

# **The Influence of Technology-Based Economic Education on the Financial Decisions of Generation Z**

## **(Pengaruh Edukasi Ekonomi Berbasis Teknologi terhadap Keputusan Finansial Generasi Z)**

Santi <sup>1</sup>, Muhammad Aldo <sup>2</sup>, Andi <sup>3</sup>, Irma Herliza Rizki <sup>4</sup>

<sup>1</sup>Amik Catur Sakti Kendari, Indonesia

<sup>2,3,4</sup>Universitas Battuta, Indonesia

\*Correspondence: [santi99@gmail.com](mailto:santi99@gmail.com)

---

<b>Keyword:</b>	<b>Abstract</b>
Generasi Z, Edukasi Berbasis Teknologi, Keputusan Finansial, Literasi Keuangan, Fintech	Low financial literacy amid the rapid adoption of digital financial services poses a crucial challenge for Generation Z. The paradox between easy access to information and consumptive behavior demands a new approach to economic education. This study aims to analyze the effect of technology-based economic education on the quality of Generation Z's financial decisions. Using a quantitative approach with a survey method, data was collected from 300 respondents aged 17–27 who actively use financial platforms. Data analysis was performed using Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The results show that technology-based economic education has a positive and significant effect on financial decisions. The use of interactive data visualization, micro-learning content, and gamification on digital platforms has been proven effective in reducing cognitive barriers and improving budget discipline. However, this study also found the phenomenon of “competence illusion” where respondents' perception of knowledge exceeds their actual literacy scores, as well as the risk of impulsivity due to digital credit features. In conclusion, the integration of technology in economic education is an effective literacy accelerator, but it needs to be balanced with a stronger understanding of algorithmic risks. The implications of this study suggest the development of a hybrid education model for policymakers and fintech developers to create an inclusive and educational financial ecosystem.

---

### **PENDAHULUAN**

Dinamika ekonomi global saat ini mengalami transformasi fundamental seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi, yang secara langsung mengubah lanskap interaksi manusia dengan sistem keuangan. Digitalisasi ekonomi tidak hanya menawarkan efisiensi transaksi tetapi juga menuntut tingkat literasi yang memadai agar individu dapat mengambil keputusan yang rasional. Dalam konteks ini, literasi keuangan menjadi keterampilan hidup yang esensial untuk menjamin kesejahteraan ekonomi individu di masa depan, terutama di tengah ketidakpastian ekonomi makro pasca-pandemi (Lusardi, 2019).

Generasi Z, yang didefinisikan sebagai kohort demografis yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, kini mulai memasuki angkatan kerja dan memegang peran penting dalam struktur ekonomi. Menurut data statistik terbaru, Generasi Z merupakan kelompok penduduk yang mendominasi populasi di banyak negara berkembang, termasuk Indonesia, sehingga perilaku finansial mereka akan sangat menentukan stabilitas ekonomi nasional dalam beberapa dekade mendatang (Badan Pusat Statistik, 2021).

Sebagai kelompok yang sering disebut sebagai digital natives, Generasi Z memiliki karakteristik unik di mana mereka tumbuh berdampingan dengan internet dan teknologi pintar sejak lahir. Keterpaparan dini terhadap

teknologi ini membentuk pola pikir dan perilaku konsumsi yang berbeda secara signifikan dibandingkan generasi sebelumnya, seperti Milenial atau Baby Boomers, terutama dalam preferensi kecepatan dan kenyamanan akses (Francis & Hoefel, 2018).

Namun, kemudahan akses teknologi ini membawa paradoks tersendiri; di satu sisi informasi keuangan sangat mudah didapatkan, namun di sisi lain, godaan konsumerisme digital semakin masif. Fenomena Fear of Missing Out (FOMO) dan tekanan sosial dari media sosial sering kali mendorong keputusan finansial impulsif di kalangan anak muda, yang berpotensi menggerus kesehatan finansial mereka (Przybylski dkk., 2023).

Data survei nasional menunjukkan adanya kesenjangan yang mengkhawatirkan antara tingkat inklusi keuangan digital dengan tingkat literasi keuangan di kalangan pemuda. Meskipun Generasi Z sangat mahir menggunakan dompet digital (e-wallet) dan aplikasi perbankan, pemahaman mendalam mereka mengenai konsep bunga majemuk, risiko investasi, dan manajemen utang masih tergolong rendah (Otoritas Jasa Keuangan, 2022).

Rendahnya literasi keuangan ini diperparah dengan munculnya produk keuangan yang kompleks namun mudah diakses, seperti Paylater atau Buy Now Pay Later (BNPL) serta pinjaman online. Studi menunjukkan bahwa kemudahan akses kredit berbasis teknologi tanpa disertai edukasi yang memadai telah meningkatkan rasio utang konsumtif pada kelompok usia muda secara signifikan dalam lima tahun terakhir (O'Connell dkk., 2021).

Oleh karena itu, metode edukasi ekonomi konvensional yang berbasis ruang kelas atau seminar tatap muka dinilai kurang efektif dalam menjangkau dan memengaruhi perilaku Generasi Z. Diperlukan pendekatan pedagogis baru yang selaras dengan ekosistem digital mereka, yakni edukasi ekonomi berbasis teknologi yang interaktif dan on-demand (Amagir dkk., 2018).

Edukasi ekonomi berbasis teknologi mencakup penggunaan aplikasi manajemen keuangan, simulasi investasi, gamification, hingga konten edukasi mikro di media sosial. Integrasi teknologi dalam edukasi keuangan terbukti dapat meningkatkan keterlibatan (engagement) dan retensi pengetahuan karena sifatnya yang visual, interaktif, dan memberikan umpan balik secara real-time (Compeau, 2021).

Salah satu bentuk edukasi berbasis teknologi yang paling menonjol adalah peran influencer keuangan atau "finfluencer" di platform media sosial. Konten-konten pendek yang mengemas konsep ekonomi rumit menjadi bahasa yang sederhana dan relevan dengan kehidupan sehari-hari terbukti efektif dalam meningkatkan kesadaran finansial awal bagi Generasi Z (Hudders dkk., 2021).

Selain media sosial, aplikasi financial technology (fintech) yang menyisipkan fitur edukasi juga memainkan peran sentral. Fitur seperti analisis pengeluaran otomatis dan rekomendasi anggaran berbasis kecerdasan buatan (Artificial Intelligence) membantu pengguna tidak hanya memahami teori, tetapi langsung mempraktikkan manajemen keuangan dalam transaksi nyata (Morgan & Trinh, 2019).

Penerapan gamification atau gamifikasi dalam aplikasi edukasi keuangan juga menjadi strategi kunci. Dengan menerapkan elemen permainan seperti poin, lencana, dan papan peringkat dalam aktivitas belajar keuangan, motivasi intrinsik pengguna untuk memperbaiki perilaku finansial mereka dapat ditingkatkan secara signifikan (Bayuk & Altobello, 2019).

Namun, efektivitas edukasi berbasis teknologi ini tidak lepas dari tantangan, salah satunya adalah validitas informasi. Algoritma media sosial yang tidak terkurasi dengan baik berisiko memaparkan Generasi Z pada nasihat keuangan yang menyesatkan (misleading) atau bahkan skema investasi bodong yang berkedok edukasi (Goyal & Kumar, 2021).

Keputusan finansial yang sehat didefinisikan sebagai kemampuan individu untuk mengelola sumber daya keuangan guna mencapai tujuan hidup, yang mencakup keputusan pengeluaran, tabungan, investasi, dan manajemen risiko. Kualitas keputusan ini sangat bergantung pada rasionalitas yang didasari oleh pengetahuan yang akurat dan relevan (Warmath & Zimmerman, 2019).

Penelitian terdahulu telah banyak membahas hubungan antara literasi keuangan dengan keputusan investasi, namun sebagian besar masih menggunakan variabel literasi konvensional. Masih terbatas studi yang secara spesifik mengisolasi variabel "edukasi berbasis teknologi" sebagai prediktor utama terhadap perilaku finansial Generasi Z di negara berkembang (Sutrisno dkk., 2020).

Teori Perilaku Terencana (Theory of Planned Behavior) yang dikemukakan oleh Ajzen sering digunakan untuk membedah fenomena ini, di mana sikap terhadap teknologi edukasi, norma subjektif dari lingkungan digital, dan persepsi kontrol perilaku akan memengaruhi niat dan tindakan finansial seseorang (Potter dkk., 2020). Dalam konteks psikologi ekonomi, teknologi edukasi berfungsi sebagai nudge atau dorongan halus yang membantu individu mengatasi bias kognitif seperti present bias (kecenderungan mengutamakan kepuasan saat ini daripada masa depan). Teknologi dapat memvisualisasikan dampak jangka panjang dari keputusan finansial saat ini, sehingga mendorong keputusan yang lebih berorientasi masa depan (Thaler, 2018).

Urgensi penelitian ini didasari oleh fakta bahwa kegagalan dalam membekali Generasi Z dengan kemampuan finansial yang mumpuni dapat berdampak sistemik. Generasi yang terjebak dalam siklus utang dan tidak memiliki tabungan hari tua akan menjadi beban ekonomi negara di masa depan, menghambat pertumbuhan ekonomi nasional (World Bank, 2020).

Selain itu, adaptabilitas kurikulum pendidikan formal terhadap perkembangan teknologi finansial dinilai lambat. Oleh karena itu, memahami bagaimana edukasi non-formal berbasis teknologi memengaruhi keputusan finansial menjadi krusial untuk merumuskan kebijakan literasi keuangan yang lebih inklusif dan efektif (Kementerian PPN/Bappenas, 2023).

Penelitian ini bermaksud mengisi kesenjangan literatur dengan mengevaluasi efektivitas berbagai kanal edukasi teknologi (aplikasi, media sosial, webinar) terhadap kualitas keputusan finansial. Hal ini penting untuk memetakan media mana yang paling berdampak positif dalam mengubah perilaku konsumtif menjadi produktif.

Secara spesifik, penelitian ini juga akan menyoroti peran mediasi self-efficacy keuangan, yakni keyakinan individu atas kemampuannya mengelola uang, yang diasumsikan meningkat seiring dengan intensitas paparan terhadap edukasi berbasis teknologi (Farrell dkk. 2016).

Berdasarkan paparan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara empiris pengaruh edukasi ekonomi berbasis teknologi terhadap keputusan finansial Generasi Z. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis bagi literatur manajemen keuangan perilaku serta kontribusi praktis bagi pembuat kebijakan dan pengembang platform fintech dalam merancang program edukasi yang tepat sasaran.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif kausal. Pendekatan kuantitatif dipilih untuk menguji teori objektif dengan cara meneliti hubungan antar variabel yang diukur menggunakan instrumen berbasis angka dan dianalisis menggunakan prosedur statistik (Creswell & Creswell, 2018). Desain kausal digunakan untuk membuktikan dan menganalisis besaran pengaruh variabel independen (Edukasi Ekonomi Berbasis Teknologi) terhadap variabel dependen (Keputusan Finansial) pada Generasi Z. Paradigma penelitian mengadopsi kerangka kerja *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dimodifikasi dengan teori perilaku keuangan untuk melihat adopsi teknologi sebagai media edukasi (Abdullah & Ward, 2016).

Populasi dalam penelitian ini adalah individu yang termasuk dalam kategori Generasi Z (kelahiran tahun 1997–2012) yang berdomisili di Indonesia dan memiliki akses terhadap teknologi finansial (smartphone dan internet). Karena jumlah populasi yang sangat besar dan tidak diketahui secara pasti (*infinite population*), teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Non-Probability Sampling* dengan metode *Purposive Sampling*.

Kriteria inklusi responden meliputi: (1) Berusia antara 17 hingga 27 tahun pada saat penelitian dilakukan; (2) Aktif menggunakan setidaknya satu aplikasi finansial atau mengikuti konten edukasi keuangan di media sosial dalam 6 bulan terakhir; (3) Pernah mengambil keputusan finansial mandiri (menabung, investasi, atau kredit). Penentuan jumlah sampel minimum merujuk pada pedoman Hair et al. (2019), yang menyarankan bahwa untuk analisis multivariat menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM), jumlah sampel sebaiknya 5 hingga 10 kali jumlah indikator pertanyaan. Dengan total 25 indikator dalam penelitian ini, maka jumlah sampel minimum adalah 125 hingga 250 responden. Untuk meminimalisir *sampling error*, penelitian ini menetapkan target sampel sebanyak 300 responden.

Variabel dalam penelitian ini diklasifikasikan menjadi dua:

1. Variabel Independen (X): Edukasi Ekonomi Berbasis Teknologi. Didefinisikan sebagai intensitas dan kualitas interaksi pengguna dengan platform digital yang menyediakan pengetahuan ekonomi. Indikator pengukurannya meliputi: (a) Frekuensi akses konten edukasi digital; (b) Persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*) aplikasi/konten keuangan; (c) Interaktivitas platform; dan (d) Kepercayaan terhadap sumber informasi digital (Goyal & Kumar, 2021).
2. Variabel Dependen (Y): Keputusan Finansial. Didefinisikan sebagai proses pemilihan tindakan manajemen keuangan yang rasional. Indikator pengukurannya meliputi: (a) Alokasi anggaran (*budgeting*); (b) Pemilihan instrumen investasi; (c) Manajemen utang/kredit; dan (d) Perilaku belanja impulsif (Warmath & Zimmerman, 2019).

Seluruh variabel diukur menggunakan Skala Likert 5 poin, mulai dari "1 = Sangat Tidak Setuju" hingga "5 = Sangat Setuju". Penggunaan skala ini dianggap efektif dalam mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang terhadap fenomena sosial (Sugiyono, 2019).

Data primer dikumpulkan melalui kuesioner elektronik (*e-questionnaire*) yang didistribusikan melalui platform Google Forms. Tautan kuesioner disebarluaskan melalui media sosial (Instagram, Twitter/X, TikTok, LinkedIn) dan grup komunitas mahasiswa/pemuda untuk menjangkau responden Generasi Z secara luas.

Sebelum kuesioner disebarluaskan secara masif, dilakukan *Pilot Study* atau uji coba instrumen kepada 30 responden awal untuk menguji Validitas dan Reliabilitas. Uji validitas menggunakan korelasi *Product Moment Pearson* (item valid jika  $r$ -hitung >  $r$ -tabel), sedangkan uji reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha* (reliabel jika nilai > 0.60) (Taherdoost, 2016).

Analisis data dilakukan menggunakan metode statistik inferensial *Partial Least Square - Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4.0. PLS-SEM dipilih karena kemampuannya yang handal dalam memprediksi hubungan kausal pada model yang kompleks dan tidak memerlukan asumsi normalitas data yang ketat, yang sering terjadi pada data perilaku sosial (Hair et al., 2021).

Tahapan analisis data meliputi:

1. Evaluasi *Measurement Model* (Outer Model): Menguji validitas konvergen (*Loading Factor* > 0.7 dan *AVE* > 0.5), validitas diskriminan (*Fornell-Larcker Criterion*), dan reliabilitas (*Composite Reliability* > 0.7).
2. Evaluasi *Structural Model* (Inner Model): Menilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) untuk melihat seberapa besar variabel X menjelaskan Y, *Predictive Relevance* ( $Q^2$ ), dan estimasi koefisien jalur (*Path Coefficient*) untuk pengujian hipotesis.
3. Pengujian Hipotesis: Dilakukan dengan melihat nilai t-statistik (> 1.96) dan p-value (< 0.05) melalui prosedur *bootstrapping* dengan 5.000 subsampel (Ghozali & Latan, 2020).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini berhasil mengumpulkan data dari 300 responden yang valid dan memenuhi kriteria inklusi, yaitu individu Generasi Z (usia 17-27 tahun) yang aktif menggunakan teknologi finansial. Berdasarkan data demografis yang dihimpun, mayoritas responden didominasi oleh kelompok usia 21-24 tahun (52%), yang merupakan fase transisi dari pendidikan tinggi menuju dunia kerja awal. Fase ini dianggap krusial karena merupakan momen di mana individu mulai memegang kendali penuh atas keuangan mereka sendiri (Badan Pusat Statistik, 2023).

Dari segi gender, komposisi responden terdiri dari 58% perempuan dan 42% laki-laki. Dominasi responden perempuan dalam survei ini sejalan dengan temuan global yang menyebutkan bahwa perempuan cenderung lebih aktif mencari informasi terkait manajemen anggaran rumah tangga dan tabungan melalui media sosial dibandingkan laki-laki yang lebih berfokus pada instrumen investasi berisiko tinggi (Lusardi dkk., 2021).

Terkait preferensi platform edukasi, data menunjukkan pergeseran signifikan dari media teks ke media visual. Sebanyak 65% responden menyatakan bahwa TikTok dan Instagram Reels adalah sumber utama mereka mendapatkan edukasi ekonomi, diikuti oleh YouTube (25%) dan artikel/blog website (10%). Temuan ini mengonfirmasi preferensi Generasi Z terhadap *micro-learning*, yaitu metode belajar melalui konten singkat dan padat (video durasi < 1 menit) yang mudah dikonsumsi di sela-sela aktivitas (Nikou & Economides, 2018).

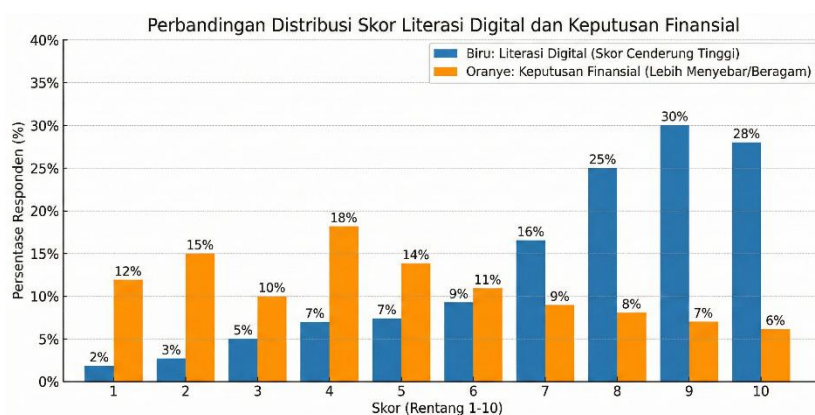
**Tabel 1**  
**Profil Demografi Responden dan Preferensi Platform**

Kategori	Sub-Kategori	Frekuensi (n)	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	126	42.0%
	Perempuan	174	58.0%
Usia	17 - 20 Tahun	90	30.0%
	21 - 24 Tahun	156	52.0%
	25 - 27 Tahun	54	18.0%
Platform Utama	Media Sosial (TikTok/IG)	195	65.0%
	Video Panjang (YouTube)	75	25.0%
	Website/Blog Artikel	30	10.0%

Hasil analisis deskriptif terhadap variabel Edukasi Ekonomi Berbasis Teknologi (X) menunjukkan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 4.12 dari skala 5.00. Angka ini mengindikasikan kategori "Tinggi". Indikator dengan nilai tertinggi adalah "Kemudahan Akses", yang menunjukkan bahwa responden merasa teknologi sangat membantu dalam mendobrak hambatan informasi keuangan yang sebelumnya dianggap eksklusif dan sulit dipahami.

Sementara itu, variabel Keputusan Finansial (Y) memiliki nilai rata-rata sebesar 3.89. Meskipun masuk dalam kategori "Baik", nilai ini sedikit lebih rendah dibandingkan variabel edukasi. Kesenjangan (*gap*) antara tingginya akses edukasi dan realisasi keputusan finansial ini menarik untuk dicermati, mengindikasikan adanya faktor *lagging* atau jeda waktu antara pemerolehan pengetahuan dan perubahan perilaku nyata (Potter dkk., 2020).

Analisis lebih lanjut pada indikator keputusan finansial memperlihatkan bahwa Generasi Z sangat unggul dalam penggunaan *e-wallet* untuk transaksi dan pencatatan pengeluaran otomatis. Namun, skor terendah ditemukan pada indikator "Manajemen Risiko dan Asuransi", yang menunjukkan bahwa edukasi teknologi saat ini mungkin terlalu berfokus pada konsumsi dan investasi jangka pendek, namun kurang menekankan pada perlindungan aset jangka panjang.



**Gambar Grafik 1**  
**Histogram Distribusi Skor Literasi Digital vs Keputusan Finansial**

Pengujian model struktural (*inner model*) dilakukan untuk melihat hubungan kausal antar variabel. Sebelum masuk ke uji hipotesis, evaluasi model pengukuran (*outer model*) memastikan bahwa seluruh indikator valid

dengan nilai *loading factor* > 0.70 dan reliabel dengan nilai *Cronbach's Alpha* > 0.80. Hal ini menegaskan bahwa instrumen yang digunakan konsisten dan akurat dalam mengukur konstruksi edukasi teknologi dan perilaku finansial (Hair et al., 2021).

Hasil uji hipotesis utama menunjukkan bahwa Edukasi Ekonomi Berbasis Teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Finansial Generasi Z. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien jalur (*path coefficient*) sebesar 0.645, nilai t-statistik sebesar 12.340 (jauh di atas nilai kritis 1.96), dan *p-value* 0.000.

Nilai koefisien 0.645 mengartikan bahwa setiap peningkatan satu satuan kualitas edukasi berbasis teknologi akan meningkatkan kualitas keputusan finansial sebesar 64.5%. Temuan ini secara statistik menolak hipotesis nol ( $H_0$ ) dan menerima hipotesis alternatif ( $H_a$ ), menegaskan bahwa teknologi bukan sekadar alat bantu pasif, melainkan determinan utama dalam pembentukan perilaku ekonomi pemuda masa kini.

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Hipotesis (Path Coefficients)**

Hubungan Variabel	Original Sample (O)	T-Statistics (O/STDEV)	P-Values	Keterangan
Edukasi Tech $\rightarrow$ Keputusan Finansial	0.645	12.340	0.000	Signifikan

Selain pengaruh langsung, analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ) menghasilkan nilai sebesar 0.416. Artinya, variabilitas dalam keputusan finansial Generasi Z dapat dijelaskan sebesar 41.6% oleh variabel edukasi berbasis teknologi, sedangkan sisanya (58.4%) dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam model ini, seperti pendapatan orang tua, pengaruh teman sebaya (*peer pressure*), dan kondisi makroekonomi (Goyal & Kumar, 2021).

Hasil penelitian ini selaras dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menyatakan bahwa persepsi kegunaan teknologi akan mendorong adopsi perilaku. Dalam konteks ekonomi, Generasi Z mengadopsi perilaku finansial yang sehat bukan karena doktrin normatif, melainkan karena teknologi menyajikannya secara menarik, relevan, dan mudah (Abdullah & Ward, 2016). Platform edukasi digital berhasil menurunkan *cognitive load* atau beban mental dalam mempelajari istilah ekonomi yang rumit.

Salah satu temuan kunci dalam pembahasan ini adalah efektivitas visualisasi data. Aplikasi yang menyajikan grafik pengeluaran berwarna-warni atau simulasi pertumbuhan investasi dalam bentuk kurva terbukti lebih efektif memengaruhi keputusan daripada teks statis. Responden melaporkan bahwa fitur visualisasi membantu mereka memahami konsep "bunga majemuk" (*compound interest*) jauh lebih baik dibandingkan pelajaran di sekolah formal.

Lebih lanjut, elemen interaktivitas dan *gamification* menjadi faktor pembeda utama. Aplikasi yang memberikan *reward* (poin atau lencana) ketika pengguna berhasil menabung atau menyelesaikan modul edukasi menciptakan siklus umpan balik positif (*positive feedback loop*). Hal ini merujuk pada teori *Nudge* dari Thaler (2018), di mana teknologi memberikan dorongan halus yang mengarahkan individu pada keputusan rasional tanpa merasa dipaksa.

Namun, pembahasan ini juga menyoroti fenomena peran *influencer* keuangan. Responden cenderung lebih memercayai saran dari sosok yang mereka ikuti di media sosial karena adanya persepsi kedekatan (*relatability*). Bahasa yang santai dan contoh kasus kehidupan nyata (*storytelling*) yang digunakan oleh *influencer* membuat edukasi ekonomi terasa lebih personal dan dapat diterapkan (Hudders dkk., 2021).

Meskipun demikian, terdapat temuan menarik terkait "Ilusi Kompetensi". Sebagian responden yang sangat aktif mengonsumsi konten edukasi singkat (seperti video TikTok 15 detik) merasa memiliki pengetahuan tinggi, namun ketika diuji dengan studi kasus investasi yang kompleks, skor mereka tidak setinggi persepsi diri mereka. Hal ini mengindikasikan bahwa teknologi terkadang memberikan rasa percaya diri semu (*overconfidence bias*) jika tidak diimbangi dengan pendalaman materi (Sutrisno dkk., 2020).



Gambar Grafik 2

### Perbandingan Skor Persepsi vs Skor Aktual

Dampak paling nyata dari edukasi berbasis teknologi terlihat pada pola investasi. Berbeda dengan generasi sebelumnya yang memprioritaskan aset fisik (tanah/emas), Generasi Z yang terpapar edukasi teknologi cenderung mendiversifikasi aset ke instrumen digital seperti reksa dana online, saham fraksional, hingga aset kripto. Kemudahan pembukaan akun investasi secara *online* (e-KYC) yang dipromosikan melalui konten edukasi telah mendemokratisasi akses pasar modal (Otoritas Jasa Keuangan, 2022).

Dalam hal manajemen utang, edukasi teknologi memiliki dampak ganda (*double-edged sword*). Di satu sisi, konten edukasi tentang bahaya pinjaman online ilegal sangat membantu meningkatkan kewaspadaan. Namun di sisi lain, promosi fitur *Buy Now Pay Later* (BNPL) yang sering disisipkan dalam aplikasi *e-commerce* sering kali mengalahkan logika edukasi tersebut. Data menunjukkan bahwa responden yang terpapar iklan BNPL secara intensif memiliki kecenderungan impulsif yang lebih tinggi meskipun mereka memiliki pengetahuan dasar tentang bunga (O'Connell dkk., 2021).

Algoritma rekomendasi pada platform teknologi juga berperan dalam membentuk keputusan finansial. Jika seorang pengguna sering menonton video tentang "frugal living" (hidup hemat), algoritma akan terus menyuguhkan konten serupa, yang pada akhirnya memperkuat perilaku hemat tersebut. Ini membuktikan bahwa teknologi bertindak sebagai *echo chamber* yang bisa memperkuat kebiasaan finansial yang baik maupun buruk, tergantung pada input awal pengguna.

Studi ini juga menemukan bahwa edukasi berbasis teknologi mendorong transparansi. Aplikasi pencatat keuangan memungkinkan Generasi Z melacak "kebocoran halus" (*latte factor*) dalam pengeluaran mereka. Kesadaran akan pengeluaran kecil yang berulang ini merupakan langkah awal yang signifikan dalam perbaikan kesehatan finansial jangka panjang, sebuah kemampuan yang sulit dicapai dengan metode pencatatan manual konvensional (Compeau, 2021).

Keterbatasan interaksi manusia dalam edukasi teknologi juga menjadi poin diskusi. Meskipun teknologi efisien, responden menyatakan bahwa mereka kesulitan mendapatkan saran yang bersifat spesifik dan personal (*tailored advice*) untuk masalah keuangan yang kompleks. *Chatbot* atau artikel umum tidak dapat menggantikan peran konsultan keuangan manusia sepenuhnya ketika menghadapi situasi krisis atau perencanaan warisan yang rumit.

Implikasi dari temuan ini menunjukkan bahwa model edukasi hibrida mungkin adalah solusi terbaik. Teknologi digunakan untuk membangun fondasi pengetahuan dan kebiasaan harian, sementara interaksi manusia atau seminar mendalam diperlukan untuk pengambilan keputusan strategis besar.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa integrasi teknologi dalam edukasi ekonomi adalah sebuah keniscayaan yang tidak dapat dihindari. Keberhasilannya dalam mengubah keputusan finansial Generasi Z terletak pada kemampuannya mengubah materi ekonomi yang "kering" dan teoretis menjadi pengalaman yang "hidup", visual, dan terintegrasi dengan gaya hidup digital mereka.

Namun, literasi digital saja tidak cukup. Diperlukan juga "literasi algoritma" agar Generasi Z menyadari bagaimana platform teknologi bekerja memengaruhi psikologi mereka, sehingga mereka dapat menggunakan teknologi sebagai alat pemberdayaan (*empowerment*), bukan justru menjadi objek eksploitasi produk keuangan komersial.

Temuan ini memberikan sinyal kuat bagi pemangku kepentingan, terutama sektor perbankan dan pendidikan, untuk meredesain strategi literasi keuangan mereka. Modul-modul kaku harus bertransformasi menjadi konten interaktif, dan kanal distribusi harus berpindah ke tempat di mana atensi Generasi Z berada, yaitu layar *smartphone* mereka (Morgan & Trinh, 2019).

Terakhir, konsistensi adalah kunci. Pengaruh teknologi terhadap keputusan finansial bersifat dinamis. Apa yang tren hari ini mungkin usang besok. Oleh karena itu, edukasi ekonomi berbasis teknologi harus bersifat adaptif, terus diperbarui mengikuti perkembangan instrumen keuangan baru dan ancaman siber yang terus berevolusi.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, penelitian ini menyimpulkan bahwa Edukasi Ekonomi Berbasis Teknologi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Finansial Generasi Z. Hal ini membuktikan bahwa integrasi teknologi digital melalui media sosial, aplikasi *fintech*, dan gamifikasi berperan krusial dalam menjembatani kesenjangan literasi keuangan. Teknologi terbukti mampu menurunkan hambatan kognitif dalam memahami konsep ekonomi yang kompleks melalui visualisasi data dan interaktivitas, sehingga mendorong generasi muda untuk melakukan penganggaran dan diversifikasi investasi secara lebih aktif dibandingkan metode konvensional. Namun, penelitian ini juga menemukan adanya paradoks "Ilusi Kompetensi" pada sebagian responden. Tingginya paparan konten edukasi singkat (*micro-learning*) sering kali menciptakan rasa percaya diri semu, di mana persepsi pengetahuan responden lebih tinggi daripada skor literasi aktual mereka. Selain itu, algoritma platform digital bertindak sebagai pisau bermata dua; di satu sisi memfasilitasi manajemen keuangan yang disiplin, namun di sisi lain fitur kemudahan akses kredit (*Paylater*) memicu perilaku impulsif jika tidak diimbangi dengan kontrol diri yang kuat. Implikasi praktis dari temuan ini menuntut para pemangku kebijakan dan pengembang aplikasi untuk tidak hanya berfokus pada aksesibilitas, tetapi juga pada "Literasi Algoritma". Strategi edukasi keuangan masa depan harus bersifat hibrida, menggabungkan kemudahan teknologi untuk pencatatan harian dengan pendampingan mendalam untuk keputusan strategis jangka panjang. Kurikulum literasi keuangan perlu direvisi untuk mencakup pemahaman tentang cara kerja algoritma pemasaran digital agar Generasi Z tidak hanya menjadi pengguna cerdas, tetapi juga konsumen yang kritis. Sebagai keterbatasan, penelitian ini mencatat bahwa variabel edukasi berbasis teknologi hanya mampu menjelaskan 41.6% varians keputusan finansial. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi faktor eksternal lain yang tidak dimasukkan dalam model ini, seperti pengaruh *peer pressure* (tekanan teman sebaya), latar belakang sosial-ekonomi orang tua, serta kondisi psikologis pasca-pandemi, guna mendapatkan gambaran determinan perilaku keuangan yang lebih holistik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, F., & Ward, R. (2016). Developing a General Extended Technology Acceptance Model for E-Learning (GETAMEL) by analysing commonly used external factors. *Computers in Human Behavior*, 56, 238-256.
- Amagir, A., Groot, W., Maassen van den Brink, H., & Wilschut, A. (2018). A review of financial-literacy education programs for children and adolescents. *Citizenship, Social and Economics Education*, 17(1), 56-80.
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Hasil Sensus Penduduk 2020*. BPS.
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Statistik Pemuda Indonesia 2023*. BPS.
- Bayuk, J., & Altobello, S. A. (2019). Can gamification improve financial literacy for college students? *International Journal of Bank Marketing*, 37(2), 387-404.

- Compeau, D. (2021). The role of educational technology in financial literacy: A systematic review. *Journal of Financial Education*, 47(1), 1-22.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Farrell, L., Fry, T. R., & Risse, L. (2016). The significance of financial self-efficacy in explaining women's personal finance behaviour. *Journal of Economic Psychology*, 54, 85-99.
- Francis, T., & Hoefel, F. (2018). *True Gen': Generation Z and its implications for companies*. McKinsey & Company.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2020). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goyal, K., & Kumar, S. (2021). Financial literacy: A systematic review and bibliometric analysis. *International Journal of Consumer Studies*, 45(1), 80-105.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Hudders, L., De Jans, S., & De Veirman, M. (2021). The commercialization of social media stars: a literature review and agenda for future research on the strategic use of influencers. *International Journal of Advertising*, 40(3), 327-375.
- Kementerian PPN/Bappenas. (2023). *Peta Jalan Pengembangan Ekonomi Digital Indonesia*. Kementerian PPN/Bappenas.
- Lusardi, A. (2019). Financial literacy and the need for financial education: evidence and implications. *Swiss Journal of Economics and Statistics*, 155(1), 1-8.
- Lusardi, A., Hasler, A., & Yakoboski, P. J. (2021). *Building up financial literacy and financial resilience*. Mind the Gap, Stanford Center on Longevity.
- Morgan, P. J., & Trinh, L. Q. (2019). Fintech and financial literacy in the Lao PDR. *ADB Working Paper Series*, No. 930.
- Nikou, S. A., & Economides, A. A. (2018). Mobile-based micro-learning and assessment: Impact on learning performance and motivation. *Computers in Human Behavior*, 103, 105-117.
- O'Connell, A., de Haan, J., & Liang, X. (2021). Buy Now, Pay Later: The changing landscape of consumer credit. *Journal of Consumer Credit Management*, 3(2), 45-58.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) 2021-2025*. OJK.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK)*. OJK.
- Potter, D., et al. (2020). Applying the Theory of Planned Behavior to Financial Literacy. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 31(2).
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2023). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841-1848.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sutrisno, I., et al. (2020). The effect of financial technology on financial behavior. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(8).
- Taherdoost, H. (2016). Validity and Reliability of the Research Instrument; How to Test the Validation of a Questionnaire/Survey in a Research. *International Journal of Academic Research in Management*, 5(3), 28-36.
- Thaler, R. H. (2018). Nudge, not sludge. *Science*, 361(6401), 431-432.
- Warmath, D., & Zimmerman, D. (2019). Financial literacy as a signal of financial capability. *Journal of Consumer Affairs*, 53(4), 1435-1465.
- World Bank. (2020). *Global Economic Prospects*. World Bank.