

Literasi Keuangan untuk Generasi Z di MAN 1 Pesawaran

Defia Riski Anggarini*¹, Almira Devita Putri², Lia Febria Lina³

^{1,2,3}Manajemen, Universitas Teknokrat Indonesia, Indonesia

*e-mail: Defiariski@teknokrat.ac.id¹, Almiradevita@teknokrat.ac.id², Liafebrialina@teknokrat.ac.id³

Abstrak

Pembelian impulsive, tidak memahami produk, risiko keuangan adalah masalah keuangan yang dapat melanda siapapun. Saat ini Indonesia di dominasi oleh Generasi Z yang disebut iGeneration atau generasi internet yang tentu saja mengalami hal ini. Tujuan pengabdian masyarakat ini untuk memberikan pemahaman kepada Generasi Z tentang keuangan seperti pengelolaan keuangan baik untuk pribadi maupun bisnis, memahami berbagai jenis investasi di digital era yang sangat penting dalam membantu pertumbuhan ekonomi. Pengabdian masyarakat ini menggunakan Generasi Z sebagai sampel dan dipilih 30 siswa/siswi sebagai sampel yang berasal dari MAN 1 Pesawaran. Pada kegiatan ini digunakan sistem pre test dan post test untuk melihat perbedaan sebelum dan sesudah pelatihan dengan harapan siswa siswi dapat mengalami peningkatan pengetahuan. Hasil dari kegiatan ini, siswa atau siswi telah mengalami peningkatan dalam pengetahuan tentang keuangan.

Kata kunci: Generasi Z, Investasi, Literasi keuangan

Abstract

Impulse buying, not understanding the product, financial risk are financial problems that can hit anyone. Currently, Indonesia is dominated by Generation Z called iGeneration or the internet generation, which of course has experienced this. The purpose of this community service is to provide understanding to Generation Z about finance such as financial management for both personal and business, understanding various types of investment in the digital era which are very important in helping economic growth. This community service uses Generation Z as a sample and 30 students are selected as samples from MAN 1 Pesawaran. In this activity, a pre-test and post-test system was used to see the difference before and after the training with the hope that students could experience an increase in knowledge. As a result of this activity, students have experienced an increase in knowledge about finance.

Keywords: Financial literacy, Generation Z, Investment

1. PENDAHULUAN

Generasi Z atau Gen Z disebut sebagai generasi yang lahir setelah generasi Y. Kumpulan orang yang termasuk ke dalam generasi ini adalah mereka yang lahir di tahun 1995 sampai dengan 2010. Generasi Z disebut juga sebagai *iGeneration* atau generasi internet atau generasi net. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan data pengguna internet di Indonesia pada tahun 2018 mencapai 64,8% dari populasi Indonesia dan yang mengakses internet untuk kegiatan media sosial sebesar 18,9 % yang merupakan alasan kedua menggunakan internet setelah alasan untuk komunikasi lewat pesan (APJII, 2019). Mereka selalu terhubung dengan dunia maya dan dapat melakukan segala sesuatunya dengan menggunakan kecanggihan teknologi yang ada.

Generasi Z memiliki banyak kemudahan dalam menjalankan aktivitasnya dibandingkan dengan generasi sebelumnya. Namun tentu saja disetiap generasi memiliki permasalahan yang berbeda dengan Generasi sebelumnya. Permasalahan yang umum dirasakan Generasi Z salah satunya adalah masalah finansial. Millennial dan Gen Z cenderung khawatir dengan ketidakstabilan finansialnya di awal karir. Disamping itu, akibat terbawa arus, banyak yang memaksakan untuk mengikuti gaya hidup yang tinggi. Akibatnya, mengambil cicilan menjadi jalan pintas yang mereka lakukan untuk memenuhi gengsi. Hal tersebut menjadi salah satu penyebab stress tertinggi Millennial dan Gen Z. Disamping itu, Millennial dan Gen Z banyak yang menjadi *sandwich generation*. Artinya generasi ini terbebani oleh 3 tekanan, yaitu dia harus mampu menghidupi dirinya sendiri, menghidupi orang tuanya, dan menghidupi keluarganya

(anak & istri) jika sudah berkeluarga. Padahal, menurut penelitian yang dilakukan oleh Forbes, di tahap karier yang sama millennial secara global mendapat gaji 20% lebih rendah dibandingkan generasi pendahulunya. Permasalahan selanjutnya, pandemic covid- 19 ini juga memengaruhi dan menggeser perilaku konsumen. Sistem belanja online semakin memudahkan konsumen dalam berbelanja apapun dan kapanpun. Hal ini membuat gaya hidup konsumtif masyarakat menjadi tidak proporsional, seperti melakukan pembelian impulsif tanpa mempertimbangkan masa depan dan berakhir dengan kesulitan keuangan (Yuesti et al. 2020). Sehingga literasi keuangan menjadi sangat penting.

Menurut OJK terdapat 4 tingkatan dalam literasi keuangan. Pertama, *Well literate* (21,84 %), yaitu masyarakat yang memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa dan produk keuangan, termasuk fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan, serta memiliki keterampilan dalam menggunakan berbagai produk dan jasa keuangan. Yang kedua adalah, *Sufficient literate* (75,69 %) yaitu masyarakat yang memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan. Ketiga, *Less literate* (2,06 %) yaitu masyarakat yang hanya memiliki pengetahuan tentang lembaga jasa, produk keuangan. Terakhir adalah, *Not literate* (0,41%), tidak memiliki pengetahuan dan keyakinan terhadap lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, serta tidak memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan. Sehingga, OJK memiliki tujuan untuk mendorong masyarakat yang pada awalnya *less/ not literate* menjadi *well literate* (OJK, 2020).

Menurut Sugiharti dan Maula (2019) hal pertama dan mendasar yang perlu dipahami dalam literasi keuangan adalah mengetahui produk keuangan seperti perbankan, asuransi, pasar modal dan berbagai lembaga keuangan lainnya. Selanjutnya, setelah mengenal produk maka masyarakat harus memahami risiko, manfaat, fitur, hal dan kewajiban saat menggunakan produk keuangan. Hal tersebut sangat penting agar masyarakat paham atas pilihan produk keuangan yang mereka gunakan dengan tepat, melakukan perencanaan keuangan dengan matang dan dapat terhindar dari risiko seperti telibat hutang yang merugikan dan pengambilan keputusan salah tentang produk investasi (OJK, 2020; Sugiharti dan Maula (2019)). Tingkat literasi keuangan juga dapat menjadi gambaran dalam kemampuan seseorang dalam mengelola sumber daya mereka dengan baik sepanjang hidup (Yuesti et al. 2020). Pada era digital saat ini terdapat berbagai produk keuangan yang dihasilkan dari perkembangan dan inovasi teknologi yang disebut FinTech, menurut Lina dan Nani (2020) pengetahuan tentang fintech di Indonesia masih tergolong rendah.

Tujuan pengabdian masyarakat ini adalah untuk menganalisis sejauhmana pemahaman Gen Z tentang keuangan termasuk didalamnya produk digital maupun yang sudah eksis, fitur, risiko dan pengelolaan keuangan. Dalam mencapai tujuan tersebut, dilakukan pelatihan untuk meningkatkan pemahaman Gen Z tentang keuangan, pengelolaan keuangan, dan produk digital keuangan beserta resiko-resiko keuangan. Pengabdian masyarakat ini juga sejalan dengan tujuan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam meningkatkan literasi keuangan dan inklusi keuangan kepada anak muda yang dianggap sebagai penggerak ekonomi (OJK, 2019). Selain itu, Bank Indonesia juga turut mendorong peningkatan literasi keuangan pada semua lapisan masyarakat dan hal ini juga menjadi tugas semua pihak termasuk anak muda (Bi.go.id).

2. METODE

Metode pelaksanaan pengabdian ini adalah sosialisasi guna memberikan pemahaman tentang keuangan dengan responden yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah siswa/siswi MAN 1 Pesawaran. Berdasarkan usia lahir, siswa/siswi termasuk dalam golongan generasi Z. Seperti yang diketahui bahwa generasi Z memiliki beberapa permasalahan, salah satunya terkait dengan finansial. Diperkirakan generasi Z akan banyak menjadi *sandwich generation* yaitu generasi ini terbebani oleh 3 tekanan, yaitu dia harus mampu menghidupi dirinya sendiri, menghidupi orang tuanya, dan menghidupi keluarganya (anak & istri) jika sudah

berkeluarga. Jika tidak dibekali dengan literasi keuangan yang baik maka generasi Z akan terjebak di situasi yang sulit dimasa yang akan datang. Secara geografis MAN 1 Pesawaran memiliki letak yang cukup jauh dari pusat Kota Lampung, yaitu sekitar 37 km. Hal ini membuat adanya kesenjangan informasi, sehingga perlu adanya pelatihan dan sosialisasi yang akan meminimalisir kesenjangan informasi. Berikut adalah Tabel 1. Tahapan Pelatihan yang dilakukan di MAN 1 Pesawaran:

Tabel 1. Tahapan Pelatihan

Agenda	Kegiatan
Perkenalan kegiatan	<i>Brainstorming</i>
Menjelaskan tujuan sosialisasi	Ceramah
<i>Pre Test</i>	Praktik
Materi <i>Financial Literacy</i>	Ceramah
Diskusi	Diskusi
<i>Post Test</i>	Praktik
Evaluasi	Evaluasi seberapa jauh peningkatan pemahaman tentang keuangan

Berdasarkan Tabel 1. Pelatihan ini dibagi dalam berbagai kegiatan yang pertama adalah melakukan perkenalan dan melakukan wawancara singkat mengenai masalah pada mitra dan tujuan adanya pelatihan pada siswa-siswi MAN 1 Pesawaran. Sama-sama kita ketahui bahwa usia sekolah saat ini masuk kedalam generasi Z yaitu generasi yang memegang peranan penting dalam kemajuan negara. Hal ini dikemukakan oleh Kemendikbud, bahwa Indonesia tengah berada pada periode yang dinamakan sebagai Bonus Demografi, yaitu sebagian besar penduduk saat ini berasal dari Generasi Z/Gen Z yaitu sebanyak 74,93 juta jiwa (27,94%). Dengan demikian perlu kita gali masalah dan potensi apa yang bisa dikebangkan dari gen Z.

Setelah menentukan tujuan pelatihan maka pertemuan selanjutnya dilakukan sosialisasi dan penjelasan kepada siswa-siswi agar tujuan dapat tercapai. Tahapan selanjutnya, dalam mengukur tingkat pemahaman sebelum dan sesudah diberikan pelatihan maka siswa/siswi diberikan lembar *pretest* lalu dilanjutkan pemaparan materi. Materi yang diberikan kepada siswa/siswi tentang produk keuangan dan pengelolaan keuangan. Kegiatan ini dilaksanakan dengan tujuan untuk menambah literasi keuangan bagi generasi Z agar generasi Z bisa melakukan perencanaan keuangan dengan baik dan tidak terjebak pada *sandwich generation* dan memberikan wawasan tambahan kepada siswa/siswi MAN 1 Pesawaran terkait dengan *personal growth*. *Personal growth* sangat diperlukan oleh generasi Z dalam menghadapi perkembangan zaman saat ini.

Tabel 2. Uraian Tugas

No	Nama	Deskripsi Tugas
1	Defia Riski Anggarini, S.E, M.Si	Perkenalan Mengenai Produk Keuangan (Investasi, Dana Pensiun, Asuransi, Tabungan, dan Pinjaman)
2	Almira Devita Putri, S.A.P, M.A.B	Pengelolaan Keuangan (Perencanaan Keuangan dan Pengenalan Keuangan Bisnis)
3	Lia Febria Lina, S.E, M.Sc	Perkenalan Produk Keuangan Digital (Financial Technology, Peer to Peer Lending, dan Resiko yang dihasilkan).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan pada hari Selasa 9 Mei 2021. Kegiatan ini dilaksanakan di MAN 1 Pesawaran dengan target *audience* adalah siswa/siswi yang masuk dalam generasi Z. Pada kegiatan dilakukan sosialisasi mengenai pemahaman tentang keuangan, bagaimana merencanakan keuangan dimasa depan, memahami produk-produk investasi. Kegiatan ini bertujuan untuk mengukur seberapa jauh pemahaman keuangan Generasi Z.

Temuan penelitian ini membuktikan bahwa terdapat perbedaan pemahaman sebelum dan setelah diberikan sosialisasi. Hal ini terbukti dari hasil *pretest* siswa/siswi mendapatkan nilai rata-rata 2,2 untuk item pernyataan 1 yaitu “saya memiliki pengetahuan mengenai produk keuangan” serta nilai 1,2 untuk item pernyataan “saya mengetahui bahwa literasi keuangan merupakan pengetahuan dan pemahaman atas konsep dan risiko keuangan” Sedangkan hasil *posttest* item pernyataan 1 yaitu saya memiliki pengetahuan mengenai produk keuangan memiliki nilai rata-rata 4 dan pengenalan literasi keuangan memiliki manfaat agar tidak tertipu dengan investasi palsu memiliki nilai rata-rata sebesar 4,3 artinya siswa/siswi sudah setuju bahwa ketika mereka memiliki pemahaman tentang keuangan, produk investasi dan konsep investasi mereka akan dapat menghindari risiko dikemudian hari. Setelah melihat hasil dari pre test dan post test, temuan pengabdian masyarakat ini menunjukkan bahwa terdapat peningkatan literasi keuangan yang pada awalnya adalah *less literate* yaitu siswa-siswi sekedar mengetahui tentang beberapa lembaga jasa, produk keuangan, menjadi *Sufficient literate* yaitu memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan.



Gambar 1. Pembukaan dan Pemaparan Materi

Pada Gambar 1. Dilakukan pemaparan tentang pengenalan dunia digital dan tujuan diadakannya pelatihan tentang literasi keuangan. Sebelum pemaparan materi, diberikan juga lembar pre test untuk mengukur tingkat pemahaman siswa-siswi sudah berada di level *well literate, sufficient literate, less literate* atau *not literate*.



Gambar 2. Pemaparan materi kepada siswa

Pada Gambar 2. Pemaparan materi kepada mahasiswa tentang masalah-masalah keuangan seperti bagaimana jika kita memiliki pendapatan yang tidak stabil, bagaimana hutang bisa memengaruhi kualitas hidup serta keuangan untuk kesehatan dan pendidikan. Siswa-siswi juga mulai diberikan pengetahuan tentang seberapa penting merencanakan keuangan dan seberapa penting menabung dan melakukan investasi. Siswa-siswi juga diberikan pertanyaan seputar kemana uang yang mereka miliki untuk dihabiskan? Apakah sudah menabung dan

berapa jumlah yang mereka tabung. Hal ini penting juga untuk memberi pemahaman bahwa menabung sangat penting dan jika dilakukan secara konsisten. Selain itu tips mengelola keuangan dan pengenalan produk keuangan juga dijelaskan agar siswa-siswi lebih bijak membuat keputusan untuk memilih produk keuangan salah satunya asuransi. Serta, siswa-siswi diberikan tips dan trik untuk mendapatkan *financial freedom* dari usia muda.

4. KESIMPULAN

Pelatihan ini bertujuan untuk menganalisis sejauhmana pemahaman Gen Z tentang keuangan dan memberikan pelatihan untuk meningkatkan pemahaman Gen Z tentang keuangan sehingga diangkat judul Peran *Financial Literacy* dalam meningkatkan pemahaman Generasi Z. Hasil pelatihan ini, disimpulkan bahwa terdapat peningkatan literasi keuangan yang pada awalnya adalah *less literate* menjadi *Sufficient literate yaitu* memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan. Meski belum pada tahap *well literate* dimana siswa SMA memiliki keterampilan dalam menggunakan produk keuangan, namun hal ini dapat menjadi gambaran jika pelatihan ini dilakukan secara berkelanjutan sampai pada praktik penggunaan produk, maka dapat semakin banyak masyarakat yang memiliki literasi keuangan yang baik.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Universitas Teknokrat Indonesia yang telah mendukung kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Berita dan Kegiatan : OJK Fokus Tingkatkan Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan Pemuda.* (2021, Agustus 6). Retrieved from OJK Web Site: www.ojk.id
- Kanal : Edukasi dan Perlindungan Konsumen.* (2020, Agustus 6). Retrieved from OJK Web Site: www.ojk.go.id
- Lina, L. F., & Nani, D. A. (2020). Kekhawatiran Privasi Pada Kesuksesan Adopsi Fintech Menggunakan Model Delone dan Mclean. *Performance: Jurnal Personalia, Financial, Operasional, Marketing dan Sistem Informasi*, 60-69.
- Penetrasi & Profil Perilaku Internet Indonesia Tahun 2018.* (2021, Juli 6). Retrieved from APJII Web Site: www.apjii.or.id
- Publikasi : Bank Indonesia.* (2021, Juli 10). Retrieved from Bank Indonesia Web site: www.bi.go.id
- Site : Gen Z Pendidikan Harus Bertransformasi.* (2021, Juli 8). Retrieved from LPMP Jatim Web Site: www.lpmpjatim.kemendikbud.go.id

Halaman Ini Dikосongkan