

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam kehidupan masyarakat, khususnya dalam cara individu berinteraksi, memperoleh informasi, dan membuat keputusan. Akses informasi yang cepat dan masif melalui internet dan perangkat digital memengaruhi gaya hidup, preferensi, serta pola konsumsi individu.



Gambar 1. 1

Jumlah Pengguna Internet di Indonesia

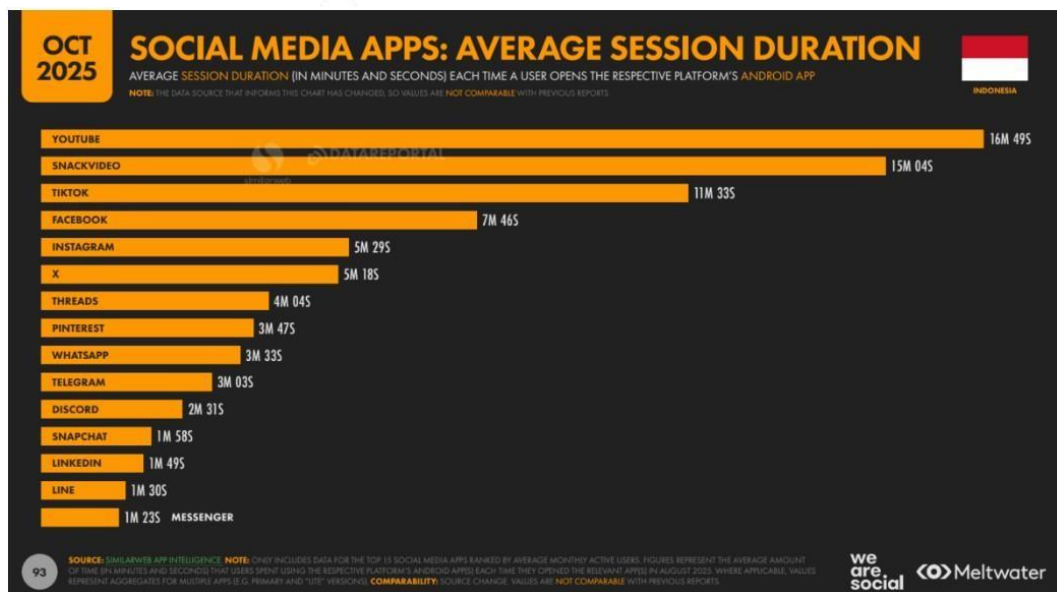
Berdasarkan Survei Internet APJII 2025, jumlah pengguna internet di Indonesia terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2023 tercatat sekitar 215 juta jiwa menggunakan internet, meningkat menjadi 221 juta jiwa pada tahun 2024, dan diproyeksikan mencapai 229 juta jiwa pada tahun 2025

(www.survei.apjii.or.id). Pertumbuhan tersebut menunjukkan penetrasi internet yang sangat masif dimasyarakat, yang berdampak pada cara individu mengakses informasi, berinteraksi sosial, dan mengambil keputusan. Selain itu, budaya konsumtif dan tekanan sosial di era digital semakin memperkuat pengaruh tersebut, sehingga individu cenderung menyesuaikan diri dengan standar sosial yang muncul di dunia maya. Fenomena tersebut menciptakan tantangan baru dalam mengelola sumber daya pribadi, baik waktu maupun finansial.

Salah satu aspek yang terdampak dari fenomena digital tersebut adalah pengelolaan keuangan pribadi. Pengelolaan keuangan pribadi merupakan kemampuan individu dalam merencanakan, mengatur, dan mengendalikan penggunaan sumber daya keuangan agar kebutuhan jangka pendek dan jangka panjang dapat terpenuhi secara optimal (Risqina & Puspita, 2025). Aktivitas pengelolaan keuangan meliputi penganggaran, pengendalian pengeluaran, menabung, serta pengambilan keputusan finansial yang rasional dan bijaksana. Kualitas pengelolaan keuangan pribadi menjadi indikator penting bagi stabilitas finansial individu (Hikma et al., 2026). Di era digital, kemampuan ini sering diuji karena adanya godaan konsumtif dan paparan informasi yang mendorong perilaku impulsif.

Kemajuan teknologi digital menghadirkan media sosial sebagai salah satu faktor eksternal yang memengaruhi pengelolaan keuangan pribadi. Media sosial seperti Instagram, TikTok, Twitter, dan YouTube tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga platform interaksi sosial dan pemasaran (Mardhatillah, 2025). Paparan konten gaya hidup, promosi, dan pencapaian orang lain melalui media

sosial dapat membentuk persepsi individu terhadap kebutuhan dan keinginan mereka. Akibatnya, individu cenderung melakukan pengeluaran yang tidak selalu sesuai dengan prioritas finansialnya



Gambar 1. 2

Pengguna Aplikasi Media Sosial

Berdasarkan data dari *We Are Social* pada Oktober 2025, durasi rata-rata penggunaan aplikasi media sosial di Indonesia menunjukkan YouTube sebagai platform dengan sesi penggunaan terlama, mencapai 16 menit 49 detik per sesi. SnackVideo dan TikTok mengikuti dengan durasi masing-masing 15 menit 4 detik dan 11 menit 33 detik, menunjukkan dominasi platform video pendek di kalangan pengguna. Pertumbuhan pengguna media sosial di Indonesia meningkat 26% secara tahunan, mencapai 180 juta pengguna atau sekitar 62,9% dari total populasi. Tren ini menegaskan bahwa jaringan sosial dan aplikasi chat/messaging tetap menjadi pusat interaksi digital masyarakat Indonesia. Dengan demikian, penggunaan media

sosial dapat menjadi faktor yang memengaruhi cara seseorang mengatur dan mengendalikan keuangan pribadi.

Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) juga menjadi faktor psikologis penting yang berperan dalam perilaku keuangan. FOMO muncul ketika individu merasa cemas atau takut tertinggal informasi, tren, atau aktivitas sosial yang sedang dilakukan orang lain (Firzanty & Kuswanti, 2025). Intensitas penggunaan media sosial yang tinggi dapat memperkuat perasaan ini, sehingga individu terdorong untuk mengikuti tren atau melakukan pembelian impulsif (Yulianto et al., 2024). Kondisi ini berpotensi mengurangi kemampuan pengendalian diri dalam pengelolaan keuangan pribadi.

Selain faktor digital dan psikologis, gender juga memengaruhi perilaku keuangan individu. Perbedaan gender sering dikaitkan dengan variasi dalam pengambilan keputusan, sikap terhadap risiko, dan perilaku konsumsi (Dili & Rahmadhani, 2025). Penelitian menunjukkan bahwa laki-laki dan perempuan memiliki kecenderungan berbeda dalam menabung, berinvestasi, dan mengatur pengeluaran. Berdasarkan hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2024, secara komposit tingkat literasi keuangan perempuan mencapai 66,75%, lebih tinggi dari laki-laki sebesar 64,14%. Generasi Z, yang tumbuh sebagai *digital native*, perbedaan gender tetap relevan karena respon terhadap tekanan sosial dan dorongan konsumtif dapat berbeda meski paparan media sosial relatif seragam. Penggunaan media sosial pada generasi Z memiliki pengaruh positif terhadap pengelolaan keuangan pribadi karena memberikan akses yang luas terhadap informasi, edukasi keuangan, serta peluang ekonomi digital (Maharani,

2025). Melalui media sosial, generasi Z dapat mempelajari pengelolaan keuangan, investasi, dan kewirausahaan secara lebih mudah dan cepat. Selain itu, media sosial juga membuka kesempatan untuk memperoleh penghasilan tambahan melalui bisnis online, *content creation*, maupun pekerjaan berbasis digital. Hasil penelitian Maharani (2025) menunjukkan bahwa perkembangan sosial media sosial memberikan dampak yang positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan Generasi Z. Hasil penelitian Ervanto & Anwar (2024) juga menunjukkan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh positif terhadap perilaku pengelolaan keuangan. Adanya konten edukasi tentang keuangan di sosial media dapat membantu Generasi Z dalam mengelola keuangan secara baik, seperti berinvestasi, merencanakan anggaran, dan menabung.

Faktor selanjutnya yaitu *Fear of Missing Out* (FOMO), yang merupakan kondisi psikologis ketika individu merasa cemas atau takut tertinggal informasi, tren, atau aktivitas sosial yang dilakukan orang lain (Firzanty & Kuswanti, 2025). Intensitas penggunaan media sosial yang tinggi dapat memperkuat perasaan tersebut, sehingga individu terdorong untuk mengikuti tren konsumsi yang sedang populer. Kondisi ini dapat memberikan pengaruh negatif terhadap pengelolaan keuangan pribadi karena mendorong perilaku pembelian impulsif, penggunaan utang, serta menurunnya kemampuan pengendalian diri dalam mengatur pengeluaran (Yulianto et al., 2024). Hasil penelitian Yulianto et al, (2024) menunjukkan bahwa FOMO berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kesehatan keuangan generasi Z, terutama karena mendorong penggunaan utang untuk mengikuti tren. Penelitian Saragih dan Panjitan, (2026) juga menemukan bahwa

FOMO berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi, meskipun pengaruh tersebut dapat dilemahkan oleh literasi keuangan dan kontrol diri.

Selain faktor penggunaan media sosial dan *Fear of Missing Out* (FOMO), gender juga dianggap mampu mempengaruhi pengelolaan keuangan pribadi Generasi Z. Perbedaan gender berkaitan dengan cara individu mengambil keputusan keuangan, mengelola pengeluaran, menabung, serta sikap terhadap risiko (Dili & Rahmadhani, 2025). Laki-laki umumnya cenderung lebih berani mengambil risiko dalam investasi, sedangkan perempuan lebih berhati-hati, memiliki kecenderungan menabung, serta lebih terencana dalam mengatur pengeluaran (Desilfa, 2025). Berdasarkan hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2024, tingkat literasi keuangan perempuan mencapai 66,75%, lebih tinggi dibandingkan laki-laki sebesar 64,14%, yang menunjukkan adanya perbedaan kemampuan dalam memahami dan mengelola keuangan. Hasil penelitian Desilfa et al, (2025) menunjukkan bahwa gender berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan Generasi Z, yang menegaskan bahwa perbedaan karakteristik antara laki-laki dan perempuan memengaruhi cara mereka mengelola keuangan. Hasil penelitian Dili & Rahmadhani (2025) juga menunjukkan bahwa gender berpengaruh positif terhadap minat berinvestasi generasi Z di kota Semarang. Karakteristik demografi, termasuk gender, memiliki pengaruh positif terhadap keputusan investasi, mayoritas responden adalah perempuan sebanyak 84% dan ditemukan bahwa perempuan dengan pendapatan

tertentu memiliki kecenderungan lebih tinggi untuk berinvestasi guna mencapai tujuan masa depan.

Generasi Z merupakan kelompok usia produktif yang lahir dan tumbuh di tengah perkembangan teknologi digital yang pesat. Generasi ini dikenal sebagai *digital native* karena sejak dini terbiasa menggunakan internet dan media sosial (Nurfadilla et al., 2024). Aktivitas digital yang tinggi membuat mereka sangat aktif dalam mengonsumsi konten serta berinteraksi melalui berbagai platform media sosial. Namun, tingginya intensitas penggunaan media sosial juga meningkatkan risiko tekanan sosial, FOMO, dan perilaku konsumtif (Putra & Hayati, 2025).

Interaksi antara penggunaan media sosial, FOMO, dan gender dapat saling memengaruhi dalam menentukan kualitas pengelolaan keuangan pribadi. Paparan konten gaya hidup di media sosial dapat meningkatkan dorongan untuk mengikuti tren, terutama bagi individu yang mengalami FOMO. Dorongan tersebut sering kali tidak diimbangi dengan pertimbangan kemampuan finansial, sehingga keputusan pengelolaan keuangan menjadi impulsif dan kurang optimal. Kondisi ini menekankan perlunya penelitian yang mengintegrasikan ketiga faktor tersebut dalam satu model agar dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif.

Meskipun sejumlah penelitian telah mengkaji pengelolaan keuangan pribadi, sebagian besar masih fokus pada literasi keuangan atau faktor pendapatan. Studi yang menggabungkan penggunaan media sosial, FOMO, dan gender secara simultan pada Generasi Z masih terbatas, terutama di Indonesia. Padahal, karakteristik sosial, budaya, dan ekonomi Indonesia dapat memengaruhi perilaku keuangan generasi muda secara unik. Penelitian ini diharapkan dapat menutup

kesenjangan tersebut, memberikan kontribusi empiris yang relevan, serta menjadi dasar bagi strategi edukasi keuangan yang efektif bagi Generasi Z di era digital.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka permasalahan utama dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah penggunaan media sosial berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan pribadi pada Generasi Z?
2. Apakah *Fear of Missing Out (FOMO)* berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan pribadi pada Generasi Z?
3. Apakah gender berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan pribadi pada Generasi Z?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, sehingga dapat diketahui tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk Menguji dan menganalisis pengaruh penggunaan media sosial terhadap pengelolaan keuangan pribadi Generasi Z.
2. Untuk Menguji dan menganalisis pengaruh *Fear of Missing Out (FOMO)* terhadap pengelolaan keuangan pribadi Generasi Z.
3. Untuk Menguji dan menganalisis pengaruh gender terhadap pengelolaan keuangan pribadi Generasi Z.

1.4 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis bagi berbagai pihak sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang akuntansi keperilakuan dan manajemen keuangan pribadi, khususnya yang berkaitan dengan perilaku keuangan Generasi Z. Hasil penelitian ini dapat memperkaya kajian empiris mengenai pengaruh penggunaan media sosial, *Fear of Missing Out* (FOMO), dan gender pada pengelolaan keuangan pribadi. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan pemahaman teoritis mengenai peran gender dalam membentuk perilaku pengelolaan keuangan di era digital. Dengan mengintegrasikan faktor psikologis, sosial, dan demografis, penelitian tersebut dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji perilaku keuangan generasi muda.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi Generasi Z dalam meningkatkan kesadaran dan pemahaman mengenai pentingnya pengelolaan keuangan pribadi yang bijak ditengah pengaruh media sosial dan tekanan FOMO. Penelitian ini juga dapat menjadi bahan pertimbangan bagi lembaga pendidikan dalam merancang program literasi keuangan yang lebih relevan dengan karakteristik generasi muda. Selain itu, hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh pemerintah dan lembaga terkait sebagai dasar dalam merumuskan kebijakan edukasi keuangan yang adaptif terhadap perkembangan teknologi digital. Bagi pelaku industri keuangan, penelitian ini dapat memberikan wawasan mengenai perilaku keuangan

Generasi Z sebagai dasar pengembangan produk dan layanan keuangan yang lebih tepat sasaran.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan penelitian ini disusun secara sistematis dan terstruktur untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai alur pembahasan penelitian, mulai dari pendahuluan hingga metode penelitian yang digunakan.

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan gambaran umum penelitian yang menjadi dasar dan arah pelaksanaan penelitian. Pembahasan dalam bab ini meliputi latar belakang masalah yang menjelaskan fenomena penelitian, rumusan masalah yang dirumuskan secara spesifik, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan skripsi.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas landasan teori yang relevan dengan variabel penelitian, yaitu penggunaan media sosial, *Fear of Missing Out* (FOMO), gender, dan pengelolaan keuangan pribadi. Selain itu, bab ini juga menguraikan hasil-hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan topik penelitian sebagai dasar pengembangan kerangka pemikiran. Pada bagian akhir bab ini dirumuskan hipotesis penelitian yang akan diuji secara empiris.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode penelitian yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis penelitian.

Pembahasan meliputi jenis dan pendekatan penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, serta teknik analisis data yang digunakan.

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini menyajikan hasil penelitian yang diperoleh dari proses pengolahan dan analisis data. Pembahasan dimulai dari gambaran umum objek penelitian, karakteristik responden, serta analisis statistik deskriptif. Selanjutnya, bab ini menguraikan hasil pengujian hipotesis menggunakan teknik analisis yang telah ditentukan. Hasil analisis tersebut kemudian dibahas secara mendalam dengan mengaitkannya pada teori dan penelitian terdahulu.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi simpulan yang diperoleh berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya. Simpulan disusun secara ringkas dan jelas untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Bab ini juga memuat saran yang ditujukan kepada pihak-pihak terkait serta peneliti selanjutnya. Saran tersebut diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan untuk pengembangan penelitian dan penerapan hasil penelitian dimasa mendatang.