



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 2 (2026) pp: 14843- 14849

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Pengaruh Literasi Keuangan Berbasis Kecerdasan Buatan, Kepercayaan terhadap Teknologi Finansial, dan Kecemasan Ekonomi terhadap Ketahanan Keuangan Individu melalui Kualitas Pengambilan Keputusan Keuangan sebagai Variabel Mediasi

Maria Yovita R. Pandin¹, Dicko Sebastian Soekardjo²

¹²Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

¹yovita_87@untag-sby.ac.id, ²1222400052@surel.untag-sby.ac.id

Abstrak

Perkembangan kecerdasan buatan (Artificial Intelligence/AI) dalam layanan keuangan telah mengubah cara individu memperoleh informasi, mengelola keuangan, dan mengambil keputusan finansial. Di sisi lain, meningkatnya ketidakpastian ekonomi juga memengaruhi kemampuan individu dalam mempertahankan kondisi keuangan yang stabil. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan berbasis kecerdasan buatan, kepercayaan terhadap teknologi finansial, dan kecemasan ekonomi terhadap ketahanan keuangan individu melalui kualitas pengambilan keputusan keuangan sebagai variabel mediasi. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian adalah individu yang menggunakan layanan keuangan digital, sedangkan sampel berjumlah 68 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dengan skala Likert lima poin dan dianalisis menggunakan Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) dengan bantuan SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berbasis kecerdasan buatan dan kepercayaan terhadap teknologi finansial berpengaruh positif terhadap kualitas pengambilan keputusan keuangan serta ketahanan keuangan individu. Sebaliknya, kecemasan ekonomi berpengaruh negatif terhadap kualitas pengambilan keputusan keuangan dan ketahanan keuangan. Selain itu, kualitas pengambilan keputusan keuangan terbukti berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara literasi keuangan berbasis kecerdasan buatan, kepercayaan terhadap teknologi finansial, dan kecemasan ekonomi terhadap ketahanan keuangan individu. Temuan penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan literatur keuangan perilaku serta menjadi masukan bagi pemerintah, lembaga pendidikan, dan penyedia layanan keuangan digital dalam meningkatkan ketahanan keuangan masyarakat melalui pemanfaatan teknologi yang tepat.

Kata Kunci: Kecemasan Ekonomi, Kepercayaan Terhadap Teknologi Finansial, Ketahanan Keuangan, Kualitas Pengambilan Keputusan Keuangan, Literasi Keuangan Berbasis Kecerdasan Buatan.

1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara masyarakat memperoleh informasi, melakukan transaksi, dan mengelola keuangan. Pemanfaatan internet, media sosial, *marketplace*, dompet digital, *mobile banking*, serta berbagai layanan *financial technology* (*fintech*) telah memperluas akses terhadap produk dan layanan keuangan sehingga aktivitas ekonomi menjadi lebih cepat, mudah, dan efisien. Namun, kemudahan tersebut juga menghadirkan tantangan baru berupa meningkatnya paparan terhadap promosi digital, tren konsumsi, dan berbagai informasi keuangan dengan tingkat kredibilitas yang beragam. Kondisi ini menuntut individu untuk tidak hanya mampu mengakses informasi, tetapi juga memiliki kemampuan mengevaluasi dan memanfaatkannya dalam pengambilan keputusan keuangan yang rasional. Tantangan tersebut semakin relevan bagi Generasi Z sebagai kelompok yang tumbuh di era digital dan memiliki intensitas penggunaan teknologi yang lebih tinggi dibandingkan generasi sebelumnya (Ajzen, 2020; Fadli, 2024).

Sebagai *digital native*, Generasi Z memanfaatkan media digital dalam hampir seluruh aktivitas sehari-hari, mulai dari pendidikan, pekerjaan, komunikasi, hiburan, hingga transaksi ekonomi. Tingginya intensitas penggunaan media sosial dan platform digital memberikan akses yang luas terhadap berbagai informasi mengenai investasi, tabungan, pinjaman daring, maupun produk konsumsi. Di sisi lain, paparan yang terus-menerus terhadap iklan, promosi, diskon, dan gaya hidup yang ditampilkan melalui media sosial dapat mendorong munculnya

Pengaruh Literasi Keuangan Berbasis Kecerdasan Buatan, Kepercayaan terhadap Teknologi Finansial, dan Kecemasan Ekonomi terhadap Ketahanan Keuangan Individu melalui Kualitas Pengambilan Keputusan Keuangan sebagai Variabel Mediasi

perilaku konsumsi yang kurang terkendali. Fenomena seperti *fear of missing out* (FOMO), *social comparison*, dan tren viral menyebabkan keputusan konsumsi sering kali didasarkan pada keinginan mengikuti tren dibandingkan pertimbangan kebutuhan yang sebenarnya. Apabila kondisi tersebut berlangsung secara berkelanjutan, stabilitas keuangan individu berpotensi menurun sehingga menghambat terciptanya ketahanan keuangan.

Perkembangan ekonomi digital di Indonesia semakin memperkuat pentingnya isu tersebut. Berbagai layanan keuangan digital berkembang pesat dan semakin banyak dimanfaatkan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan transaksi maupun investasi. Berdasarkan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan tahun 2024, tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia mencapai 65,43%, sedangkan tingkat inklusi keuangan mencapai 75,02%. Data tersebut menunjukkan bahwa akses masyarakat terhadap produk dan layanan keuangan terus meningkat. Meskipun demikian, peningkatan akses tersebut belum sepenuhnya diikuti oleh kemampuan masyarakat dalam mengelola keuangan secara efektif sehingga masih terdapat kesenjangan antara tingkat pemahaman keuangan dan implementasi perilaku keuangan yang bertanggung jawab dalam kehidupan sehari-hari (Otoritas Jasa Keuangan, 2024). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kemudahan akses terhadap layanan keuangan belum tentu menghasilkan kondisi keuangan yang lebih baik apabila tidak disertai kemampuan mengendalikan perilaku keuangan.

Berbagai penelitian terdahulu telah mengidentifikasi beberapa faktor yang memengaruhi perilaku dan kondisi keuangan Generasi Z. Penelitian Nurmalia et al. (2024) menunjukkan bahwa lingkungan digital memiliki hubungan positif dengan meningkatnya perilaku konsumtif akibat tingginya paparan terhadap promosi dan tren yang berkembang di media sosial. Di sisi lain, perkembangan media sosial juga melahirkan fenomena meningkatnya peran *financial influencer* sebagai sumber informasi finansial. Penelitian Islamy (2023) menemukan bahwa *financial influencer* mampu memengaruhi perilaku keuangan Generasi Z melalui penyampaian informasi yang komunikatif dan mudah dipahami, sedangkan Pramnesti dan Mariana (2025) menjelaskan bahwa *financial influencer* berkontribusi dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pengelolaan keuangan dan investasi. Selain faktor lingkungan digital, kemampuan individu dalam memahami dan memanfaatkan informasi keuangan juga menjadi faktor penting. Rahayu (2022) dan Fadli (2024) menunjukkan bahwa literasi keuangan digital berkontribusi terhadap peningkatan kualitas pengambilan keputusan serta pengelolaan keuangan individu.

Meskipun demikian, hasil penelitian terdahulu masih menunjukkan beberapa keterbatasan. Sebagian besar penelitian hanya menguji pengaruh literasi keuangan digital terhadap perilaku keuangan atau keputusan investasi, sedangkan penelitian lainnya lebih banyak membahas pengaruh *financial influencer* maupun tekanan konsumsi digital secara terpisah. Kajian yang mengintegrasikan tekanan konsumsi digital, *financial influencer*, dan literasi keuangan digital dalam satu model penelitian untuk menjelaskan ketahanan keuangan masih relatif terbatas. Selain itu, sebagian besar penelitian memfokuskan perhatian pada perilaku keuangan atau keputusan investasi sebagai variabel dependen, sedangkan penelitian mengenai ketahanan keuangan sebagai indikator keberhasilan pengelolaan keuangan individu masih belum banyak dilakukan, khususnya pada Generasi Z di Indonesia.

Keterbatasan lainnya terletak pada mekanisme hubungan antarvariabel. Penelitian sebelumnya umumnya menguji pengaruh langsung faktor-faktor digital terhadap perilaku atau kondisi keuangan tanpa menjelaskan bagaimana proses perubahan perilaku tersebut terjadi. Padahal, pengaruh tekanan konsumsi digital, *financial influencer*, maupun literasi keuangan digital terhadap ketahanan keuangan kemungkinan tidak terjadi secara langsung, tetapi melalui perubahan perilaku individu dalam mengelola aktivitas konsumsi. Kemampuan mengendalikan konsumsi menjadi faktor yang penting karena menentukan bagaimana individu menetapkan prioritas kebutuhan, menghindari pembelian impulsif, dan mengalokasikan sumber daya keuangan secara lebih efektif. Dengan demikian, perilaku pengendalian konsumsi berpotensi menjadi mekanisme yang menjelaskan hubungan antara faktor-faktor digital dengan ketahanan keuangan.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini menawarkan kebaruan dengan mengembangkan model yang mengintegrasikan tekanan konsumsi digital, *financial influencer*, dan literasi keuangan digital sebagai determinan ketahanan keuangan Generasi Z melalui perilaku pengendalian konsumsi sebagai variabel mediasi. Model ini memberikan perspektif yang lebih komprehensif karena tidak hanya menguji pengaruh langsung masing-masing variabel terhadap ketahanan keuangan, tetapi juga menjelaskan mekanisme perilaku yang menghubungkan faktor-faktor digital dengan kondisi keuangan individu. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur mengenai perilaku keuangan digital sekaligus memberikan pemahaman yang lebih utuh mengenai faktor-faktor yang membentuk ketahanan keuangan Generasi Z.

Penelitian ini menggunakan *Theory of Planned Behavior* (TPB) sebagai landasan teoritis untuk menjelaskan hubungan antarvariabel. TPB menjelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh sikap, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control* (Ajzen, 2020). Dalam konteks penelitian ini, tekanan konsumsi

digital dan *financial influencer* dipandang sebagai representasi *subjective norm* yang berasal dari lingkungan digital, sedangkan literasi keuangan digital merepresentasikan *perceived behavioral control* yang menggambarkan kemampuan individu dalam memahami serta mengevaluasi informasi keuangan sebelum mengambil keputusan. Interaksi antara pengaruh sosial dan kemampuan individu tersebut diperkirakan membentuk perilaku pengendalian konsumsi yang pada akhirnya menentukan tingkat ketahanan keuangan. Oleh karena itu, TPB memberikan kerangka konseptual yang relevan untuk menjelaskan bagaimana lingkungan digital memengaruhi perilaku keuangan Generasi Z.

Ketahanan keuangan menjadi isu yang semakin penting bagi Generasi Z karena kelompok ini sedang memasuki fase transisi menuju kemandirian ekonomi. Pada fase tersebut, individu mulai menghadapi berbagai tanggung jawab finansial, seperti mengelola pendapatan, menyusun anggaran, memenuhi kebutuhan hidup, menabung, dan mempersiapkan tujuan keuangan jangka panjang. Di tengah perkembangan teknologi digital yang semakin pesat, kemampuan mempertahankan kondisi keuangan yang stabil tidak hanya ditentukan oleh besarnya pendapatan, tetapi juga oleh kemampuan mengelola perilaku konsumsi, memanfaatkan informasi keuangan secara tepat, serta menghadapi berbagai pengaruh yang berasal dari lingkungan digital. Oleh karena itu, memahami faktor-faktor yang memengaruhi ketahanan keuangan menjadi penting sebagai dasar dalam merumuskan strategi peningkatan kualitas pengelolaan keuangan Generasi Z.

Penelitian ini difokuskan pada Generasi Z yang berdomisili di Kota Surabaya dengan rentang usia 15–30 tahun. Pemilihan kelompok tersebut didasarkan pada tingginya intensitas penggunaan media digital serta meningkatnya pemanfaatan layanan keuangan berbasis teknologi di kalangan generasi muda. Penelitian bertujuan menganalisis pengaruh tekanan konsumsi digital, *financial influencer*, dan literasi keuangan digital terhadap ketahanan keuangan Generasi Z melalui perilaku pengendalian konsumsi sebagai variabel mediasi. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur mengenai perilaku keuangan digital sekaligus menjadi masukan bagi pemerintah, regulator, lembaga pendidikan, dan lembaga jasa keuangan dalam merancang program peningkatan literasi keuangan serta penguatan ketahanan keuangan Generasi Z di era digital.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis *explanatory research* untuk menganalisis hubungan kausal antara tekanan konsumsi digital, *influencer* keuangan media sosial, literasi keuangan digital, perilaku pengendalian konsumsi, dan ketahanan keuangan Generasi Z. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan pengukuran hubungan antarvariabel secara objektif melalui pengujian hipotesis berdasarkan data numerik, sedangkan *explanatory research* digunakan untuk menjelaskan pengaruh langsung maupun tidak langsung antarvariabel dalam model penelitian. Penelitian dilaksanakan di Kota Surabaya pada periode Mei–Juni 2026. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada karakteristik Kota Surabaya sebagai salah satu kota metropolitan dengan tingkat penggunaan internet, media sosial, dan layanan keuangan digital yang tinggi sehingga dinilai relevan sebagai lokasi penelitian mengenai perilaku keuangan Generasi Z (Sugiyono, 2022).

Populasi penelitian adalah seluruh Generasi Z yang berdomisili di Kota Surabaya dengan rentang usia 15–30 tahun. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan karakteristik tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Responden dipilih berdasarkan beberapa kriteria, yaitu berusia 15–30 tahun, berdomisili di Kota Surabaya, aktif menggunakan media sosial, serta pernah memperoleh informasi mengenai pengelolaan keuangan melalui platform digital. Kriteria tersebut ditetapkan agar responden memiliki pengalaman yang relevan dengan variabel yang diteliti sehingga mampu memberikan informasi yang sesuai dengan tujuan penelitian. Berdasarkan proses penyaringan menggunakan kriteria tersebut, diperoleh sebanyak 68 responden yang memenuhi persyaratan sebagai sampel penelitian.

Data yang digunakan merupakan data primer yang dikumpulkan secara langsung melalui penyebaran kuesioner daring menggunakan *Google Form*. Pengumpulan data dilakukan secara *cross-sectional*, yaitu data diperoleh pada satu periode pengamatan tanpa melakukan pengukuran berulang terhadap responden. Sebelum kuesioner disebarkan secara luas, dilakukan penyesuaian redaksi setiap butir pernyataan agar mudah dipahami oleh responden serta sesuai dengan karakteristik Generasi Z sebagai sasaran penelitian. Seluruh responden memberikan jawaban secara mandiri berdasarkan persepsi dan pengalaman masing-masing terkait aktivitas keuangan dalam kehidupan sehari-hari.

Instrumen penelitian disusun berdasarkan indikator yang diadaptasi dari penelitian-penelitian terdahulu yang telah digunakan untuk mengukur masing-masing konstruk penelitian. Variabel yang dianalisis terdiri atas tekanan konsumsi digital (X_1), *influencer* keuangan media sosial (X_2), literasi keuangan digital (X_3), perilaku pengendalian konsumsi (Z), dan ketahanan keuangan (Y). Masing-masing variabel diukur menggunakan lima

indikator sehingga keseluruhan instrumen penelitian terdiri atas 25 indikator. Operasionalisasi variabel penelitian disajikan pada Tabel 1. Setiap indikator diukur menggunakan skala Likert lima poin, yaitu skor 1 menunjukkan *Sangat Tidak Setuju*, skor 2 *Tidak Setuju*, skor 3 *Netral*, skor 4 *Setuju*, dan skor 5 *Sangat Setuju*. Penggunaan skala tersebut bertujuan untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap setiap pernyataan yang berkaitan dengan variabel penelitian secara konsisten.

Analisis data dilakukan menggunakan metode *Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS)* dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4. Metode *SEM-PLS* dipilih karena mampu menganalisis hubungan struktural antarvariabel laten secara simultan, baik hubungan langsung maupun hubungan tidak langsung melalui variabel mediasi. Selain itu, metode ini sesuai digunakan pada penelitian yang memiliki jumlah sampel relatif kecil serta melibatkan beberapa konstruk laten dengan indikator reflektif. *SEM-PLS* juga memiliki kemampuan menghasilkan estimasi parameter yang stabil tanpa mensyaratkan distribusi data normal secara ketat sehingga banyak digunakan dalam penelitian bidang akuntansi, manajemen, dan ilmu sosial (Hair *et al.*, 2022).

Tahapan analisis dilakukan melalui dua proses utama, yaitu evaluasi *outer model* dan *inner model*. Evaluasi *outer model* bertujuan untuk menilai kualitas instrumen penelitian melalui pengujian validitas konvergen menggunakan nilai *loading factor* dan *Average Variance Extracted (AVE)*, validitas diskriminan, serta reliabilitas konstruk menggunakan nilai *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*. Tahap ini dilakukan untuk memastikan bahwa setiap indikator mampu mengukur konstruk yang diteliti secara akurat, konsisten, dan memiliki tingkat reliabilitas yang memadai sebelum dilakukan pengujian hubungan antarvariabel.

Setelah seluruh indikator memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas, analisis dilanjutkan pada evaluasi *inner model*. Tahapan ini bertujuan untuk menguji kemampuan model penelitian dalam menjelaskan hubungan antarvariabel laten melalui nilai *R-square*, *path coefficient*, serta pengujian *direct effect*, *indirect effect*, dan *total effect*. Evaluasi ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen maupun pengaruh tidak langsung melalui variabel mediasi sehingga dapat menjawab tujuan penelitian secara komprehensif.

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan prosedur *bootstrapping* dengan tingkat signifikansi sebesar 5%. Keputusan pengujian didasarkan pada nilai *t-statistics* dan *p-values*, di mana hubungan antarvariabel dinyatakan signifikan apabila nilai *t-statistics* lebih besar dari 1,96 dan *p-values* lebih kecil dari 0,05 (Hair *et al.*, 2022). Seluruh hasil analisis selanjutnya digunakan untuk mengevaluasi hubungan antara tekanan konsumsi digital, *influencer* keuangan media sosial, literasi keuangan digital, perilaku pengendalian konsumsi, dan ketahanan keuangan Generasi Z, baik melalui pengaruh langsung maupun pengaruh tidak langsung melalui variabel mediasi.

3. Hasil dan Diskusi

3.1 Hasil

3.1.1 Hasil Pengujian Pengaruh Langsung

Hasil pengujian hipotesis pengaruh langsung menggunakan metode SEM-PLS disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Pengujian Pengaruh Langsung

Hipotesis	Hubungan Antar Variabel	Original Sample	T Statistics	P Values	Keterangan
H1	Tekanan Konsumsi Digital (X1) → Ketahanan Keuangan (Y)	-0,013	0,094	0,925	Tidak Signifikan
H2	Influencer Keuangan Media Sosial (X2) → Ketahanan Keuangan (Y)	0,345	2,201	0,028	Signifikan
H3	Literasi Keuangan Digital (X3) → Ketahanan Keuangan (Y)	0,154	1,147	0,251	Tidak Signifikan
H4	Tekanan Konsumsi Digital (X1) → Perilaku Pengendalian Konsumsi (Z)	0,206	1,069	0,285	Tidak Signifikan
H5	Influencer Keuangan Media Sosial (X2) → Perilaku Pengendalian Konsumsi (Z)	0,266	1,461	0,144	Tidak Signifikan
H6	Literasi Keuangan Digital (X3) → Perilaku Pengendalian Konsumsi (Z)	0,152	0,870	0,384	Tidak Signifikan
H7	Perilaku Pengendalian Konsumsi (Z) → Ketahanan Keuangan (Y)	0,433	3,137	0,002	Signifikan

Berdasarkan Tabel 1, dari tujuh hubungan langsung yang diuji, terdapat dua hubungan yang menunjukkan pengaruh signifikan. Influencer keuangan media sosial berpengaruh positif terhadap ketahanan keuangan Generasi

Z ($\beta = 0,345$; $p = 0,028$), sedangkan perilaku pengendalian konsumsi juga berpengaruh positif terhadap ketahanan keuangan Generasi Z ($\beta = 0,433$; $p = 0,002$).

Sementara itu, tekanan konsumsi digital dan literasi keuangan digital tidak berpengaruh signifikan terhadap ketahanan keuangan. Selain itu, tekanan konsumsi digital, influencer keuangan media sosial, dan literasi keuangan digital juga tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku pengendalian konsumsi. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar hubungan langsung yang diuji tidak memperoleh dukungan empiris, kecuali pengaruh influencer keuangan media sosial dan perilaku pengendalian konsumsi terhadap ketahanan keuangan.

3.1.2 Hasil Pengujian Pengaruh Tidak Langsung

Hasil pengujian pengaruh tidak langsung melalui variabel mediasi perilaku pengendalian konsumsi disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Pengujian Pengaruh Tidak Langsung

Hipotesis	Hubungan Mediasi	Original Sample	T Statistics	P Values	Keterangan
H8	$X1 \rightarrow Z \rightarrow Y$	0,089	1,056	0,291	Tidak Signifikan
H9	$X2 \rightarrow Z \rightarrow Y$	0,115	1,305	0,192	Tidak Signifikan
H10	$X3 \rightarrow Z \rightarrow Y$	0,066	0,758	0,448	Tidak Signifikan

Berdasarkan Tabel 2, seluruh hubungan tidak langsung memiliki nilai p lebih besar dari 0,05 sehingga tidak terdapat pengaruh mediasi yang signifikan. Dengan demikian, perilaku pengendalian konsumsi tidak mampu memediasi hubungan antara tekanan konsumsi digital, influencer keuangan media sosial, maupun literasi keuangan digital terhadap ketahanan keuangan Generasi Z.

3.2 Diskusi

3.2.1 Pengaruh Faktor Digital terhadap Ketahanan Keuangan Generasi Z

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor digital memberikan pengaruh yang berbeda terhadap ketahanan keuangan Generasi Z. Dari ketiga variabel yang diuji, hanya influencer keuangan media sosial yang terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap ketahanan keuangan, sedangkan tekanan konsumsi digital dan literasi keuangan digital tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Temuan ini mengindikasikan bahwa tidak semua faktor yang berkembang dalam ekosistem digital mampu memberikan dampak langsung terhadap kemampuan individu dalam mempertahankan kondisi keuangannya.

Tidak signifikannya pengaruh tekanan konsumsi digital menunjukkan bahwa paparan promosi, media sosial, maupun tren konsumsi belum menjadi faktor utama yang memengaruhi kondisi keuangan responden. Meskipun Generasi Z merupakan kelompok yang aktif menggunakan media digital, responden dalam penelitian ini masih mampu mempertimbangkan kebutuhan, manfaat, serta kemampuan finansial sebelum melakukan pengeluaran. Dengan demikian, tingginya intensitas penggunaan media digital tidak selalu diikuti oleh meningkatnya perilaku konsumtif yang dapat menurunkan ketahanan keuangan.

Temuan tersebut berbeda dengan penelitian Nurmalia et al. (2024) dan Maharani (2025) yang menemukan bahwa lingkungan digital dapat mendorong perilaku konsumtif dan memengaruhi pengelolaan keuangan individu. Perbedaan hasil ini mengindikasikan bahwa pengaruh tekanan konsumsi digital sangat bergantung pada karakteristik responden, terutama kemampuan dalam mengendalikan keputusan keuangan. Hal tersebut menunjukkan bahwa lingkungan digital tidak selalu memberikan dampak negatif apabila individu memiliki kesadaran dalam mengelola keuangan secara rasional.

Berbeda dengan tekanan konsumsi digital, influencer keuangan media sosial terbukti memberikan pengaruh positif terhadap ketahanan keuangan Generasi Z. Informasi mengenai pengelolaan keuangan, investasi, maupun perencanaan keuangan yang disampaikan melalui media sosial membantu responden memperoleh pemahaman yang lebih baik dalam mengelola kondisinya. Hasil ini mendukung penelitian Islamy (2023) serta Pramnesti dan Mariana (2025) yang menunjukkan bahwa influencer keuangan dapat menjadi media edukasi yang efektif, terutama bagi Generasi Z yang lebih banyak mengakses informasi melalui platform digital.

Sementara itu, literasi keuangan digital tidak berpengaruh signifikan terhadap ketahanan keuangan. Temuan ini menunjukkan bahwa pengetahuan mengenai layanan dan produk keuangan digital belum tentu diikuti dengan penerapan dalam pengelolaan keuangan sehari-hari. Hasil tersebut berbeda dengan penelitian Rahayu

(2022), Fadli (2024), dan Widyastuti et al. (2020) yang menemukan hubungan positif antara literasi keuangan dan kondisi keuangan individu. Perbedaan ini mengindikasikan bahwa peningkatan pengetahuan keuangan perlu diimbangi dengan kemampuan menerapkan pengetahuan tersebut dalam pengambilan keputusan finansial agar mampu meningkatkan ketahanan keuangan.

3.2.2 Peran Perilaku Pengendalian Konsumsi dalam Ketahanan Keuangan Generasi Z

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tekanan konsumsi digital, influencer keuangan media sosial, dan literasi keuangan digital tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku pengendalian konsumsi. Temuan ini mengindikasikan bahwa paparan informasi maupun pengetahuan yang diperoleh responden belum mampu mengubah kebiasaan konsumsi secara langsung. Meskipun responden memperoleh berbagai informasi mengenai pengelolaan keuangan melalui media digital, perubahan perilaku konsumsi tampaknya memerlukan proses yang lebih panjang dibandingkan peningkatan pengetahuan semata.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa perilaku pengendalian konsumsi tidak hanya dipengaruhi oleh informasi yang diterima individu, tetapi juga oleh kebiasaan, pengalaman, serta kemampuan dalam menerapkan prinsip pengelolaan keuangan dalam kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, pengetahuan dan paparan informasi keuangan belum tentu menghasilkan perubahan perilaku apabila tidak disertai komitmen untuk menerapkannya secara konsisten.

Temuan penelitian ini berbeda dengan beberapa penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa lingkungan digital maupun literasi keuangan dapat memengaruhi perilaku finansial individu. Perbedaan hasil tersebut mengindikasikan bahwa perilaku pengendalian konsumsi kemungkinan dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian, seperti tingkat pendapatan, kondisi ekonomi, pengalaman mengelola keuangan, maupun karakteristik psikologis masing-masing individu.

Di sisi lain, perilaku pengendalian konsumsi terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap ketahanan keuangan Generasi Z. Kemampuan mengendalikan pengeluaran, membedakan kebutuhan dan keinginan, serta menghindari pembelian impulsif berkontribusi terhadap terciptanya kondisi keuangan yang lebih stabil. Hasil ini sejalan dengan penelitian Ningtyas dan Choiriyah (2024), Maharani (2025), serta Widyastuti et al. (2020) yang menunjukkan bahwa perilaku konsumsi yang terkendali merupakan salah satu faktor penting dalam membangun ketahanan keuangan. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa pembentukan kebiasaan konsumsi yang bijaksana memiliki peran yang lebih besar dibandingkan sekadar peningkatan pengetahuan keuangan.

3.2.3 Peran Mediasi Perilaku Pengendalian Konsumsi

Hasil pengujian mediasi menunjukkan bahwa perilaku pengendalian konsumsi tidak mampu memediasi pengaruh tekanan konsumsi digital, influencer keuangan media sosial, maupun literasi keuangan digital terhadap ketahanan keuangan Generasi Z. Temuan ini menunjukkan bahwa hubungan antara ketiga variabel tersebut dengan ketahanan keuangan tidak berlangsung melalui perubahan perilaku pengendalian konsumsi.

Tidak signifikannya efek mediasi pada tekanan konsumsi digital mengindikasikan bahwa paparan lingkungan digital belum mampu memengaruhi ketahanan keuangan melalui perilaku konsumsi. Hal ini menunjukkan bahwa responden masih mampu melakukan pertimbangan dalam mengambil keputusan konsumsi meskipun berada dalam lingkungan digital yang dipenuhi promosi maupun berbagai tren konsumsi.

Demikian pula, pengaruh positif influencer keuangan terhadap ketahanan keuangan tampaknya tidak terjadi melalui perubahan perilaku pengendalian konsumsi, tetapi kemungkinan melalui mekanisme lain, seperti meningkatnya kesadaran keuangan, pemahaman mengenai pengelolaan keuangan, atau kemampuan dalam menyusun perencanaan keuangan. Sementara itu, literasi keuangan digital juga belum mampu meningkatkan ketahanan keuangan melalui perilaku pengendalian konsumsi karena pengetahuan yang dimiliki responden belum sepenuhnya diterapkan dalam praktik pengelolaan keuangan sehari-hari.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku pengendalian konsumsi belum menjadi mekanisme yang menjelaskan hubungan antara faktor-faktor digital dengan ketahanan keuangan Generasi Z. Temuan ini mengindikasikan bahwa terdapat faktor lain di luar model penelitian yang kemungkinan lebih berperan dalam membentuk ketahanan keuangan individu, seperti kemampuan pengambilan keputusan keuangan, tingkat pendapatan, maupun pengalaman dalam mengelola keuangan. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan variabel-variabel tersebut untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi ketahanan keuangan Generasi Z.

4. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan berbasis kecerdasan buatan, kepercayaan terhadap teknologi finansial, dan kecemasan ekonomi terhadap ketahanan keuangan individu melalui kualitas pengambilan keputusan keuangan sebagai variabel mediasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berbasis kecerdasan buatan dan kepercayaan terhadap teknologi finansial berkontribusi dalam meningkatkan kualitas pengambilan keputusan keuangan serta memperkuat ketahanan keuangan individu. Sebaliknya, kecemasan ekonomi cenderung menurunkan kualitas pengambilan keputusan keuangan sehingga berdampak pada melemahnya ketahanan keuangan. Selain itu, kualitas pengambilan keputusan keuangan terbukti berperan sebagai variabel mediasi yang menjelaskan hubungan antara variabel independen dengan ketahanan keuangan individu. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan ketahanan keuangan tidak hanya bergantung pada kemampuan individu dalam memahami informasi keuangan, tetapi juga pada kemampuan memanfaatkan teknologi keuangan secara tepat dan mengambil keputusan keuangan yang berkualitas. Oleh karena itu, upaya peningkatan literasi keuangan berbasis kecerdasan buatan serta penguatan kepercayaan terhadap teknologi finansial perlu diimbangi dengan pengembangan kemampuan pengambilan keputusan keuangan agar mampu memperkuat ketahanan keuangan masyarakat di tengah dinamika ekonomi. Penelitian ini masih memiliki keterbatasan pada jumlah responden dan cakupan wilayah penelitian sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasikan secara luas. Penelitian selanjutnya disarankan melibatkan jumlah sampel yang lebih besar, wilayah penelitian yang lebih beragam, serta menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi ketahanan keuangan individu, seperti pendapatan, perilaku keuangan, atau tingkat inklusi keuangan.

Referensi

1. Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), 314–324. <https://doi.org/10.1002/hbe2.195>
2. Alhabsyi, A., Sianturi, M., Dhaneswara, M., & Pandin, M. Y. R. (2023). Pengaruh financial literacy dan financial planning terhadap financial resilience selama pandemi pada mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(3), 145–156.
3. Fadli, J. A. (2024). Measuring the level of digital financial literacy among Generation Z in Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 12(2), 115–128. <https://jurnal.ibik.ac.id/index.php/jimkes/article/view/2813>
4. Febrianty, F., Yuliansyah, Y., Hamzah, R. S., & Annisa, M. L. (2024). Gender issues in digital financial literacy and financial behavior among millennials. *Jurnal Economia*, 20(1), 79–94. <https://doi.org/10.21831/economia.v20i1.56529>
5. Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). Sage Publications.
6. Islamy, F. N. (2023). *Pengaruh influencer, konten media sosial dan literasi keuangan terhadap minat Generasi Z Muslim dalam berinvestasi saham syariah* (Skripsi Sarjana, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga). <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/60628/>
7. Maharani, P. S. (2025). Pengaruh literasi keuangan, financial technology, dan gaya hidup hedonisme terhadap perilaku pengelolaan keuangan pribadi pada Generasi Z di Kota Denpasar. *Jurnal MANEKSI*. <https://www.ejournal-polnam.ac.id/index.php/JurnalManeksi/article/view/2394>
8. Ningtyas, M. N., & Choiriyah. (2024). Intelligence, financial literacy, and financial behavior. *Iqtishoduna: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 20(2). <https://ejournal.uin-malang.ac.id/index.php/ekonomi/article/view/26528>
9. Nurmalia, G., Wulan, M. N., & Utamie, Z. R. (2024). Gaya hidup berbasis digital dan perilaku konsumtif pada Gen Z di Bandar Lampung: Keputusan pembelian melalui marketplace Shopee. *Jurnal Rekognisi Ekonomi Islam*, 3(1), 22–32. <https://doi.org/10.34001/jrei.v3i01.846>
10. Otoritas Jasa Keuangan. (2024). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) Tahun 2024*. Otoritas Jasa Keuangan. <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-%28SNLIK%29-2024.aspx>
11. Pramnesti, S. D., & Mariana. (2025). Pengaruh financial literacy dan social media influencer terhadap minat berinvestasi di pasar modal Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 5(1), 334–344. <https://doi.org/10.55606/jebaku.v5i1.5191>
12. Rahayu, R. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat literasi keuangan digital: Studi pada Generasi Z di Indonesia. *Reviu Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 74–87. <https://doi.org/10.18196/rabin.v6i1.14268>
13. Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Edisi ke-2). Alfabeta.
14. Tarihoran, M., Rahayu, D., Fadlia, N., & Pandin, M. Y. R. (2023). Peranan financial technology dan perilaku keuangan terhadap ketahanan keuangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 11(2), 87–99.
15. Thomas, G. N., Nur, S. M. R., & Indriaty, L. (2024). The impact of financial literacy, social capital, and financial technology on financial inclusion of Indonesian students. *arXiv*. <https://arxiv.org/abs/2405.06570>
16. Viana, E. D., Febrianti, F., & Dewi, F. R. (2021). Literasi keuangan, inklusi keuangan dan minat investasi Generasi Z di Jabodetabek. *JMO: Jurnal Manajemen dan Organisasi*. <https://cibangsa.com/index.php/musytari/article/view/9131/7894>
17. Widyastuti, U., Sumiati, A., & Ati, S. (2020). Financial education, financial literacy, and financial behaviour: What does really matter? *Management Science Letters*, 10(12), 2715–2720. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.4.039>