini, penelitian ini menekankan bahwa *Generasi Z* bukan sekadar konsumen digital, melainkan juga agen ekonomi yang aktif beradaptasi dengan cara-cara finansial yang cerdas dan fleksibel.

Gaya Hidup dan Keuangan *Generasi-Z*

Generasi Z mencakup individu yang lahir antara tahun 1995 hingga 2010. Kelompok ini kerap disebut sebagai "generasi digital" karena tumbuh bersamaan dengan kemajuan teknologi yang sangat cepat, terutama dengan munculnya *smartphone*. Berbeda dari generasi milenial yang lahir antara 1977 hingga 1994, *Gen Z* menunjukkan keterikatan yang lebih dalam

⁷ Setiawan, D., & Amar, S., "Analisis Pengaruh Pendapatan, Tabungan Dan Konsumsi Tahun Sebelumnya Terhadap Konsumsi Masyarakat Di Indonesia", *Jurnal Kajian Ekonomi dan Pembangunan* (2022), hal. 85–87

⁸ Sitorus, F. S., Yafiz, M., & Kamilah, K., "Analisis Determinan Perilaku Konsumtif Keluarga Muslim Kota Tanjungbalai Dengan Pendapatan Sebagai Variabel Intervening", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* Vol. 8 No. 3 (2022), hal. 3753–3760

⁹ Lumbantobing, I. J., & Siagian, L., "Pengaruh Pengendalian Diri Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas HKBP Nommensen Medan Tahun 2023", *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Entrepreneurship* Vol. 1 No. 3 (2023), hal. 14–23

¹⁰ Prawitasari, P. P., "Pengaruh Self Control Dan Financial Attitude Terhadap Saving Behavior Pengguna Layanan Buy Now Pay Later", *Jurnal Ilmiah Edunomika* Vol. 7 No. 1 (2023), hal. 1–3

terhadap inovasi teknologi dan dikenal memiliki tingkat kreativitas yang tinggi (Oustin, 2023). Menurut Subowo, A. T. (2021), pesatnya perkembangan dunia digital di era ini membuat Generasi Z sangat bergantung pada perangkat dan teknologi digital, yang pada akhirnya ikut membentuk karakter dan cara berpikir mereka.

Pada masa kini, gaya hidup sering kali dipandang sebagai kebutuhan pokok, terutama ketika kesenangan dan kepuasan pribadi menjadi prioritas yang dipengaruhi oleh tren populer. Hal ini sangat mencolok dalam kehidupan para remaja yang berusaha beradaptasi dengan perubahan zaman yang semakin canggih (Oustin, 2023). Meskipun semua individu memiliki gaya hidup masing-masing, ada beberapa elemen yang membedakan satu orang dengan yang lain, seperti jenis aktivitas, minat pribadi, serta cara pandang. Gustika (2024) mengidentifikasi enam aspek utama yang memengaruhi gaya hidup, yakni: sikap, pengalaman hidup, kepribadian, konsep diri, motivasi, serta persepsi. Generasi Z memiliki sejumlah karakteristik khas, antara lain:

1. **Serba digital** : Kemajuan teknologi yang sangat cepat di masa Gen Z dianggap sebagai sesuatu yang biasa. Segala kebutuhan mereka bisa dipenuhi hanya dengan mengakses aplikasi atau situs web. Walaupun interaksi fisik jadi berkurang, hal ini tidak menjadi masalah besar bagi mereka, karena efisiensi yang ditawarkan teknologi sangat mereka hargai. Aktivitas digital seperti mengklik dan menggulir menjadi bagian dari keseharian mereka.
2. **Fear Of Missing Out (FOMO)** : Sebagai generasi yang tumbuh dalam era internet, Gen Z gemar mencari informasi yang dianggap penting, khususnya yang berkaitan dengan pekerjaan atau kehidupan sosial mereka. Ketakutan akan tertinggal berita atau informasi terbaru mendorong mereka untuk terus memperbarui wawasan. Mereka juga sering belajar dari pengalaman orang lain agar dapat bersaing lebih baik.
3. **Generasi yang mandiri** : Generasi ini dikenal mandiri karena mampu mempelajari banyak hal sendiri, cukup dengan menonton tutorial di internet. Mereka merasa lebih nyaman mengerjakan tugas secara individu, yang kadang membuat mereka dianggap kurang efektif dalam kerja tim. Sikap ini turut mendorong minat mereka menjadi wirausahawan, karena mereka lebih menyukai kebebasan dibanding aturan kerja yang ketat.
4. **Weconomist** : Gen Z sangat akrab dengan konsep kolaborasi dalam dunia ekonomi digital. Mereka aktif dalam platform seperti Gojek, Grab, atau Disney+ Hotstar dan lebih terbuka dalam menjalin kerja sama, asalkan kesepakatannya jelas. Mereka tidak terikat pada sistem kerja yang kaku dan lebih mengutamakan fleksibilitas.¹¹

Di Indonesia, banyak anak muda dari Generasi Z yang sudah mulai bekerja dan memiliki penghasilan sendiri. Namun, mereka menghadapi tantangan besar dalam hal kesejahteraan finansial atau *financial wellbeing*. Salah satu masalah utamanya adalah penghasilan yang mereka dapatkan sering kali tidak cukup untuk menutupi gaya hidup dan pengeluaran mereka yang tinggi.

Menurut survei oleh Katadata Insight Center (KIC) yang telah dilakukan pada tahun 2021, ditemukan banyak dari mereka justru menghabiskan uang lebih banyak daripada yang mereka hasilkan setiap bulan. Artinya, pengeluaran mereka melebihi pendapatan. Kondisi ini banyak dipengaruhi oleh pola pikir yang umum di kalangan Gen Z, seperti *FOMO* (takut ketinggalan tren) dan *YOLO* (hidup hanya sekali). Kedua cara berpikir ini mendorong mereka untuk mengutamakan kesenangan sesaat dan mengikuti gaya hidup konsumtif, tanpa terlalu memikirkan masa depan keuangan mereka.

Masalah ini semakin rumit karena banyak dari mereka belum memiliki pengetahuan keuangan yang memadai (*financial literacy*) dan masih kurang dalam kemampuan mengontrol diri (*self-control*). Menurut data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tahun 2024, tingkat

¹¹ Oktavia Ramadhani dan Khoirunnisa'. "Generasi Z dan Teknologi: Gaya Hidup Generasi Z di Era Digita". *Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial* Vol. 3 No. 1 (2025), hal 326–327

literasi keuangan Generasi Z hanya mencapai 70,19%. Angka ini merupakan yang paling rendah jika dibandingkan dengan kelompok usia lainnya. Artinya, banyak dari mereka belum benar-benar memahami cara mengelola uang dengan bijak, seperti menabung, berinvestasi, atau membuat anggaran.¹²

Berdasarkan Penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa Generasi Z di Indonesia merupakan kelompok yang sangat terhubung dengan teknologi dan digitalisasi, yang memengaruhi gaya hidup mereka yang cenderung konsumtif, serba instan, dan mengikuti tren. Meskipun mereka memiliki kemandirian tinggi dan adaptif terhadap kemajuan zaman, banyak dari mereka menghadapi tantangan serius dalam hal keuangan pribadi. Penghasilan yang tidak seimbang dengan gaya hidup, dipengaruhi oleh pola pikir *FOMO* dan *YOLO*, serta minimnya literasi keuangan dan pengendalian diri, membuat mereka rentan terhadap masalah finansial. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan edukasi keuangan dan kesadaran akan pentingnya perencanaan masa depan agar mereka dapat mencapai kesejahteraan finansial yang lebih stabil.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Metode ini bertujuan untuk memberikan gambaran secara akurat, faktual, dan sistematis mengenai sifat, fakta, serta fenomena terkini yang berkaitan dengan strategi finansial Generasi-Z, khususnya dalam konteks mekanisme penyesuaian pendapatan dan sintesis penyesuaian otomatis. Fokus penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana Generasi-Z menyesuaikan strategi keuangan mereka, baik dalam aspek pengelolaan konsumsi maupun pencarian pendapatan alternatif, seiring dengan munculnya sistem atau teknologi yang memungkinkan penyesuaian keuangan secara otomatis. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi lebih dalam pola adaptasi finansial Generasi-Z dalam menghadapi tantangan dan peluang di era ekonomi digital.

Peneliti mengaplikasikan teknik penelitian kepustakaan untuk pengumpulan data. Sumber data yang digunakan diambil dari berbagai referensi terkait, termasuk buku, jurnal ilmiah, artikel daring, dan laporan penelitian sebelumnya. Proses pengumpulan datanya dilakukan dengan mengidentifikasi, memilih, memfilter dan mencatat informasi yang diperlukan sesuai dengan rumusan masalah penelitian.

Data yang terkumpul mengalami proses transformasional berupa pemrosesan dan analisis. Teknik yang diaplikasikan oleh peneliti untuk proses penganalisisan data merupakan reduksi data, yaitu proses pemilihan, penyederhanaan, pengabstraksian, Hal ini dilakukan untuk memberikan makna yang mudah dipahami.

PENELITIAN TERDAHULU

Pada penelitian yang dilakukan oleh Ngadi Permana, Grace Yulianti, dan Diani Austin dalam jurnal yang membahas tentang Menabung Dan Berinvestasi: Memahami Dasar-Dasar Literasi Keuangan Untuk Gen Z yang didalamnya memaparkan bahwa banyak studi menunjukkan bahwa pemahaman akan literasi keuangan memiliki dampak yang signifikan positif terhadap perilaku pengelolaan keuangan Generasi Z. Literasi ini membantu mereka dalam pengambilan keputusan keuangan, termasuk penganggaran, menabung, investasi, dan pengelolaan risiko.¹³

Penelitian oleh Hera Maysaroh, tentang Analisis Perilaku Keuangan Generasi Z Dalam *Cashless Society* yang berada pada Wilayah Kecamatan Cakung Jakarta Timur mengutarakan

¹² Joshua Oktavianus, Liliana Inggrit Wijaya, Bertha Silvia Sutedjo. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Financial Wellbeing* Generasi Z Berpenghasilan di Surabaya", *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi* Vol. 9 No. 1 (2025), hal. 337

¹³ Ngadi Permana, Grace Yulianti Dandiani Austin, "Menabung Dan Berinvestasi: Memahami Dasar-Dasar Literasi Keuangan Untuk Gen Z", *Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, Vol. 4 No. 1 (2025), hal. 100.

bahwa Gaya hidup konsumtif yang dipengaruhi media sosial dan teknologi finansial turut membentuk perilaku konsumsi Generasi Z. Teknologi finansial memudahkan akses ke produk investasi dan alat pengelolaan keuangan, sehingga Generasi Z dapat melakukan penyesuaian otomatis dalam pengelolaan keuangan mereka, seperti pencatatan transaksi digital dan penggunaan aplikasi keuangan.¹⁴

Sedangkan penelitian oleh Evih Muaviah, dkk. Tentang Generasi Z dalam Melangkah di Era Digital dengan Bijak dan Terencana, memberikan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa Generasi Z menyesuaikan perilaku konsumsi mereka berdasarkan evaluasi pengeluaran sebelumnya, pemasukan yang diperoleh, dan prioritas kebutuhan dasar (sandang, papan, pangan). Mereka juga menggunakan berbagai sumber pendapatan alternatif dan strategi menabung atau investasi untuk mempersiapkan masa depan.¹⁵

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil finansial Gen-Z

Gen Z cenderung belum memiliki pendapatan tetap karena banyak yang masih berstatus pelajar atau mahasiswa, walaupun sudah memiliki penghasilan tetapi pendapatan yang diperoleh minim atau kecil yang tidak memiliki keseimbangan dengan tingginya pengeluaran serta kecenderungan hidup yang konsumtif. serta pengelolaan keuangan mereka sangat dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti teknologi dan media sosial yang memicu perilaku konsumtif dan impulsive.¹⁶

Teknologi *finansial* (fintech) sangat berperan dalam perilaku konsumsi Gen Z, terutama layanan *paylater* dan pinjaman online yang memudahkan akses kredit. Fenomena ini diperparah oleh mentalitas *fear of missing out* (FOMO) yang mendorong Gen Z untuk membeli barang secara impulsif agar tidak ketinggalan tren. OJK mencatat bahwa anak muda usia 19-34 tahun mendominasi pinjaman fintech dengan total outstanding mencapai Rp37,19 triliun, yang menunjukkan risiko tingginya ketergantungan pada pinjaman digit.¹⁷

Kurangnya pola pikir yang tepat terkait kestabilan keuangan pada Generasi Z disebabkan oleh rendahnya literasi keuangan serta lemahnya pengendalian diri. Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tahun 2024, tingkat literasi keuangan Gen Z hanya mencapai 70,19%, menjadikannya yang terendah di antara semua kelompok usia. Selain itu, pada tahun yang sama, Gen Z tercatat memiliki pinjaman online sebesar Rp28,8 triliun yang belum terlunasi, mencerminkan kecenderungan berperilaku konsumtif dan kurangnya kemampuan dalam mengelola keuangan secara bijak. Mengingat Gen Z mewakili 26,46% dari total populasi Indonesia, kondisi ini tentu berdampak signifikan terhadap masa depan finansial generasi tersebut.¹⁸

Maka dalam hal pengelolaan keuangan, literasi keuangan menjadi kunci penting. Meskipun akses terhadap informasi semakin mudah dengan kehadiran influencer dan edukasi digital, banyak Gen Z yang masih kesulitan membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Para ahli menekankan pentingnya perencanaan keuangan yang mencakup pengaturan pemasukan, pengeluaran, tabungan, dan investasi dengan disiplin, agar Gen Z dapat mencapai kestabilan finansial jangka panjang.¹⁹

¹⁴ Hera Maysaroh, "Analisis Perilaku Keuangan Generasi Z dalam Cashless Society *SOCIETY* di wilayah Kecamatan Cakung Jakarta Timur", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* (2021), hal. 14.

¹⁵ Evih Muaviah, dkk, "Generasi Z: dalam Melangkah di Era Digital dengan Bijak dan Terencana", *Journal of Social Contemplativa* Vol. 1 No. 2 (2023), hal. 76

¹⁶ Universitas Gadjah Mada Fakultas Ekonomiks Dan Bisnis, *Tips Mengelola Keuangan Untuk Generasi Z*, Dalam <https://Feb.Ugm.Ac.Id/Id/Berita/9549-Tips-Mengelola-Kuangan-Untuk-Generasi-Z>, Diakses Pada 4 Mei 2025

¹⁷ Hanifa Zahra Chaniago Dan Rahman Amrullah Suwaidi, "Analisis Perilaku Pengelolaan Keuangan Generasi Z Pengguna *Shopee Paylater*", *Jurnal Ekonomi Efektif* Vol.7 No.1 (2024), hal. 19

¹⁸ Joshua Oktavianus, Liliansa Inggrit Wijaya, Dan Bertha Silvia Sutedjo, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Financialwellbeing* Generasi Z Berpenghasilandi Surabaya, Indonesia", *Jurnal Ilmiah MEA* Vol. 9 No. 1 (2025), hal. 335

¹⁹ Universitas Gadjah Mada Fakultas Ekonomiks Dan Bisnis, *Tips Mengelola Keuangan Untuk Generasi Z*,...

Dalam hal ini juga berpengaruh bahwa kontrol diri serta sikap keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku dalam pengelolaan keuangan Gen Z. misalnya pada Mahasiswa dengan kontrol diri tinggi cenderung lebih bijak dalam menggunakan layanan fintech seperti paylater, mampu menahan diri dari pembelian impulsif, dan fokus pada prioritas keuangan yang telah ditetapkan. Hal ini penting untuk menghindari masalah keuangan serius yang dapat timbul akibat penggunaan kredit tanpa perencanaan matang.²⁰

Karena banyak survei menunjukkan bahwa kebiasaan menabung Gen Z masih rendah, dengan banyak yang hanya menabung dari uang sisa dan belum membiasakan alokasi dana secara terstruktur. Hal ini diperparah dengan gaya hidup yang konsumtif yang dipengaruhi oleh media sosial dan promosi yang agresif. Oleh karena itu, penguatan literasi keuangan dan pembentukan kebiasaan menabung sejak dini sangat diperlukan untuk membangun profil finansial Gen Z yang sehat dan berkelanjutan.²¹

Pola Konsumsi dan Sumber Pendapatan Alternatif

Generasi Z, lahir setelah tahun 1995, tumbuh di tengah pesatnya perkembangan teknologi digital, sehingga mereka sering disebut sebagai “*digital native*” atau warga asli digital. Kelompok ini lebih sering memanfaatkan media berbasis internet dan platform digital untuk mencari informasi, berbeda dengan generasi sebelumnya yang lebih bergantung pada media tradisional. Perbedaan ini menunjukkan adanya perubahan pola konsumsi informasi di masyarakat, dari media konvensional menuju media digital.²²

Dalam hal pencarian informasi, Generasi Z cenderung menjadikan media digital sebagai sumber utama. Mereka lebih menyukai platform digital dan media sosial dibandingkan saluran konvensional seperti surat kabar atau televisi. Temuan dari IDN Research Institute dan Advisia (2024) memperkuat hal ini, menunjukkan bahwa 73% responden dari kalangan Generasi Z menggunakan media sosial sebagai referensi utama dalam memperoleh informasi. Namun, meskipun dominan menggunakan media digital, sebagian dari mereka masih mengakses media konvensional, seperti televisi, menunjukkan adanya pola konsumsi yang hybrid.²³

Dalam konteks konsumsi produk dan layanan, Generasi Z menunjukkan kecenderungan yang kuat terhadap belanja online dan penggunaan platform e-commerce. Terbukti selama pandemi COVID-19, terdapat peningkatan signifikan dalam frekuensi dan jumlah transaksi belanja online di kalangan Generasi Z. Kemudahan akses, kenyamanan, dan berbagai pilihan produk menjadi faktor pendorong utama dalam preferensi mereka terhadap belanja daring.

Selain itu, perilaku konsumtif Generasi Z juga dipengaruhi oleh persepsi kemudahan dan kegunaan teknologi. Penelitian oleh Harahap et al. (2024) menemukan bahwa persepsi terhadap kemudahan penggunaan dan manfaat teknologi memiliki kontribusi sebesar 58% terhadap perilaku konsumtif Generasi Z dalam menggunakan jasa layanan antar makanan. Hal ini menunjukkan bahwa adopsi teknologi yang tinggi di kalangan Generasi Z berbanding lurus dengan peningkatan perilaku konsumtif mereka.²⁴

Namun, pola konsumsi yang tinggi ini juga menimbulkan tantangan, terutama terkait dengan literasi keuangan dan pengendalian diri. Banyak dari Generasi Z yang mengalami kesulitan dalam mengelola keuangan pribadi, yang dapat berdampak negatif pada kesejahteraan finansial mereka di masa depan. Oleh karena itu, penting bagi para pemangku

²⁰ Rama Pradika Akbar Rohmad dan Fuad Armansyah, “Perilaku Keuangan Generasi Z Berdasarkan Literasi Keuangan, Efikasi Diri, Dan Gender”, *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* Vol. 2 No. 2 (2023), hal. 109

²¹Ngadi Permana, Grace Yulianti Dandiani Austin, ”Menabung Dan...”, hal. 95

²² Ummi Sarifatul Mufidah. “Pola Konsumsi Generasi Z dalam Menggunakan E-Commerce Platfrom”, *Jurnal IAINPTK Vol. 2 No 2 (2023)*, hal. 219

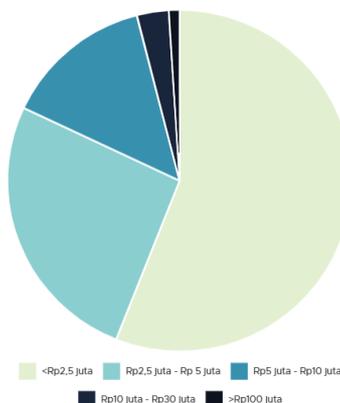
²³ Florentina Krisan Putri, S. Rouli Manalu, Joyo Nur Suryanto Gono. “Pola Konsumsi Informasi Melalui Media di Kalangan Generasi Z”, *Jurnal UNZIP. Diakses 4 Mei 2025*

²⁴ Silvia Anjani Nasution ,Sugianto ,Reni Ria Armayani. “Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Generasi Z pada Penggunaan Jasa Layanan Antar Makanan”, *SANTRI : Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*. Vol. 2 No. 5 (2024), hal. 225

kepentingan untuk memahami karakteristik konsumsi Generasi Z dan menyediakan edukasi serta sumber daya yang dapat membantu mereka dalam membuat keputusan konsumsi yang bijak dan berkelanjutan.

Rata-rata Pendapatan Gen Z 2023

Sumber: Indonesia Gen Z Report 2024



Generasi Z di Indonesia menunjukkan fleksibilitas dan kreativitas tinggi dalam mencari sumber pendapatan alternatif di luar pekerjaan tetap. Hal ini terjadi karena mereka tumbuh dalam era digital yang memungkinkan berbagai peluang penghasilan baru yang sebelumnya tidak tersedia bagi generasi sebelumnya. Banyak dari mereka memanfaatkan teknologi digital untuk menciptakan atau menemukan aliran pendapatan tambahan yang sesuai dengan minat dan keterampilan mereka.

Salah satu bentuk pendapatan alternatif yang umum dijalani Gen Z adalah menjadi freelancer atau pekerja lepas. Aktivitas ini meliputi berbagai bidang, seperti desain grafis, editing video, penulisan konten, penerjemahan, hingga pengelolaan media sosial. Mereka kerap menggunakan platform seperti Fiverr, Upwork, dan Sribulancer untuk menawarkan jasa kepada klien di dalam maupun luar negeri. Pekerjaan freelance memberikan fleksibilitas waktu dan tempat, yang sangat cocok dengan gaya hidup Gen Z yang cenderung dinamis dan tidak menyukai struktur kerja yang kaku. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Suciska dan Gunawibawa (2020), disebutkan bahwa karakter mandiri dan adaptif Gen Z membuat mereka cepat beradaptasi dengan pekerjaan digital ini.²⁵

Selain itu, banyak dari mereka yang menjadikan media sosial sebagai sumber penghasilan. Dengan menjadi content creator di platform seperti TikTok, YouTube, dan Instagram, Gen Z dapat memperoleh pendapatan dari endorsement, monetisasi iklan, dan kerja sama merek. Menurut riset IDN Times (2024), sejumlah besar Gen Z menjadikan aktivitas ini bukan hanya sebagai hobi, tetapi juga sebagai cara utama untuk menghasilkan uang, bahkan hingga menggantikan pekerjaan konvensional. Media sosial bukan hanya alat komunikasi bagi mereka, melainkan juga sarana untuk membangun personal branding dan portofolio digital.

Investasi juga menjadi pilihan populer sebagai sumber pendapatan pasif di kalangan Gen Z. Semakin banyak dari mereka yang mulai terjun ke dunia saham, reksa dana, dan bahkan aset kripto. Data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2024) menunjukkan bahwa partisipasi investor Gen Z di pasar modal meningkat tajam dalam lima tahun terakhir. Motivasi utama mereka biasanya adalah keinginan untuk mencapai kebebasan finansial lebih awal dan tidak terlalu tergantung pada satu pekerjaan tetap. Namun demikian, tantangan tetap ada, terutama karena masih rendahnya literasi keuangan di kalangan Gen Z, yang bisa memicu risiko dalam pengambilan keputusan investasi.²⁶

²⁵ Wulan Suciska dan Gunawibawa. "Pola Konsumsi Berita Pada Kelompok Khalayak Digital di Kota Bandar Lampung". *Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol. 17 No. 2 (2022), hal. 115

²⁶ Yanuar Pribadi. "Preferensi Generasi Z untuk Berinvestasi pada Instrumen Surat Berharga Negara", *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam* Vol. 12 No. 1 (2024), hal. 328

Tak hanya itu, e-commerce juga menjadi lahan potensial bagi Gen Z untuk memperoleh penghasilan tambahan. Banyak dari mereka yang menjalankan bisnis daring melalui marketplace seperti Tokopedia, Shopee, dan TikTok Shop. Produk yang dijual pun beragam, mulai dari pakaian, aksesoris, produk kecantikan, hingga makanan ringan. Kemampuan mereka dalam membaca tren dan memanfaatkan algoritma platform menjadi keunggulan yang membedakan bisnis Gen Z dari generasi sebelumnya. Gen Z memiliki kecenderungan untuk menggabungkan kreativitas dan teknologi sebagai strategi dalam membangun usaha online.²⁷

Secara keseluruhan, sumber pendapatan alternatif Gen Z sangat dipengaruhi oleh keterampilan digital, akses terhadap teknologi, dan keinginan untuk memiliki kontrol lebih besar atas waktu dan kehidupan finansial mereka. Meski demikian, masih dibutuhkan pembekalan literasi keuangan dan manajemen waktu agar semua potensi ini bisa dimanfaatkan secara optimal dan berkelanjutan.

Berdasarkan paparan di atas, dapat disimpulkan bahwa Generasi Z merupakan kelompok yang tumbuh dalam lingkungan digital dan menunjukkan pergeseran pola konsumsi informasi serta produk secara signifikan ke arah digital. Mereka mengandalkan media sosial sebagai sumber informasi utama, lebih memilih belanja daring karena kemudahan dan efisiensinya, serta memiliki kecenderungan konsumtif yang tinggi akibat pengaruh teknologi. Di sisi lain, Generasi Z juga menunjukkan fleksibilitas dan kreativitas dalam mencari sumber pendapatan alternatif seperti menjadi freelancer, content creator, investor, dan pelaku bisnis online. Namun, tingginya ketergantungan terhadap teknologi dan rendahnya literasi keuangan tetap menjadi tantangan utama yang perlu mendapat perhatian. Oleh karena itu, edukasi finansial dan dukungan dalam pengembangan keterampilan digital sangat penting untuk membantu Generasi Z mengelola konsumsi dan keuangan mereka secara bijak dan berkelanjutan.

Strategi Penyesuaian Otomatis yang digunakan oleh Generasi-Z

Generasi Z, yang tumbuh dalam era digital, menunjukkan kemampuan adaptasi yang tinggi terhadap perubahan kondisi ekonomi. Mereka mengembangkan berbagai strategi penyesuaian otomatis dalam mengelola keuangan pribadi, terutama dalam hal konsumsi dan pencarian pendapatan alternatif. Strategi ini mencakup upaya sadar maupun tidak sadar untuk mengatur kembali kebiasaan finansial agar tetap seimbang di tengah perubahan ekonomi yang cepat.

Salah satu strategi utama adalah **otomatisasi alokasi keuangan melalui fitur digital**, seperti autodebit untuk tabungan dan investasi mikro melalui aplikasi reksadana atau emas digital. Generasi Z memanfaatkan otomatisasi digital sebagai cara agar pengeluaran tetap terkendali tanpa harus dipantau setiap hari. Hal ini sejalan dengan perilaku ekonomis berbasis teknologi yang menjadi ciri khas kelompok ini. Strategi lain yang signifikan adalah **pola pengeluaran berbasis skala prioritas**, di mana pengeluaran dikelompokkan menjadi kebutuhan primer, sekunder, dan tersier. Penelitian oleh Sari & Manjaleni (2025) menunjukkan bahwa semakin tinggi literasi keuangan seorang individu, semakin baik ia dalam menyusun skala prioritas konsumsi, yang memperkecil kecenderungan impulsif dan meningkatkan kontrol diri finansial. Strategi ini merupakan bentuk penyesuaian otomatis berbasis kognitif yang memungkinkan Generasi Z menghindari tekanan sosial dan iklan yang mendorong perilaku konsumtif.²⁸ Tak kalah penting, Generasi Z juga semakin aktif **mengembangkan pendapatan alternatif**, seperti membuka usaha kecil daring, menjadi

²⁷ Deandra Rafiq Daffa. "Gen-Z: Eksplorasi Identitas Budaya dan Tantangan Sosial Dalam Era Digital". *Jurnal Insan Pendidikan dan Sosial Humaniora*. Vol. 2 No. 2, 2024, hal. 253

²⁸ Sari, R. A., & Manjaleni, R., "Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan E-money, dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kota Bandung", *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)* Vol. 11 No. 2 (2025), hal. 878–889

konten kreator, atau mengikuti pekerjaan berbasis proyek (*freelancing*). Menurut Maharani dan Munadjat (2024), diversifikasi pendapatan menjadi strategi utama Generasi Z dalam mengatasi ketidakpastian ekonomi dan mempertahankan stabilitas keuangan jangka panjang.²⁹ Selain itu, muncul pula strategi **konsumsi berbasis komunitas atau kolaboratif**, seperti penggunaan barang bersama (*shared economy*) melalui platform seperti sewa pakaian, kendaraan, hingga gadget. Strategi ini tidak hanya membantu efisiensi pengeluaran, tetapi juga mencerminkan nilai keberlanjutan yang tumbuh di kalangan anak muda. Nuraini (2021) mencatat bahwa komunitas digital turut memperkuat praktik konsumsi yang lebih hemat dan bijak di kalangan Gen Z.³⁰ Terakhir, strategi penyesuaian otomatis lainnya adalah **penggunaan fitur pembatasan pengeluaran** pada aplikasi keuangan, seperti *limit spending*, *financial reminder*, atau *digital envelope budgeting*. Fitur-fitur ini menjadi alat bantu yang secara otomatis memperingatkan pengguna ketika pengeluaran mulai melebihi batas yang telah ditentukan, yang sangat berguna untuk mengontrol gaya hidup impulsif yang umum terjadi di generasi ini.³¹

Dengan berbagai strategi tersebut, Generasi Z menunjukkan kemampuan yang adaptif dan cerdas dalam mengelola keuangan pribadi. Melalui integrasi teknologi, penguatan literasi keuangan, dan inovasi sosial, strategi penyesuaian otomatis ini menjadi pondasi penting dalam menciptakan sistem finansial yang lebih stabil dan berkelanjutan bagi generasi muda.

KESIMPULAN

Generasi Z menunjukkan karakteristik keuangan yang cukup kompleks, di mana penghasilan yang belum stabil dan gaya hidup konsumtif menjadi tantangan utama. Tingkat literasi keuangan yang rendah, disertai dengan kontrol diri yang lemah, membuat mereka rentan terhadap keputusan keuangan impulsif, terutama dengan kemudahan akses terhadap layanan keuangan digital seperti *paylater* dan pinjaman online. Meskipun demikian, kesadaran akan pentingnya pengelolaan keuangan secara disiplin mulai tumbuh, ditandai dengan meningkatnya perhatian terhadap pengaturan anggaran, tabungan, dan investasi. Namun, perlu adanya edukasi yang lebih intensif agar mereka mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan serta mengurangi kecenderungan berutang.

Dalam pola konsumsi, Generasi Z cenderung memilih platform digital dan media sosial sebagai sumber utama informasi dan transaksi, yang berdampak pada tingginya frekuensi belanja online dan konsumsi layanan berbasis teknologi. Kecenderungan konsumtif ini diperkuat oleh persepsi kemudahan dan kenyamanan, serta pengaruh sosial media dan promosi digital. Di sisi lain, Gen Z juga menunjukkan kreativitas dan fleksibilitas tinggi dalam menciptakan sumber pendapatan alternatif melalui kegiatan *freelance*, *content creation*, investasi digital, dan bisnis online. Meskipun memiliki potensi besar dalam mengoptimalkan peluang ekonomi digital, rendahnya literasi keuangan masih menjadi hambatan dalam pengambilan keputusan finansial yang bijak.

Untuk menanggapi dinamika ekonomi yang berubah cepat, Generasi Z telah mengembangkan strategi penyesuaian otomatis yang mencakup otomatisasi tabungan dan investasi, penggunaan aplikasi keuangan untuk mengontrol pengeluaran, serta penyusunan prioritas konsumsi berdasarkan kebutuhan. Selain itu, mereka juga memanfaatkan konsep konsumsi kolaboratif dan diversifikasi pendapatan sebagai langkah strategis dalam menjaga kestabilan finansial. Inovasi ini mencerminkan adaptasi yang cerdas terhadap gaya hidup digital serta respons terhadap tekanan sosial dan ekonomi. Dengan demikian, pendekatan ini

²⁹ Maharani, A. D., & Munadjat, B., "Hubungan Antara Kemandirian Finansial dan Perilaku Konsumsi Berkelanjutan Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi Di Kalangan Generasi Z", Prosiding Seminar Nasional Manajemen.

³⁰ Nuraini, A., "Peran Media Sosial dalam Meningkatkan Kesadaran Keuangan Generasi Z di Indonesia", *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol. 5 No. 2 (2024), hal. 30–34

³¹ Wibowo, W., & Ayuningtyas, F., "Generasi Z sebagai Konsumen Masa Depan: Karakteristik, Preferensi, dan Tantangan Baru", *Jurnal Buana Komunikasi* Vol. 5 No. 2 (2024), hal. 92–94

menjadi fondasi penting dalam membentuk sistem keuangan pribadi yang sehat, fleksibel, dan berkelanjutan bagi generasi muda Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- A D. Maharani, & Munadjat, B..“Hubungan Antara Kemandirian Finansial dan Perilaku Konsumsi Berkelanjutan Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi Di Kalangan Generasi Z”. Prosiding Seminar Nasional Manajemen.
- Anjani Nasution Silvia, Sugianto ,Reni Ria Armayani. 2024. “Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Generasi Z pada Penggunaan Jasa Layanan Antar Makanan”. *SANTRI : Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*. Vol. 2 No. 5.
- A Nuraini. 2024. “Peran Media Sosial dalam Meningkatkan Kesadaran Keuangan Generasi Z di Indonesia”, *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol. 5 No. 2.
- Ayu Dinanti Hendeiza Dan Yessi Nesnari. 2024. “Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya hidup, Kontrol Diri Dan Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Di Kota Pekanbaru”. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi* Vol. 4, No. 1, November.
- D Setiawan & Amar, S.. 2022. “Analisis Pengaruh Pendapatan, Tabungan Dan Konsumsi Tahun Sebelumnya Terhadap Konsumsi Masyarakat Di Indonesia”. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Pembangunan*.
- Ermalina Rumbika Ferrina, Rudi Kurniawan, dan Rafles Ginting. 2024. “Menguak Perilaku Konsumtif Generasi Z dalam Penggunaan Digital Payment dan Literasi Keuangan Berdasarkan Mental Accounting : Sebuah Studi Fenomenologi”. *Jurnal Akuntansi AKUNESA* Vol. 12 No. 2 Januari.
- F. S. Sitorus, Yafiz, M., & Kamilah, K.. 2022. “Analisis Determinan Perilaku Konsumtif Keluarga Muslim Kota Tanjungbalai Dengan Pendapatan Sebagai Variabel Intervening”. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* Vol. 8 No. 3.
- I. J. Lumbantobing, & Siagian, L.. 2023. “Pengaruh Pengendalian Diri Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas HKBP Nommensen Medan Tahun 2023”. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Entrepreneurship* Vol. 1 No. 3.
- Krisan Putri Florentina, S. Rouli Manalu, Joyo Nur Suryanto Gono. 2025. “Pola Konsumsi Informasi Melalui Media di Kalangan Generasi Z”. *Jurnal UNDIP. Diakses 4 Mei 2025*
- Maysaroh Hera. 2021. “Analisis Perilaku Keuangan Generasi Z dalam Cashless Society SOCIETY di wilayah Kecamatan Cakung Jakarta Timur”. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Muaviah Evih, dkk,. 2023. “Generasi Z: dalam Melangkah di Era Digital dengan Bijak dan Terencana”. *Journal of Social Contemplativa* Vol. 1 No. 2.
- Oktavianus Joshua, Liliana Inggrit Wijaya, Bertha Silvia Sutedjo. 2025. “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Financial Wellbeing* Generasi Z Berpenghasilan di Surabaya”. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi* Vol. 9 No. 1.
- P. P. Prawitasari. 2023. “Pengaruh Self Control Dan Financial Attitude Terhadap Saving Behavior Pengguna Layanan Buy Now Pay Later”. *Jurnal Ilmiah Edunomika* Vol. 7 No. 1.
- Permana Ngadi, Grace Yulianti Dandiani Austi. 2025. “Menabung Dan Berinvestasi: Memahami Dasar-Dasar Literasi Keuangan Untuk Gen Z”. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, Vol. 4 No. 1.
- Pradika Akbar Rohmad Rama Dan Fuad Armansyah. 2023. “Perilaku Keuangan Generasi Z Berdasarkan Literasi Keuangan, Efikasi Diri, Dan Gender”. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* Vol. 2 No. 2 Mei.
- Pribadi Yanuar. 2024. “Preferensi Generasi Z untuk Berinvestasi pada Instrumen Surat Berharga Negara”. *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam* Vol. 12 No. 1.
- R. A. Sari, & Manjaleni, R.. 2025. “Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan E-money, dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kota Bandung”. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)* Vol. 11 No. 2.

- Rafiq Daffa Deandra. 2024. "Gen-Z: Eksplorasi Identitas Budaya dan Tantangan Sosial Dalam Era Digital". *Jurnal Insan Pendidikan dan Sosial Humaniora*. Vol. 2 No. 2.
- Ramadhani Oktavia dan Khoirunnisa'. 2025. "Generasi Z dan Teknologi: Gaya Hidup Generasi Z di Era Digita". *Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial* Vol. 3 No. 1.
- Sarifatul Mufidah Ummi. 2023. "Pola Konsumsi Generasi Z dalam Menggunakan *E-Commerce Platfrom*". *Jurnal IAINPTK* Vol. 2 No 2.
- Suciska Wulan dan Gunawibawa. 2022. "Pola Konsumsi Berita Pada Kelompok Khalayak Digital di Kota Bandar Lmapung". *Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol. 17 No. 2.
- Tribuana Lita. 2020. "Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri dan Konformitas Hedonis terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa". *Jurnal Pisma* Vol. 1 No. 1.
- Universitas Gadjah Mada Fakultas Ekonomiks Dan Bisnis, *Tips Mengelola Keuangan Untuk Generasi Z*, Dalam <https://Feb.Ugm.Ac.Id/Id/Berita/9549-Tips-Mengelola-Kuangan-Untuk-Generasi-Z>, Diakses Pada 4 Mei 2025
- W. Wibowo, & Ayuningtyas, F.. 2024. "Generasi Z sebagai Konsumen Masa Depan: Karakteristik, Preferensi, dan Tantangan Baru". *Jurnal Buana Komunikasi* Vol. 5 No. 2.
- Zahra Chaniago Hanifa Dan Rahman Amrullah Suwaidi. 2024. "Analisis Perilaku Pengelolaan Keuangan Generasi Z Pengguna Shopee Paylater". *Jurnal Ekonomi Efektif* Vol.7 No. 1.