

JURNAL ILMIAH MANAJEMEN BISNIS DAN INOVASI
UNIVERSITAS SAM RATULANGI (JMBS UNSRAT)

ANALISIS DETERMINAN DIGITAL FINANCIAL LITERACY: PERBANDINGAN
GENERASI Z DAN Y

Kezia Pearly Sembel, Sita Deliyana Firmialy

Universitas Telkom

ARTICLE INFO

Keywords: Digital financial literacy, Determinants, Generation Z, Generation Y

Kata Kunci: Digital financial literacy; Perbandingan; Generasi Z; Generasi Y

Corresponding author:

Sita Deliyana Firmialy

sitadeliyanafirmialy@telkomuniversity.ac.id

Abstract: The development of the world and technology in this era have begun to accelerate and become more complex. The presence of digital financial services makes life simpler for individuals, as even financial institutions are gradually adapting to the digitalization process. In 2007, the number of users of financial technology reached 7%; in 2011, it increased by 20%; in 2014, it increased by 36%; and by 2017, it reached 78%. Consequently, there is no doubt that this has become a requirement for human beings, particularly generations Z and Y, when conducting purchasing and selling transactions, transfers, etc. This condition is certainly intriguing to discuss, as there are differences between generation Z and generation Y in their use of financial technology facilities and services; therefore, the purpose of this study is to examine the generational differences that have an impact on Digital Financial Literacy. This study aimed to identify generational disparities in digital financial literacy based on age, gender, income, and marital status. This quantitative study employed a certain type of data collection using an online questionnaire through a Google form. There is a total of 226 respondent samples that can be analysed. In this research, exploratory factor analysis (EFA) was used to analyse the data. With the results of the research, it is necessary to increase learning about digital financial literacy, as well as to differentiate practical litis for employees, entrepreneurs, and students. Furthermore, it is necessary to optimize the factors that are highly significant and have a positive coefficient in digital financial literacy, including education level, income, occupation, and gender. In order to enhance digital financial literacy, socioeconomic and demographic factors must also be taken into account.

Abstrak: Perkembangan dunia semakin cepat dan canggih begitu pula dengan perkembangan teknologi di zaman ini yang sudah mulai maju. Dalam lembaga keuangan pun satu per satu sudah mulai mengikuti perkembangan zaman dengan beralih pada proses digitalisasi, hadirnya layanan jasa keuangan secara digital membuat masyarakat dipermudah. Perkembangan penggunaan financial technology juga semakin berkembang dari tahun ke tahun mulai dari tahun 2007 jumlah pengguna financial technology mencapai 7% kemudian meningkat 20% pada tahun 2011 dan naik dengan angka 36% di tahun 2014 selanjutnya pada tahun 2017 meningkat mencapai 78%. Sehingga tidak diragukan lagi hal ini sudah menjadi satu kebutuhan manusia terutama generasi Z dan Y dalam melakukan transaksi jual beli, transfer dan lain-lain. Kondisi ini tentu menarik untuk didiskusikan bahwa ternyata ada perbedaan dari generasi Z dan generasi Y dalam menggunakan fasilitas atau layanan technology financial maka penelitian ini ditujukan untuk mengkaji perbedaan antara generasi Z dan Y berdampak terhadap *Digital Financial Literacy*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan usia, gender, pendapatan dan status pernikahan generasi Z dan Y terhadap *Digital financial literacy*. Penelitian ini berjenis kuantitatif pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner secara online melalui google form. Jumlah sampel yang dapat diolah sebanyak 226 responden. Data dalam penelitian ini menggunakan menggunakan metode statistik exploratory faktor analisis (EFA). Dengan hasil penelitian adalah perlu untuk ditingkatkan pembelajaran tentang digital financial literacy, serta untuk practical litis dibedakan untuk pegawai, usahawan dan untuk pelajar perlu untuk dioptimalkan dan faktor penentu yang sangat signifikan dan memiliki koefisien positif dalam digital financial literacy adalah tingkat pendidikan dan pendapatan, pekerjaan, jenis kelamin dan kepemilikan tanah. Selain itu, untuk dapat meningkatkan digital financial literacy adanya dari faktor lain yaitu faktor sosial ekonomi dan demografis.

PENDAHULUAN

Seiring berjalan waktu perkembangan dunia semakin cepat dan canggih begitu pula dengan perkembangan teknologi yang semakin maju, satu per satu lembaga keuangan sudah mulai mengikuti perkembangan zaman dengan beralih pada proses digitalisasi termasuk dalam proses jual beli produk serta layanan jasa keuangan. Digital Financial Literacy merupakan 6 pengetahuan, keterampilan, keyakinan, dan kompetensi untuk menggunakan produk dan layanan keuangan digital dengan aman untuk membuat keputusan keuangan yang baik Otoritas Jasa keuangan (2022). Digital Financial Literacy ini menggambarkan segala jenis inovasi teknologi yang memungkinkan atau meningkatkan penyediaan layanan jasa keuangan layanan seperti e-payment, peer to peer lending, cryptocurrency dan crowdfunding merupakan beberapa contoh bentuk dari digital financial literacy sehingga menawarkan banyak manfaat bagi penggunanya, seperti kemudahan, kecepatan proses, dan kenyamanan, sehingga tidak mengherankan jika produk-produk keuangan yang berbasis teknologi digital ini dapat berkembang dengan cepat di berbagai penjuru dunia termasuk Indonesia Rahayu (2022). Digital financial literacy pada saat ini sudah menjadi satu kebutuhan manusia terutama di generasi Z dan Y dalam melakukan kegiatan transaksi jual beli, transfer dan lain-lain. Sehingga dengan hadirnya layanan jasa keuangan secara digital ini membuat masyarakat dipermudah dengan menggunakan berbagai jasa layanan keuangan.

Generasi adalah sekelompok individu yang didalamnya berdasarkan kesamaan tahun kelahiran, umur, pendidikan, pekerjaan, lokasi dan kejadian-kejadian dalam kehidupan kelompok individu yang memiliki pengaruh signifikan dalam fase pertumbuhan mereka serta berdasarkan kesamaan rentang waktu kelahiran dan kesamaan kejadian – kejadian historis. berjalan waktu dan perkembangan dunia yang semakin canggih sehingga membuat generasi-generasi yang ada harus menyesuaikan dengan perkembangan dunia Howe & Strauss (1991,2000). Generasi Z merupakan generasi yang sudah mengenal dengan dunia teknologi dibandingkan dengan generasi sebelumnya, teknologi – teknologi tersebut berupa komputer, media elektronik seperti telepon seluler dan jaringan internet bahkan aplikasi media sosial sehingga generasi Z dikatakan sebagai generasi yang dibesarkan dengan web sosial yang berpusat pada digital dan teknologi Singh & Dangmei (2016). Generasi Y adalah generasi yang dikenal dengan generasi millennial atau milenium yaitu kelompok anak muda yang berusia belasan tahun hingga awal tiga puluhan lahir tahun 1980 sampai awal tahun 2000 Horovitz (2012). Generasi ini merupakan generasi yang menggunakan teknologi komunikasi instan seperti email, SMS, instant messaging dan media sosial seperti facebook dan twitter. Sehingga tidak diragukan lagi bahwa kedua generasi ini adalah generasi yang dapat menggunakan dan memakai layanan *Digital Financial Literacy*.

Meningkatnya penggunaan internet membuat terjadinya perubahan masyarakat menjadi lebih terbiasa menggunakan media digital, dalam metode pembayaran sekarang ada 2 jenis pembayaran tunai dan non-tunai. Di zaman sekarang masyarakat lebih cenderung menggunakan uang elektronik dengan sistem pembayaran transaksi yang tidak memerlukan uang fisik seperti kartu kredit, kartu debit, cek, uang elektronik dan E-money, serta berbagai macam aplikasi dompet digital yang tersedia di Indonesia saat ini seperti Shoopeepay, Gopay, Link aja, Dana, Ovo yang bekerja sama dengan ratusan ribu merchant online maupun offline sehingga pembayaran nontunai ini memiliki banyak manfaat dan keunggulan di perkembangan zaman sekarang di era generasi Z dan Y yaitu lebih praktis, efisien, mencegah kejahatan, penyimpanan yang aman, riwayat pengeluaran yang lebih terorganisir serta sejumlah besar promosi dan diskon dapat dilakukan dimana saja. produk keuangan digital memiliki pengaruh terhadap perilaku berbelanja dan juga perilaku menabung masyarakat Moenjak et al (2020). Dan seseorang dengan tingkat literasi keuangan yang kurang baik cenderung untuk melakukan

pembelian impulsive atau spontan dengan melakukan pembelian barang yang sebenarnya tidak diperlukan Panos dan Wilson (2020). Ditambah lagi dengan adanya peer to peer lending yang memungkinkan seseorang untuk mendapatkan pinjaman dengan mudah dan cepat, yang dapat membuat masyarakat menjadi sangat konsumtif.

Perkembangan penggunaan financial technology juga semakin berkembang dari tahun ke tahun mulai dari tahun 2007 jumlah pengguna financial technology mencapai 7% kemudian meningkat 20% pada tahun 2011 dan naik dengan angka 36% di tahun 2014 selanjutnya pada tahun 2017 meningkat mencapai 78%. Serta dari platform dompet digital yang digunakan oleh masyarakat Indonesia sekitar 39 % generasi Z menggunakan dompet digital dan 40% generasi Y menggunakan dompet digital untuk pembayaran transportasi online, sementara untuk transaksi makanan dan minuman memiliki persentasi yang sama antara generasi Z dan generasi Y. Otoritas Jasa Keuangan (2023).

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan sebelumnya tampak bahwa ternyata ada perbedaan dari generasi Z dan generasi Y dalam menggunakan fasilitas atau layanan technology financial, penelitian ini untuk mengkaji pengaruh dari berbagai karakteristik demografik yang berbeda serta memiliki ciri khas yang berbeda. Berdasarkan penelitian generasi Z menghabiskan lebih dari 6 jam sehari dalam menggunakan ponsel dan jauh lebih sering menggunakan media sosial Galih Sakitri (2021). Generasi Z memiliki kesamaan dengan generasi Y namun generasi Z lebih mampu dalam mengaplikasikan semua kegiatan dalam suatu waktu (*multitasking*) seperti menjalankan media sosial, menggunakan ponsel, browsing menggunakan PC dan mendengarkan music menggunakan headset Putra (2016). Sedangkan, generasi Y memiliki beberapa karakteristik, baik yang bersifat positif maupun negatif. Sifat positif dari generasi Y adalah adanya rasa memiliki terhadap komunitas yang kuat, baik dalam konteks lokal maupun global, percaya diri dan toleran. Sedangkan, sifat negatif generasi Y adalah sikap narsis (William & Neil howe, 2000; Hoover, 2009; and Twenge, 2007). Generasi Y merupakan generasi yang sangat techno-minded dan berinteraksi lebih banyak melalui gadget (Skype, whatsapp, twitter, facebook) dan juga ingin selalu tampil beda dan mendominasi dunia kerja. Berangkat dari hal ini maka penelitian ini ditujukan untuk mengkaji perbedaan antara generasi Z dan Y berdampak terhadap *Digital Financial Literacy* serta menarik perhatian peneliti untuk lebih lanjut dalam melakukan penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui perbedaan usia, gender, pendapatan dan status pernikahan generasi Z dan Y terhadap Digital financial literacy.

Keunikan penelitian ini adalah membahas perbandingan dari determinan digital financial literacy untuk generasi Z dan Y dimana dalam penelitian sebelumnya lebih fokus pada kepada salah satu generasi seperti perilaku generasi Z dan Y terhadap media sosial, karakteristik generasi Z dan Y (Sakitri, 2021; Suryadi, 2015). Tidak ada yang membahas mengenai perbandingan dari kedua generasi ini yaitu generasi Z dan Y.

TINJAUAN LITERATUR

Financial Technology

Financial technology adalah teknologi dan keuangan yang digabungkan yang berasal dari inovasi yang ada disaat perkembangan teknologi semakin canggih dengan sentuhan teknologi yang modern Pribadiono (2016). Menurut Bank Indonesia mengemukakan bahwa financial technology merupakan jasa keuangan yang berasal dari perkembangan dunia yaitu teknologi yang dapat menjadikan kegiatan bisnis menjadi lebih modern dan praktis dimana kegiatan transaksi keuangan yang biasa harus dilakukan secara langsung namun dengan adanya fintech ini bisa dilakukan kapan dan dimana saja tanpa harus

datang langsung. Dan financial technology dapat dikatakan teknologi digital yang sudah modern dan dijadikan sebuah wadah dalam sektor keuangan yang bertujuan untuk penghubung dalam keuangan yang aman dan praktis Aaron et al (2017).

Financial Literacy

Financial literacy adalah kemampuan dalam membuat suatu penilaian yang didasari oleh pemahaman serta kemampuan dalam membuat keputusan keuangan berdasarkan dari bekal yang dipunyai dalam mengendalikan kisaran harga untuk dapat merasakan kesejahteraan financial Saputra dan Dewi (2017). Konsep Literasi adalah pengetahuan dan keterampilan yang penting dalam memenuhi hidup dalam masyarakat yang demokratis sehingga literasi ini dapat tergolong dalam berbagai bentuk seperti politik, lingkungan, budaya dan keuangan. Financial Literacy memiliki tujuan jangka panjang bagi seluruh golongan masyarakat yaitu meningkatkan literasi seseorang yang sebelumnya less literate atau not literate menjadi well literate meningkatkan jumlah penggunaan produk dan layanan jasa keuangan Remund (2010).

Digital Financial Literacy

Digital financial Literacy merupakan kombinasi dari literasi keuangan dan platform digital dapat didefinisikan sebagai literasi keuangan dalam teknologi keuangan digital Tony & K (2020). Digital financial literacy selalu berkaitan dengan pengetahuan mengenai sistem belanja dan tabungan melalui pembayaran online dan tingkat pemahaman seseorang yang dikaitkan dengan pembelian online, pembayaran online dengan berbagai model pembayaran dan juga sistem perbankan online Prasad et al (2018). Digital financial literacy dapat mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan keuangan terkait dengan perilaku menabung dan belanja melalui platform digital tersebut Setiawan et al (2020). Digital Financial Literacy merupakan kombinasi dari dua konsep, yaitu financial literacy (literasi keuangan) dan platform digital. Financial literacy atau literasi keuangan sendiri merupakan sikap dan perilaku serta tingkat pemahaman yang dimiliki seseorang sehubungan dengan produk dan layanan keuangan, dan juga terkait dengan seberapa baik seseorang dalam mengelola keuangan pribadi (Tony & Desai, 2020).

Generasi Z

Generasi Z adalah generasi yang akan dikenal dengan generasi digital yang tumbuh dan berkembang dengan mengikuti perkembangan teknologi sehingga tumbuh Kembangnya pun menjadi ketergantungan dengan teknolog digital sehingga pada generasi ini tidak diragukan lagi dengan anak usia muda yang masih di bangku Pendidikan sudah terampil dalam penguasaan teknologi. Chou (2012). Generasi Z atau yang kemudian banyak dikenal dengan generasi digital merupakan generasi muda yang tumbuh dan berkembang dengan sebuah ketergantungan yang besar pada teknologi digital. Hellen Chou P (2012).

Generasi Y

Generasi Y merupakan generasi yang sering disebut generasi milenial yaitu kelompok anak muda yang berusia belasan tahun hingga awal tiga puluhan yang lahir awal 1980 hingga awal 2000 Horovits (2012). Karakteristik generasi Y adalah menghargai kerja tim dan tindakan kolektif, merangkul keberagaman sehingga lebih toleran dan terbuka, optimis, dan dapat beradaptasi dengan perubahan. Generasi Y juga mencari fleksibilitas, independen, menginginkan kehidupan yang lebih seimbang, multitaskers, dan generasi yang paling terdidik (Jorgensen dan Tolbize , 2008 & 2003).

Determinan Digital Financial Literacy

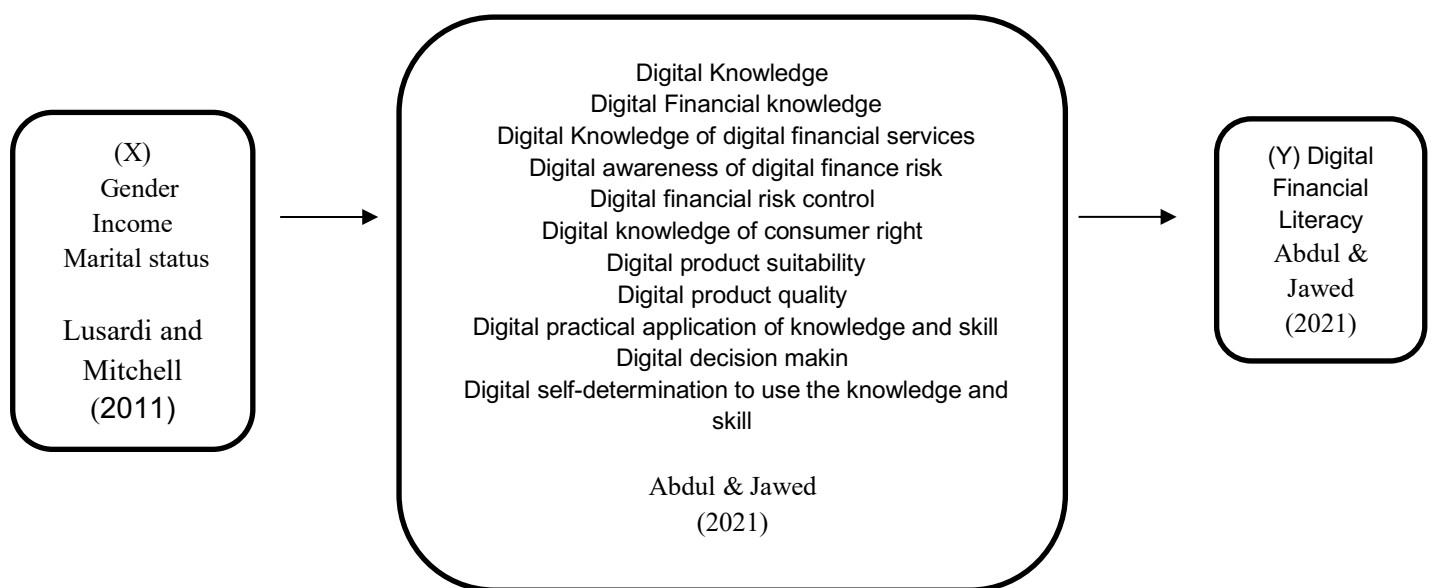
Perilaku dari setiap generasi berbeda-beda seperti pada generasi Z dan Y mereka memiliki karakteristik yang berbeda-beda dan tentunya memiliki perilaku penggunaan digital financial literacy

yang berbeda pula. Tingkat Digital Financial Literacy seseorang sangat dipengaruhi oleh karakteristik sosial individu tersebut karakteristik sosial ini sering juga dikenal sebagai kondisi sosial ekonomi yang terdiri dari umur, pendapatan dan Pendidikan Setiawan et al (2020). Dalam penelitiannya, Setiawan et al (2020) mengemukakan bahwa tingkat pendidikan dan pendapatan seseorang sangat mempengaruhi tingkat Digital financial literacy individu tersebut. Dimana hal ini selaras dengan penelitian Wangmo (2015), Nanziri dan Olcker (2019) menurutnya tingkat pendapatan individu merupakan faktor yang mempengaruhi tingkat Digital financial literacy individu.

Selanjutnya, didalam penelitian Morgan dan Trinh (2019) mengemukakan bahwa adanya tingkat Pendidikan, pendapatan dan umur merupakan faktor penentu dalam penggunaan digital financial literacy masyarakat di Kamboja dan Vietnam. Hal yang sama dalam penelitian oleh Xue et al (2019) menyebutkan bahwa umur dan tingkat pendapatan dapat mempengaruhi tingkat digital financial literacy masyarakat berusia lanjut di Australia. Berdasarkan penelitian tersebut maka didapatkan hipotesis H1 sebagai berikut:

H1 : Terdapat perbedaan yang signifikan dari determinan digital financial literacy untuk generasi Z dan generasi Y

Kerangka Pemikiran



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Populasi penelitian ini adalah seluruh masyarakat Indonesia dengan bertujuan mengambil sampel dari populasi berdasarkan kriteria tertentu sesuai dengan tujuan penelitian dengan kriteria adalah seluruh masyarakat Indonesia yang menggunakan fasilitas digital financial literacy. Penelitian ini menggunakan data primer dengan langsung dari responden dengan menggunakan kuesioner melalui google forms link dan dikirim kepada 400 calon responden akan tetapi yang menjawab dan mengisi kuesioner hanya sebesar 56,5% (226 responden) sedangkan untuk yang sisanya 43,4 % tidak menjawab dan tidak ikut berpartisipasi dalam survei. Link tautan gform didistribusikan melalui jaringan media sosial termasuk

mulai dari awal Maret sampai pertengahan April 2023. Semua responden yang mengisi kuesioner dipilih sesuai dengan kriteria yang ditentukan sebelumnya.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah generasi Z dan Y serta digital financial literacy dan diukur menggunakan skala likert : (1) Sangat tidak setuju , (2) Tidak setuju, (3) Netral, (4) Setuju dan (5) Sangat setuju. Selanjutnya data dalam penelitian ini menggunakan metode statistik exploratory faktor analisis (EFA). Pengujian instrumen penelitian meliputi uji validitas dan reliabilitas dimana faktor analisis untuk uji validitas dilakukan dengan melihat loading factor yaitu nilai yang harus melebihi 0,70. Sedangkan, Cronbach's alpha untuk uji reliabilitas yang didasarkan pada reliabilitas komposit yang harus melebihi 0,60 (Hair et al., 2014). Nilai cronbach's alpha yang diperoleh untuk uji tes ini untuk generasi Z adalah sebesar 0,952. Sedangkan, untuk generasi Y adalah sebesar 0,917 sudah melebihi dari 0,60 sehingga dapat dikatakan bahwa kuesioner yang digunakan ini reliabel atau layak digunakan. Dengan menggunakan tabel Variabel operasional sebagai berikut:

Tabel 1 Operasional variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	No. Item	Skala
Digital Financial Literacy (Abdul & Jawed, 2021)	Digital Knowledge	Saya dapat melakukan pencarian online menggunakan perangkat digital saya (Smartphone/PC/Laptop)	1	Likert
		Saya dapat mengirim dan menerima email sendiri	2	Likert
		Saya pernah berbelanja online	3	Likert
		Saya menggunakan mobile banking	4	Likert
	Financial Knowledge	Saya menyiapkan anggaran untuk keuangan pribadi saya setiap bulan	5	Likert
		Saya cenderung hidup untuk hari ini dan tidak terlalu peduli tentang hari esok	6	Likert
		Saya jarang melakukan pembelian impulsif	7	Likert
		Saya lebih suka membelanjakan uang daripada menabung	8	Likert
		Misalkan Anda telah meminjam Rp 183.535 dengan tingkat bunga 10tahunan sebesar 12%, maka bunga bulanan yang harus dibayar adalah Rp 10.	9	Likert
		Misalkan Anda menerima bunga 8% dari deposito bank ketika inflasi mencapai 6%, maka Tingkat pengembalian (bunga) efektif Anda adalah 6%	10	Likert
		Saya mengetahui metode pembayaran digital seperti Gopay, dana,ovo dan seterusnya	11	Likert
		Saya tahu tentang perdagangan online sekuritas keuangan	12	Likert

	Knowledge of Digital Financial Service	Saya tahu tentang metode pinjaman digital seperti pinjaman Peer to Peer, berbasis Aplikasi pinjaman, pembiayaan rantai pasokan, dan sebagainya	13	Likert	
		Produk asuransi dapat dibeli secara online	14	Likert	
	Awareness of Digital Finance Risk	Saya menyadari bahwa saya terpapar berbagai risiko seperti phishing, dan spyware ketika Saya melakukan transaksi keuangan digital	15	Likert	
		Saya tahu cara melindungi diri dari risiko seperti phishing, spyware, dan lainnya risiko	16	Likert	
		Saya tidak pernah membagikan kata sandi satu kali saya dengan siapa pun.	17	Likert	
		Saya tidak pernah membagikan username, password, dan PIN dengan siapapun	18	Likert	
	Digital Finance Risk Control	Saya lebih suka menggunakan transaksi keuangan digital daripada konvensional	19	Likert	
		Saya memulai dan menyelesaikan transaksi keuangan digital seperti pembayaran digital, pengiriman uang saya sendiri	20	Likert	
			Saya dapat mengatasi kesalahan yang terjadi dalam transaksi keuangan digital	21	Likert
			Penggunaan produk dan layanan keuangan digital secara terus menerus membuat saya percaya diri dan bebas kesalahan	22	Likert
Knowledge of Costumer Ride		Saya sadar bahwa saya dapat mendekati forum yang tepat jika saya menjadi korban risiko digital saat melakukan transaksi keuangan digital.	23	Likert	
Product Suitability		Saya menemukan produk atau layanan keuangan digital yang sesuai dengan kebutuhan keuangan saya	24	Likert	
		Saya menemukan produk atau layanan keuangan digital yang memfasilitasi tujuan keuangan saya.	25	Likert	
		Produk atau layanan keuangan digital yang disesuaikan tersedia di pasar	26	Likert	

	Product Quality	Produk atau layanan keuangan digital mahal untuk dipelihara.	27	Likert
		Penyedia layanan keuangan digital membebankan lebih banyak biaya untuk menyediakan layanan keuangan digital	28	Likert
		Penyedia layanan keuangan digital memberikan semua informasi yang relevan tentang layanan keuangan digital.	29	Likert
		Saya memiliki beragam pilihan produk dan layanan keuangan digital	30	Likert
		Saya mengelola keuangan pribadi saya sehari-hari	31	Likert
		Saya menetapkan tujuan pribadi keuangan saya	32	Likert
		Saya dapat memutuskan jenis produk atau layanan keuangan digital yang membantu dalam pencapaian tujuan keuangan saya.	33	Likert
	Practical Application of Knowledge Skills	Saya dapat memilih Penyedia Layanan Keuangan Digital yang tepat.	34	Likert
		Saya ingin menggunakan yang terbaik dari pengetahuan dan digital keuangan saya dengan menggunakan layanan digital yang tepat.	35	Likert
		Saya merasa puas saat memulai dan menyelesaikan transaksi layanan keuangan digital.	36	Likert
		Saya ingin mempraktikkan perilaku keuangan yang positif seperti peminjaman yang bertanggung jawab, tabungan untuk keadaan darurat, dll.	37	Likert
	Decision Making	Saya tidak pernah meminjam uang dengan tingkat bunga yang tidak normal meskipun situasi memaksa saya.	38	Likert
		Saya bangga melakukan transaksi keuangan digital	39	Likert
	Self of determination to use the Knowledge and Skill	Saya lebih suka transaksi keuangan digital karena memberikan saya reward, insentif, cash back, dan manfaat lainnya.	40	Likert
		Dengan menggunakan layanan digital mampu membuat orang lain melihat saya secara positif	41	Likert
		Saya tidak ingin mempraktikkan pengetahuan dan keterampilan	42	Likert

		keuangan saya meskipun saya sadar akan manfaat yang dapat saya peroleh dari mempraktikkannya		
Faktor Demografik (X) (Lusardi and Mitchell , 2011)		Gender Pendapatan Status Pernikahan	43	Likert

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 2 Descriptive Statistics Generasi Z

Descriptive Statistics							
Generasi Z				Generasi Y			
	Mean	Std. Deviation	N		Mean	Std. Deviation	N
Sex	1.61	0,490	171	Sex	1.52	0,504	54
Marital Status	1.01	0,076	171	Marital Status	1.69	0,469	54
Income	1.43	0,868	171	Income	2.11	0,883	54
Digital Knowledge (DK)	20.60	4.600	171	Digital Knowledge (DK)	21.13	4.180	54
Digital Financial Knowledge (DFK)	17.68	3,860	171	Digital Financial Knowledge (DFK)	17.30	2.950	54
Knowledge Digital Financial (KDF)	10.88	2.795	171	Knowledge Digital Financial (KDF)	10.59	2.245	54
Awareness of Digital Finance Risk (ADFR)	18.10	3,919	171	Awareness of Digital Finance Risk (ADFR)	18.39	3.536	54
Digital Finance Risk Control (DFRC)	13.93	3.321	171	Digital Finance Risk Control (DFRC)	13.87	3.072	54
Digital Knowledge of	3.32	1.010	171	Digital Knowledge of	3.28	0,856	54

Customer Ride (DKCR)				Customer Ride (DKCR)			
Digital Product Suitability (DPS)	10.84	2.660	171	Digital Product Suitability (DPS)	10.80	2.269	54
Digital Product Quality (DPQ)	13.49	3.020	171	Digital Product Quality (DPQ)	13.52	2.478	54
Practical Application of knowledge Skills (PAKS)	23.26	4.780	171	Practical Application of knowledge Skills (PAKS)	24.22	4.165	54
Digital Decision Making (DDM)	7.88	1.760	171	Digital Decision Making (DDM)	7.83	1.634	54
Self-determination to use the Knowledge and Skill (SDKS)	13.37	3.123	171	Self-determination to use the Knowledge and Skill (SDKS)	13.39	2.558	54

Berdasarkan pada tabel 2 ini dapat dilihat bahwa variabel pertama yaitu sex atau gender untuk generasi Z ini memiliki nilai mean sebesar 1.61 yang lebih besar daripada generasi Y sedangkan untuk nilai standar deviation terbesar ditujukan pada generasi Y dengan nilai sebesar 0,504 dibandingkan dengan generasi Z. Untuk variabel yang kedua yaitu marital status memiliki nilai tertinggi mean sebesar 1.69 dan nilai standar deviation 0,469 pada generasi Y dibandingkan generasi Z hal ini menunjukkan bahwa persebaran data variasi variabel marital status lebih besar pada generasi Y dibandingkan generasi Z. Untuk variabel yang ketiga yaitu income pada generasi Y memiliki nilai yang lebih tinggi yaitu mean 2.11 dan standar deviation 0,883 dibandingkan dengan generasi Z sehingga hal ini berarti bahwa persebaran data variasinya lebih besar untuk generasi Y dibandingkan dengan generasi Z untuk variabel income.

Selanjutnya, untuk dimensi digital knowledge (DK) nilai mean terbesar tampak pada generasi Y sebesar 21.13 namun untuk standar deviation pada generasi Z yang menunjukkan nilai yang lebih tinggi yaitu sebesar 4.600 ini berarti persebaran data variasi lebih besar pada generasi Y daripada generasi Z. Untuk digital financial knowledge (DFK) memiliki nilai terbesar tampak pada generasi Z dengan nilai mean 17.68 dan standar deviation 3,860 hal ini menunjukkan bahwa persebaran data variasi digital financial knowledge (DFK) lebih besar pada generasi Z. Untuk dimensi knowledge digital financial (KDF) sama seperti digital financial knowledge dimana nilai terbesar tampak pada generasi Z dengan nilai mean 10.88 dan standar deviation 2.795 sehingga hal ini menunjukkan bahwa persebaran data variasi masih sama lebih besar pada generasi Z.

Awareness of digital finance risk (ADFR) nilai mean terbesar tampak pada generasi Y dengan nilai 18.39 namun untuk standar deviation nilai tertinggi ada pada generasi Z dengan nilai 3.919 hal ini menunjukkan bahwa persebaran data variasi lebih besar pada generasi Z. Digital finance risk control

(DFRC) memiliki nilai terbesar tampak pada generasi Z dengan nilai mean 13.93 dan standar deviation 3.321 sehingga hal ini menunjukkan bahwa persebaran data variasi pada dimensi ini lebih besar pada generasi Z dibandingkan dengan generasi Y. Digital Knowledge of Customer Ride (DKCR) nilai terbesar tampak pada generasi Z dengan nilai mean 3.32 dan standar deviation 1.010 maka hal ini menunjukkan bahwa penyebaran data variasi lebih besar generasi Z.

Digital product suitability (DPS) memiliki nilai yang sama dengan dua dimensi sebelumnya dimana nilai terbesar tampak pada generasi Z dengan nilai mean 10.84 dan standar deviation 2.660 sehingga hal ini sama menunjukkan bahwa penyebaran data variasi pun lebih besar pada generasi Z. Digital product quality (DPQ) nilai mean terbesar tampak pada generasi Y yaitu sebesar 13.52, namun untuk nilai standar deviasi nilai terbesar ada pada generasi Z sebesar 3.020 hal ini menunjukkan bahwa penyebaran data variasi lebih besar pada generasi Z. Practical application of knowledge skills (PAKS) untuk nilai mean terbesar tampak pada generasi Y yaitu sebesar 24.22 dan untuk nilai standar deviation nilai tertinggi tampak pada generasi Z sebesar 4.780 sehingga hal ini pun menunjukkan bahwa penyebaran data variasi masih lebih besar pada generasi z.

Digital decision making (DDM) terdapat nilai mean terbesar sama pada generasi Y yaitu dengan nilai 7.83, namun untuk nilai standar deviation memiliki nilai tertinggi ada pada generasi Z yaitu dengan nilai 1.760 ini bearti penyebaran data variasi dimensi ini lebih besar pada generasi Z dan untuk dimensi self-determination to use the knowledge and skill (SDKS) sama hal nya dengan dimensi sebelumnya dimana nilai mean tertinggi tampak pada generasi Y dengan nilai 13.39 namun untuk nilai standar deviation tampak pada generasi Z dengan nilai sebesar 3.123 sehingga hal ini pun masih sama bahwa penyebaran data variasi dimensi self-determination to use the knowledge and skil lebih besar pada generasi z.

Uji Hipotesis

Pada tahapan ini akan dilakukan pengujian terhadap 4 hipotesis inti dalam penelitian ini dimana H1 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara gender (X1) terhadap digital financial literacy pada generasi Z (Y) akan diuji dengan hasil faktor analisis sebagaimana terlihat dibawah ini:

Tabel 3. Uji Hipotesis 1 Faktor Analisis

Loading Faktor			
Generasi Z		Generasi Y	
	Component 1		Component 1
Digital Knowledge (DK)	0,765	Digital Knowledge (DK)	0,985
Digital Financial Knowledge (DFK)	0,621	Digital Financial Knowledge (DFK)	0,974
Knowledge Digital Financial (KDF)	0,775	Knowledge Digital Financial (KDF)	0,980
Awareness of Digital Finance Risk (ADFR)	0,791	Awareness of Digital Finance Risk (ADFR)	0,987

Digital Finance Risk Control (DFRC)	0,796	Digital Finance Risk Control (DFRC)	0,988
Digital Knowledge of Customer Ride (DKCR)	0,612	Digital Knowledge of Customer Ride (DKCR)	0,974
Digital Product Suitability (DPS)	0,813	Digital Product Suitability (DPS)	0,989
Digital Product Quality (DPQ)	0,780	Digital Product Quality (DPQ)	0,991
Practical Application of knowledge Skills (PAKS)	0,826	Practical Application of knowledge Skills (PAKS)	0,991
Digital Decision Making (DDM)	0,760	Digital Decision Making (DDM)	0,985
Self-determination to use the Knowledge and Skill (SDKS)	0,730	Self-determination to use the Knowledge and Skill (SDKS)	0,981
KMO Test	0,930	KMO Test	0,959
Bartlett's Test of Sphericity	1084.910 (0,000 sig)	Bartlett's Test of Sphericity	5484.971 (0,000 sig)

Pada tabel 4 diatas menjelaskan bahwa determinan pada digital financial literacy untuk generasi Z dan Y bervariasi, untuk determinan generasi Z bisa dilihat pada dimensi practical application of knowledge skills (PAKS) dengan nilai 0,826 , digital product suitability (DPS) dengan nilai 0,813 , digital finance risk control (DFRC) dengan nilai 0,796 , awareness of digital finance risk (ADFR) dengan nilai 0,791 dan digital product quality (DPQ) dengan nilai 0,780. Sedangkan determinan untuk generasi Y adalah practical application of knowledge skills (PAKS) dengan nilai 0,991 , digital product quality (DPQ) dengan nilai 0,991 , digital product suitability (DPS) dengan nilai 0,989 , digital finance risk control (DFRC) dengan nilai 0,988 , awareness of digital finance risk (ADFR) dengan nilai 0,988 berangkat dari hal ini dapat disimpulkan bahwa practical application of knowledge skills (PAKS), digital product suitability (DPS) dan digital product quality (DPQ) merupakan determinan yang utama untuk generasi Z dan Y.

Total variance explained menjelaskan digital financial literacy yang diukur untuk generasi Y dengan nilai cumulative mencapai 96.84% yang artinya, dari sekian banyak variasi generasi Y untuk generasi Z dapat menjelaskan variasi dari digital financial literacy di generasi Y yang mencapai angka 96.84%. Sedangkan untuk generasi Z nilai cumulative baru mencapai nilai 56.985% berangkat dari hal ini dapat dilihat bahwa perbedaan generasi Y dan Z sangat jauh. Yang artinya, masih banyaknya batasan untuk mempelajari digital financial literacy untuk generasi Z sehingga tidak bisa dispesifikan secara general dengan generasi Y karena memiliki perbedaan dari ciri khas disetiap generasi. Sehingga dapat menjelaskan konsep determinan digital financial literacy pada generasi Z masih banyak determinan – determinan lain yang harus dicari diluar dari yang sudah ada dalam penelitian ini dimana dengan nilai cumulative 56.985% masih terbilang kecil dibandingkan dengan generasi Y.

Dalam penelitian Azeez & Akhtar (2021) mengemukakan bahwa dengan adanya keuangan yang lebih signifikan serta tingkat penggunaan digital financial literacy sehingga dapat mempelajari digital financial literacy yang unggul dalam akses produk dan layanan keuangan. Selanjutnya dalam penelitian Lusardi & Mitchell (2011) menemukan bahwa dengan adanya tingkat pendidikan digital financial literacy yang kurang persentase dalam menjawab pertanyaan terkait financial literacy lebih cenderung kurang, sehingga perlu untuk ditingkatkan pembelajaran tentang digital financial literacy, serta untuk practical lity dibedakan untuk pegawai, usahawan dan untuk pelajar perlu untuk dioptimalkan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan oleh peneliti mengenai analisis determinan digital financial literacy : perbandingan generasi Z dan Y maka dapat diambil kesimpulan bahwa ternyata ada perbedaan dari generasi Z dan generasi Y dalam menggunakan fasilitas atau layanan technology financial dimana perkembangan penggunaan financial technology juga semakin berkembang sehingga generasi Z dan Y sudah menggunakan dompet digital untuk pembayaran transportasi online dan transaksi makanan dan minuman yang memiliki persentase yang sama antara generasi Z dan generasi Y. Sehingga, penelitian ini ditujukan untuk mengkaji perbedaan antara generasi Z dan Y berdampak terhadap Digital Financial Literacy. Populasi penelitian ini adalah seluruh masyarakat Indonesia dengan bertujuan mengambil sampel dari populasi berdasarkan kriteria tertentu sesuai dengan tujuan penelitian dengan kriteria adalah seluruh masyarakat Indonesia yang menggunakan fasilitas digital financial literacy yang pada akhirnya mendapatkan jumlah responden yang terkumpul sebanyak 226 responden dimana dari keseluruhan responden ini telah mengisi kuesioner yang telah disebar oleh peneliti dengan link tautan gform didistribusikan melalui jaringan media sosial yang mulai dari awal Maret sampai pertengahan April 2023. Data dalam penelitian ini menggunakan metode statistik exploratory faktor analisis (EFA). yang meliputi uji validitas dan uji reliabilitas dengan hasil penelitian adalah perlu untuk ditingkatkan pembelajaran tentang digital financial literacy, serta untuk practical lity dibedakan untuk pegawai, usahawan dan untuk pelajar perlu untuk dioptimalkan dan faktor penentu yang sangat signifikan dan memiliki koefisien positif dalam digital financial literacy adalah tingkat pendidikan dan pendapatan, pekerjaan, jenis kelamin dan kepemilikan tanah. Selain itu, untuk dapat meningkatkan digital financial literacy adanya dari faktor lain yaitu faktor sosial ekonomi dan demografis.

Implikasi teoritis dari penelitian ini adalah memperluas perkembangan ilmu dan berkontribusi terhadap perkembangan ilmu digital financial literacy. Sedangkan implikasi praktis dari penelitian ini adalah mampu memberikan gambaran baik kepada investor maupun masyarakat luas akan pentingnya menemukan konsep dari digital financial literacy baik untuk generasi Z maupun generasi Y. Limitasi dari penelitian ini sendiri adalah terletak pada jumlah responden survey hanya sebanyak 226 responden dengan kualitas data yang cenderung homogen atau kurang bervariasi, sehingga untuk kedepannya diharapkan dapat mendapatkan jumlah variasi populasi responden yang lebih beragam dengan ukuran data yang lebih luas sehingga mampu memberikan gambaran yang lebih luas akan pemahaman dari perbandingan konsep determinan digital financial literacy baik generasi Z maupun generasi Y.

REFERENSI

- Alamsyah, F., Saerang, I.S., Tulung, J. E. (2019). Analisis Akurasi Model Zmijewski, Springate, Altman, Dan Grover Dalam Memprediksi Financial Distress. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(2). <https://doi.org/10.35794/emba.v7i2.49101>
- Anselin, P. (2020). Persepsi kegunaan dan kemudahan dalam penggunaan financial technology (fintech) pada masyarakat kota banda aceh .

- Azeez N.P, A., & Banu. M, N. (2019). Rural Transformation through Financial Literacy: A Study of aligarh district. *International Journal of Innovative Studies in Sociology and Humanities (IJISSH)*.
- Bambang, S., & Syarif, H. (2015). Generasi Y : Karakteristik, masalah dan peran konselor. Ciri khas gen Y. (18 april 2015). Tim majalah femina.
- Diyah, P. R. (2016). pengaruh karakter generasi Z dan peran guru dalam pembelajaran terhadap motivasi belajar akuntansi siswa kelas X akuntansi SMK negeri 1 Godean tahun ajaran 2015/2016 .
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Saestedt, M. (2014). A Primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-sem) . *Sage publications, in european Journal of tourism research* .
- Hellen, C. P. (2012). Cyber smart parenting. Bandung: PT Visi anugerah indonesia .
- Hoover, e. (2015). The millennial middle : How Stereotyping students became a thriving industry and a bundle of contradictions. the chronicle of higher education retrieved .
- Horovits, & Bruce. (2012). After Gen X , Millennials, what should next generations be? *USA TODAY*.
- Howe, N., & Strauss, W. (1991). Generations : the history of america's future 1584 to 2069.
- Howe, N., & Strauss, W. (2000). Millennials rising : The next great generation. New York : Vintage.
- Kansil, D. F., Tulung, J. E., & Pandowo, M. H. C. (2022). Antecedent Peer-To-Peer Lending Investment Intention In Manado. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*., 9(1). <https://doi.org/10.35794/jmbi.v9i2.42345>
- Kurniawati, Apriliani Adeayu, & Lestari, H. S. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Financial Well-Being. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*., 9(3), 1577–1598. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v9i3.43155>
- Lusardi, annamaria, & and Olivia S., M. (2011). Financial Literacy around the World: An Overview. *Journal of pension economics and finance*, 497-508.
- Lutfi, Dimas Gita, R. F., Elicia, A. D., & Yolanda, D. R. (2022). The effect of materialism and financial knowlede on financial stress : the role of present fatalistic and marital status . *Jurnan ekonomi bisnis dan kewirausahaan (Jebik)*.
- Morgan, P. J., & and L. Q, T. (2019). Determinants and impacts of financial literacy in cambodia and vietnam. *Journal of risk and financial management* , 12 (19), 1-24.
- Prasad, H., Meghwal, D., & Dayama, V. (2018). Digital financial literacy : A study of households of udaipur. *Journal of business and management* .
- Putra, Y. S. (2016). Theoretical review : Teori perbedaan generasi STIE Ama Salatiga.
- Rita, R. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat literasi keuangan digital : studi pada generasi Z di Indonesia . *Reviu Akuntansi dan Bisnis Indonesia*.
- Saatnya belajar literasi keuangan digital*. (2022, Juli). From Otoritas Jasa Keuangan (OJK) : <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/40763>
- Setiawan, M., Effendi, N., Santoso, T., Dewi, V. I., & Sapulette, M. S. (2020). Digital Financial literacy, curent behavior of saving and spending and its future foresight. *Economics of Innovation and New Technology* , 1-19.
- Setiawan, M., Effendi, N., Santoso, T., Dewi, V. I., & Sapulette, M. S. (2020). Digital financial literacy, curent behavior of saving and spending and its future foresight. *Economics of innovation and new Technology*.
- Singh, D. A., & Dangmei, J. (2016). Understanding The Generation Z : The Future Workforce. *South Asian Journal of Multidisciplinary Studies (SAJMS)*.
- Tony, N., & Desai, K. (2020). Impact of digital financial literacy on digital financial inclusion. *International journal of scientific and technology research* .
- Tony, N., & K, D. (2020). Impact of digital financial literacy on digital financial inclusion . *international journal of scientific and technology research* .
- Twenge, & Jean, M. (n.d.). generaton me : Why today's young americans are more confident, assertive, entitled- and more miserable than ever before. *isbn* , 2007.

- Wangmo , P. (2018). Assessing the level and impact of financial literacy on individual saving and spending habits in royal institute of management. PGDPA Research Report.
- Willian , S., & neil , h. (2000). millennials rising : the next great generation cartoons by R.J Matson. New york .
- Xue, R. G., S, S., & and B.J, V. (2019). Financial literacy amongst elderly australians. *Accounting & finance* , 59 (S1) : 887-918.
- Yuk mengenal FINTECH ! keuangan digital yang tengah naik daun.* (2023). From Otoritas jasa keuangan (OJK): <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/>
- Yuni farida, p. (2022). Pengaruh digital financial literacy terhadap saving dan spending behavior mahasiswa akuntansi universitas hayam wuruk perbanas surabaya.