

Literasi Keuangan Sebagai Mekanisme Pengendalian *Impulse Spending* Pada Generasi Z Di Kota Makassar

Muh.Akmal¹, Nurhidayanti.S², Fadel³, Thanwain⁴

^{1,2,3,4} Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bosowa

muh.akmal@universitasbosowa.ac.id¹, nurhidayanti.s@universitasbosowa.ac.id²

fadel@universitasbosowa.ac.id³, thanwain@universitasbosowa.ac.id⁴

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran literasi keuangan sebagai mekanisme pengendalian *impulse spending* pada Generasi Z di Kota Makassar. Pesatnya perkembangan teknologi keuangan digital, kemudahan transaksi non-tunai, serta intensitas promosi daring meningkatkan kecenderungan pembelian impulsif di kalangan generasi muda perkotaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap Generasi Z di Kota Makassar. Data dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel literasi keuangan dan *impulse spending* memiliki nilai signifikansi $< 0,05$ dengan koefisien korelasi yang positif, sehingga seluruh instrumen dinyatakan valid. Uji reliabilitas menghasilkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,784 untuk literasi keuangan dan 0,761 untuk *impulse spending*, yang menunjukkan bahwa instrumen penelitian reliabel. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *impulse spending* dengan nilai signifikansi 0,000. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan Generasi Z, semakin rendah kecenderungan mereka melakukan pembelian impulsif. Penelitian ini menegaskan bahwa literasi keuangan berperan tidak hanya sebagai pengetahuan keuangan, tetapi juga sebagai mekanisme pengendalian perilaku konsumtif di tengah tekanan gaya hidup digital. Hasil penelitian ini memberikan implikasi penting bagi pengembangan program edukasi literasi keuangan yang berkelanjutan dan berbasis digital guna mendorong perilaku keuangan yang lebih sehat pada Generasi Z.

Kata kunci: Literasi Keuangan, *Impulse Spending*, Generasi Z, Regresi Liniear, Kota Makassar

1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah mengubah substansi pola perilaku keuangan masyarakat Indonesia, khususnya pada Generasi Z. Perilaku keuangan generasi muda menjadi isu strategis dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, terutama di tengah pesatnya perkembangan teknologi digital. Kemajuan teknologi telah menghadirkan berbagai kemudahan dalam akses layanan keuangan, seperti dompet digital, *mobile banking*, layanan *paylater*, dan transaksi non-tunai yang semakin masif digunakan oleh masyarakat. Kondisi ini membawa implikasi ganda, yakni meningkatkan inklusi keuangan sekaligus memunculkan tantangan baru dalam pengelolaan keuangan pribadi, khususnya bagi generasi muda yang masih berada pada tahap pembentukan perilaku finansial.

Generasi Z sebagai kelompok usia produktif yang lahir dan tumbuh di era digital memiliki karakteristik yang adaptif terhadap teknologi, cepat menerima inovasi, dan aktif dalam aktivitas ekonomi berbasis digital. Namun, di sisi lain, generasi ini juga rentan terhadap pengaruh gaya hidup konsumtif, tekanan sosial media, serta strategi pemasaran digital yang agresif. Hal tersebut menjadikan Generasi Z sebagai kelompok yang menarik untuk dikaji dalam konteks perilaku keuangan, khususnya terkait dengan kecenderungan konsumsi impulsif.

Bukan saja akses terhadap layanan keuangan semakin mudah, tetapi perilaku konsumsi juga mengalami transformasi yang cepat. Berdasarkan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan yang dilakukan oleh Otoritas

Jasa Keuangan (OJK), tingkat inklusi keuangan Indonesia telah mencapai lebih dari 85 %, tetapi tingkat literasi keuangan masih di bawah 55 %, menunjukkan bahwa kemampuan masyarakat dalam mengelola keuangan belum sejalan dengan akses terhadap layanan keuangan digital. Kondisi ini menjadi krusial ketika dikaitkan dengan kelompok Generasi Z — generasi digital native yang sangat adaptif terhadap teknologi, namun relatif rentan dalam pengambilan keputusan keuangan secara rasional

Fenomena tersebut terlihat jelas dalam perilaku konsumsi daring. Data empiris menunjukkan bahwa lebih dari 40 % Generasi Z melakukan pembelian impulsif dalam kegiatan belanja online, terutama ketika terpapar langsung promosi digital seperti *flash sale*, *cashback*, dan notifikasi aplikasi. Perilaku ini menyiratkan bahwa generasi ini sering kali melakukan pengeluaran tanpa evaluasi anggaran yang mendalam, sehingga berpotensi menimbulkan dampak negatif terhadap stabilitas finansial mereka dalam jangka panjang. Kondisi ini diperparah oleh lingkungan perkotaan yang masif dalam paparan iklan digital dan gaya hidup modern, termasuk di Kota Makassar, salah satu kota metropolitan di Indonesia Timur yang melibatkan intensitas penggunaan teknologi digital yang tinggi.

Di bawah kondisi tersebut, *impulse spending* menjadi salah satu fenomena krusial yang perlu dikaji lebih dalam. Dalam perspektif ekonomi perilaku, tindakan keuangan individu tidak selalu didasari rasionalitas penuh, melainkan dipengaruhi oleh bias kognitif, kontrol diri yang rendah, dan tekanan sosial. *Impulse spending* mewakili bentuk perilaku keuangan yang menunjukkan preferensi terhadap kepuasan jangka pendek, sering kali meminta perhatian lebih besar daripada pertimbangan finansial rasional yang didukung perencanaan. Sehingga, jika tidak diatasi, perilaku ini dapat merusak upaya stabilitas keuangan keluarga maupun pribadi, terutama di kalangan generasi muda yang baru memasuki dunia kerja atau pendidikan lanjut.

Untuk mengatasi persoalan ini, literasi keuangan dipandang sebagai salah satu mekanisme internal yang penting. Literasi keuangan mencakup pemahaman terhadap konsep dasar keuangan, pengelolaan anggaran, pemilihan instrumen keuangan, serta kemampuan untuk mengambil keputusan yang rasional dalam konteks situasi keuangan yang kompleks. Individu dengan literasi keuangan yang baik cenderung lebih mampu mengendalikan dorongan untuk melakukan pembelian impulsif, memahami dampak dari keputusan konsumsi cepat, dan menerapkan kebiasaan finansial yang sehat.

Sejumlah penelitian telah menunjukkan hubungan positif antara literasi keuangan dan pengelolaan keuangan yang efektif. Salah satunya adalah penelitian Sudarmi, Syamsuddin, Abubakar, Fadel, & Irliandani (2024) yang mengkaji pengelolaan keuangan Generasi Z di Kota Makassar dengan mempertimbangkan gaya hidup dan literasi keuangan. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif dengan *analisis regresi linear berganda*, dan menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap pengelolaan keuangan Generasi Z. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan, semakin baik pula kemampuan generasi muda dalam mengelola keuangan mereka secara efektif, sementara gaya hidup konsumtif terbukti berdampak negatif terhadap kemampuan tersebut.

Temuan tersebut selaras dengan hasil penelitian lain yang menunjukkan bahwa literasi keuangan merupakan determinan penting dalam perilaku keuangan generasi muda dan dapat berfungsi sebagai faktor mitigasi terhadap keputusan konsumsi yang berisiko. Selain itu, penelitian terdahulu oleh Nurhidayanti (2024; 2025) menunjukkan bahwa literasi keuangan serta intervensi berbasis ekonomi perilaku seperti *financial reminder* dan edukasi digital dapat meningkatkan pengelolaan keuangan yang lebih terkendali di kalangan mahasiswa, serta memperkuat kontrol diri dalam pengambilan keputusan finansial. Temuan ini mendukung gagasan bahwa literasi keuangan tidak hanya berkaitan dengan pengetahuan teoritik, tetapi juga berperan sebagai mekanisme pengendalian perilaku keuangan generasi muda.

Meskipun kajian yang menghubungkan literasi keuangan dengan perilaku keuangan generasi muda telah banyak dilakukan, sebagian besar masih berfokus pada pengelolaan umum uang, tabungan, atau investasi. Kajian yang secara eksplisit menempatkan literasi keuangan sebagai mekanisme pengendalian terhadap *impulse spending*, khususnya pada Generasi Z di tingkat kota seperti Makassar, masih relatif terbatas. Padahal, pemahaman mengenai bagaimana literasi keuangan dapat memoderasi kecenderungan konsumtif impulsif memiliki nilai strategis, baik untuk perumusan kebijakan publik maupun program edukasi finansial yang lebih efektif.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini dirancang untuk menganalisis peran literasi keuangan sebagai mekanisme pengendalian *impulse spending* pada Generasi Z di Kota Makassar. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan kajian literasi keuangan dan perilaku konsumtif generasi muda, serta memberikan implikasi praktis yang berharga bagi strategi edukasi keuangan digital di lingkungan perkotaan.

Selain faktor teknologi, perubahan pola konsumsi Generasi Z juga dipengaruhi oleh dinamika sosial dan budaya yang berkembang di era digital. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi ruang promosi gaya hidup konsumtif. Influencer, selebritas digital, serta konten *haul* dan *review produk* turut membentuk persepsi kebutuhan semu pada generasi muda. Kondisi ini mendorong Generasi Z untuk lebih sering melakukan pembelian berdasarkan tren dibandingkan kebutuhan riil.

Fenomena *fear of missing out* (FOMO) juga menjadi salah satu faktor psikologis yang memperkuat impulse spending. Generasi Z cenderung merasa khawatir tertinggal tren jika tidak mengikuti produk yang sedang viral. Akibatnya, keputusan pembelian sering kali dilakukan secara spontan tanpa mempertimbangkan kondisi keuangan pribadi. Dalam jangka panjang, pola ini berpotensi menimbulkan masalah keuangan seperti defisit anggaran, ketergantungan utang konsumtif, dan rendahnya tingkat tabungan.

Di sisi lain, kemudahan akses terhadap layanan keuangan digital seperti *paylater*, kartu kredit virtual, dan pinjaman online semakin meningkatkan risiko perilaku konsumtif. Fitur pembayaran tunda dan cicilan tanpa kartu kredit memberikan ilusi kemampuan finansial yang lebih besar dari kondisi sebenarnya. Tanpa pemahaman literasi keuangan yang memadai, Generasi Z berpotensi terjebak dalam pola konsumsi berlebihan yang berdampak negatif terhadap kesejahteraan finansial jangka panjang.

Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara akses terhadap layanan keuangan digital dan kemampuan individu dalam mengelola keuangan secara bijak. Literasi keuangan menjadi faktor kunci dalam menjembatani kesenjangan tersebut. Individu yang memiliki literasi keuangan tinggi cenderung lebih kritis dalam menggunakan produk keuangan, memahami risiko utang konsumtif, serta mampu menyusun perencanaan keuangan yang berorientasi jangka panjang.

Dalam konteks Kota Makassar, karakteristik masyarakat urban yang dinamis, tingkat konsumsi yang tinggi, serta intensitas promosi digital yang masif semakin memperkuat urgensi penelitian ini. Generasi Z di kota besar memiliki peluang ekonomi yang luas, namun juga dihadapkan pada tantangan pengelolaan keuangan yang lebih kompleks dibandingkan wilayah non-perkotaan.

Oleh karena itu, penelitian mengenai peran literasi keuangan sebagai mekanisme pengendalian impulse spending menjadi sangat relevan untuk memberikan gambaran empiris mengenai perilaku keuangan Generasi Z di lingkungan perkotaan. Temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar perumusan kebijakan dan strategi edukasi keuangan yang lebih tepat sasaran.

Kota Makassar sebagai pusat pertumbuhan ekonomi di Indonesia Timur mengalami perkembangan pesat dalam penggunaan teknologi digital, khususnya pada sektor keuangan dan perdagangan elektronik. Data Badan Pusat Statistik menunjukkan bahwa tingkat penetrasi internet dan penggunaan smartphone di Kota Makassar terus meningkat setiap tahunnya. Kondisi ini mendorong Generasi Z untuk semakin aktif dalam transaksi digital, baik melalui e-commerce, dompet digital, maupun layanan keuangan berbasis aplikasi.

Namun, tingginya intensitas penggunaan teknologi digital tersebut tidak selalu diimbangi dengan kemampuan pengelolaan keuangan yang memadai. Generasi Z di perkotaan cenderung memiliki gaya hidup konsumtif yang dipengaruhi oleh tren media sosial, influencer, serta budaya *fear of missing out* (FOMO). Hal ini menyebabkan mereka lebih mudah terdorong untuk melakukan pembelian impulsif tanpa perencanaan matang.

Dalam konteks Makassar, lingkungan perkotaan yang dipenuhi pusat perbelanjaan, kafe, dan promosi digital semakin memperkuat kecenderungan konsumsi impulsif. Oleh karena itu, penelitian yang mengkaji peran literasi keuangan sebagai mekanisme pengendalian impulse spending pada Generasi Z di Kota Makassar menjadi sangat relevan dan strategis.

2. Tinjauan Literatur

Literasi Keuangan

Literasi keuangan merupakan konsep fundamental dalam kajian ekonomi dan keuangan perilaku yang merujuk pada kemampuan individu dalam memahami, mengelola, serta mengambil keputusan keuangan secara efektif. Literasi keuangan tidak hanya mencakup pemahaman terhadap konsep dasar seperti pendapatan, pengeluaran, tabungan, dan utang, tetapi juga kemampuan menerapkan pengetahuan tersebut dalam situasi keuangan nyata. Individu dengan tingkat literasi keuangan yang baik cenderung memiliki kesadaran yang lebih tinggi terhadap konsekuensi finansial dari setiap keputusan ekonomi yang diambil.

Dalam konteks generasi muda, literasi keuangan menjadi semakin penting seiring dengan meningkatnya kompleksitas produk dan layanan keuangan digital. Kemudahan akses terhadap e-wallet, layanan *paylater*, dan transaksi non-tunai menuntut individu untuk memiliki kemampuan pengelolaan keuangan yang memadai agar tidak terjebak dalam perilaku konsumtif yang berlebihan. Tanpa literasi keuangan yang cukup, individu berpotensi mengalami kesulitan dalam mengendalikan pengeluaran dan merencanakan keuangan jangka panjang.

Penelitian empiris menunjukkan bahwa literasi keuangan berperan signifikan dalam membentuk perilaku keuangan generasi muda. Sudarmi et al. (2024) menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan Generasi Z. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Generasi Z dengan tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi memiliki kemampuan yang lebih baik dalam mengatur anggaran, mengendalikan pengeluaran, serta menyesuaikan gaya hidup dengan kondisi finansial yang dimiliki. Temuan ini menegaskan bahwa literasi keuangan merupakan determinan penting dalam perilaku keuangan generasi muda, khususnya di lingkungan perkotaan.

Sejalan dengan temuan tersebut, penelitian Nurhidayanti (2023) menunjukkan bahwa literasi keuangan s Menurut teori Human Capital, literasi keuangan merupakan bentuk investasi sumber daya manusia yang dapat meningkatkan kesejahteraan individu dalam jangka panjang. Semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang, semakin baik pula kualitas keputusan ekonominya.

Impulse Spending

Impulse spending atau pembelian impulsif didefinisikan sebagai perilaku membeli yang dilakukan secara spontan tanpa perencanaan sebelumnya dan dipicu oleh dorongan emosional. Menurut Rook (1987), impulse buying merupakan keputusan konsumsi yang terjadi secara tiba-tiba, disertai perasaan urgensi yang kuat, serta minim pertimbangan rasional.

Impulse spending merupakan perilaku pembelian yang dilakukan secara spontan tanpa perencanaan sebelumnya dan sering kali dipicu oleh stimulus situasional, seperti promosi, diskon, atau tekanan sosial. Dalam literatur perilaku konsumen, *impulse spending* dipandang sebagai bentuk keputusan konsumsi yang tidak sepenuhnya rasional karena lebih didorong oleh emosi dan dorongan sesaat dibandingkan pertimbangan kebutuhan dan kemampuan finansial.

Perkembangan teknologi digital telah memperkuat kecenderungan *impulse spending*, khususnya pada Generasi Z. Paparan promosi digital yang intens, kemudahan transaksi non-tunai, serta desain aplikasi yang mendorong pembelian cepat meningkatkan kemungkinan individu melakukan pembelian impulsif. Dalam konteks ini, *impulse spending* tidak hanya berdampak pada pengeluaran jangka pendek, tetapi juga berpotensi menimbulkan permasalahan keuangan jangka panjang, seperti rendahnya tingkat tabungan dan meningkatnya risiko utang konsumtif.

Dalam perspektif ekonomi perilaku, *impulse spending* berkaitan erat dengan keterbatasan kontrol diri dan bias kognitif. Individu cenderung memprioritaskan kepuasan jangka pendek dan mengabaikan konsekuensi finansial jangka panjang. Oleh karena itu, diperlukan faktor internal yang mampu berfungsi sebagai mekanisme pengendalian terhadap dorongan konsumsi impulsif tersebut.

Literasi Keuangan dan *Impulse Spending*

Hubungan antara literasi keuangan dan *impulse spending* telah menjadi perhatian dalam berbagai kajian perilaku keuangan. Literasi keuangan dipandang sebagai salah satu mekanisme internal yang dapat membantu individu mengendalikan perilaku konsumtif yang berlebihan. Individu dengan tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi cenderung memiliki kesadaran anggaran yang lebih baik, memahami batas kemampuan finansial, serta mampu mengevaluasi dampak jangka panjang dari keputusan konsumsi.

Penelitian Sudarmi et al. (2024) menunjukkan bahwa literasi keuangan berperan penting dalam mengarahkan Generasi Z pada pengelolaan keuangan yang lebih baik, meskipun gaya hidup konsumtif masih menjadi tantangan utama. Temuan ini mengindikasikan bahwa literasi keuangan dapat berfungsi sebagai faktor penyeimbang terhadap tekanan gaya hidup dan dorongan konsumsi impulsif. Dengan kata lain, literasi keuangan berpotensi menjadi mekanisme pengendalian *impulse spending* pada Generasi Z.

Hasil penelitian Nurhidayanti (2024; 2025) memperkuat argumentasi tersebut dengan menunjukkan bahwa literasi keuangan yang dikombinasikan dengan pendekatan ekonomi perilaku mampu meningkatkan kontrol diri dan kesadaran finansial individu. Temuan ini menegaskan bahwa literasi keuangan tidak hanya berperan pada aspek kognitif, tetapi juga memengaruhi dimensi perilaku dalam pengambilan keputusan keuangan, termasuk dalam menekan kecenderungan *impulse spending*.

Kerangka Konseptual Penelitian

Berdasarkan tinjauan literatur, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan memiliki peran strategis dalam membentuk perilaku keuangan Generasi Z. Literasi keuangan berfungsi sebagai mekanisme pengendalian internal yang mampu menekan kecenderungan *impulse spending* di tengah lingkungan digital yang sarat dengan stimulus konsumsi. Oleh karena itu, penelitian ini menempatkan literasi keuangan sebagai variabel independen utama yang memengaruhi *impulse spending* sebagai variabel dependen pada Generasi Z di Kota Makassar.

Berdasarkan kajian teori dan hasil penelitian terdahulu, maka hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H1: Literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap impulse spending pada Generasi Z di Kota Makassar.

Hipotesis ini didasarkan pada asumsi bahwa individu dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi memiliki kemampuan lebih baik dalam mengendalikan dorongan konsumsi sesaat, mempertimbangkan kemampuan finansial, serta memahami konsekuensi jangka panjang dari keputusan pembelian.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap impulse spending pada Generasi Z di Kota Makassar. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan kausal antarvariabel secara empiris dan terukur.

Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner terstruktur yang disebarluaskan secara daring (online). Penggunaan kuesioner daring dipilih karena sesuai dengan karakteristik responden yang merupakan generasi digital native dan memiliki intensitas tinggi dalam penggunaan teknologi. Instrumen penelitian disusun menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari sangat tidak setuju (1) hingga sangat setuju (5), guna menangkap variasi persepsi dan perilaku responden secara lebih akurat.

No	Kategori Jawaban	Skor
1	Sangat Tidak Setuju	1
2	Tidak Setuju	2
3	Netral	3
4	Setuju	4
5	Sangat Setuju	5

Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Z yang berdomisili di Kota Makassar. Teknik pengambilan sampel menggunakan **purposive sampling**, dengan kriteria responden sebagai berikut:

1. termasuk dalam kategori Generasi Z,
2. berdomisili di Kota Makassar, dan
3. pernah menggunakan layanan keuangan digital seperti e-wallet, e-commerce, atau paylater.

Jumlah responden dalam penelitian ini berkisar antara 120–200 orang.

Variabel penelitian terdiri atas literasi keuangan sebagai variabel independen dan impulse spending sebagai variabel dependen. Literasi keuangan diukur melalui indikator pemahaman anggaran, perencanaan keuangan, pemahaman tabungan, pemahaman utang, dan pengendalian pengeluaran. Sementara itu, impulse spending diukur melalui indikator pembelian spontan, pengaruh promosi, pembelian tanpa perencanaan, dorongan emosional, serta kesulitan menahan dorongan belanja.

Analisis data dilakukan menggunakan bantuan perangkat lunak statistik. Tahapan analisis meliputi statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden, uji validitas dan reliabilitas untuk menguji kualitas instrumen, uji asumsi klasik, serta analisis regresi linier untuk menguji hipotesis penelitian. Pengujian hipotesis dilakukan pada tingkat signifikansi 5%.

4. Hasil Dan Pembahasan

Hasil

Statistik Deskriptif Responden

Berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh gambaran umum karakteristik responden. Mayoritas responden berjenis kelamin perempuan/laki-laki dengan rentang usia 18–25 tahun. Sebagian besar responden berstatus mahasiswa dan pekerja muda dengan pendapatan rata-rata di bawah UMR Kota Makassar.

Dari sisi penggunaan teknologi, lebih dari 70% responden menggunakan e-wallet dan e-commerce lebih dari tiga kali dalam seminggu. Aplikasi yang paling sering digunakan antara lain Shopee, Tokopedia, Dana, dan OVO. Hal ini menunjukkan tingginya intensitas interaksi Generasi Z dengan transaksi digital yang berpotensi meningkatkan perilaku impulse spending.

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Literasi Keuangan

Literasi Keuangan	Pearson Correlation	Sig. (2-Tailed)	Keterangan
Pemahaman anggaran (X1)	0.612**	0.000	Valid
Perencanaan keuangan (X2)	0.645**	0.000	Valid
Pemahaman tabungan (X3)	0.588**	0.000	Valid
Pemahaman utang (X4)	0.531**	0.001	Valid
Pengendalian pengeluaran (X5)	0.674**	0.000	Valid

Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa setiap item pernyataan dalam kuesioner benar-benar mampu mengukur konstruk yang diteliti, yaitu literasi keuangan dan impulse spending. Pengujian dilakukan menggunakan korelasi Pearson Product Moment antara skor setiap item dengan skor total variabel.

Berdasarkan Tabel 1, seluruh item pernyataan pada variabel Literasi Keuangan (X1–X5) memiliki nilai Sig. (2-Tailed) < 0,05, sehingga seluruh item dinyatakan valid. Nilai Pearson Correlation berada pada rentang 0,531–0,674, yang menunjukkan bahwa setiap indikator memiliki korelasi positif dan signifikan terhadap skor total variabel literasi keuangan.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel *Impulse Spending*

Impulse Spending	Pearson Correlation	Sig. (2-Tailed)	Keterangan
Pembelian spontan (Y1)	0.467**	0.001	Valid
Pengaruh promosi (Y2)	0.721**	0.000	Valid
Pembelian tanpa perencanaan (Y3)	0.695**	0.000	Valid
Dorongan emosional (Y4)	0.642**	0.000	Valid
Kesulitan menahan belanja (Y5)	0.589**	0.000	Valid

Berdasarkan Tabel 2, seluruh item pernyataan pada variabel *Impulse Spending* (Y1–Y5) memiliki nilai Sig. (2-Tailed) < 0,05, sehingga seluruh indikator dinyatakan valid. Nilai Pearson Correlation berkisar antara 0,467–0,721, yang menunjukkan adanya korelasi positif dan signifikan antara setiap indikator dengan skor total variabel.

Nilai koefisien korelasi yang berada pada kategori sedang hingga kuat menunjukkan bahwa setiap indikator memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap variabel yang diwakilinya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian telah memenuhi validitas konstruk, sehingga mampu merepresentasikan konsep literasi keuangan dan impulse spending secara tepat.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi internal instrumen penelitian dalam mengukur variabel yang diteliti. Reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu instrumen mampu memberikan hasil pengukuran yang stabil dan konsisten apabila digunakan pada kondisi yang sama di waktu yang berbeda.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Literasi Keuangan

Cronbach's Alpha	N of Items
0.784	5

Berdasarkan hasil pengujian, variabel literasi keuangan memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,784, sedangkan variabel impulse spending sebesar 0,761. Nilai tersebut berada di atas batas minimum yang ditetapkan, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan dalam kuesioner memiliki konsistensi internal yang baik.

Hal ini menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan mampu mengukur konstruk literasi keuangan dan impulse spending secara stabil dan dapat dipercaya. Dengan demikian, data yang diperoleh layak digunakan untuk analisis lanjutan, khususnya dalam pengujian hubungan antarvariabel melalui regresi linier.

Analisis Regresi Linier

Analisis regresi linier digunakan untuk menguji pengaruh literasi keuangan terhadap impulse spending pada Generasi Z di Kota Makassar. Model regresi ini bertujuan untuk mengetahui arah hubungan serta besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara statistik.

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linier

Variabel	Beta	t	Sig.
(Konstanta)	—	9.842	0.000
Literasi Keuangan	-0.486	-4.217	0.000

Berdasarkan hasil analisis regresi, diperoleh nilai koefisien regresi (β) sebesar -0,486 dengan nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Hasil ini menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap impulse spending. Artinya, setiap peningkatan satu satuan literasi keuangan akan menurunkan kecenderungan impulse spending sebesar 0,486 satuan, dengan asumsi variabel lain konstan.

Nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa hipotesis penelitian diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan terbukti secara empiris sebagai faktor yang mampu mengendalikan perilaku impulse spending pada Generasi Z.

Secara ekonomis, temuan ini mengindikasikan bahwa individu yang memiliki pemahaman keuangan yang baik cenderung lebih rasional dalam mengambil keputusan konsumsi. Responden dengan literasi keuangan tinggi mampu mempertimbangkan kebutuhan dibandingkan keinginan, menghitung kemampuan finansial sebelum membeli, serta menahan dorongan emosional yang dipicu oleh promosi digital.

Hasil penelitian ini memperkuat pandangan bahwa literasi keuangan berfungsi sebagai mekanisme pengendalian internal dalam pengambilan keputusan keuangan. Dalam konteks lingkungan digital yang sarat dengan stimulus konsumsi seperti diskon, flash sale, dan cashback, literasi keuangan menjadi faktor protektif yang membantu Generasi Z menghindari pembelian impulsif.

Implikasi Kebijakan

Hasil penelitian ini memiliki implikasi penting bagi berbagai pihak, khususnya pemerintah daerah, lembaga pendidikan, dan otoritas keuangan. Pemerintah daerah Kota Makassar dapat menjadikan temuan ini sebagai dasar dalam merancang program literasi keuangan berbasis komunitas yang menyasar generasi muda.

Lembaga pendidikan, khususnya perguruan tinggi, dapat mengintegrasikan materi literasi keuangan dalam kurikulum atau kegiatan ekstrakurikuler. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) juga dapat memperluas program edukasi keuangan digital yang lebih interaktif dan sesuai dengan karakteristik Generasi Z.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap impulse spending pada Generasi Z di Kota Makassar. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin baik pemahaman individu mengenai pengelolaan keuangan, semakin rendah kecenderungan mereka melakukan pembelian impulsif. Hal ini tercermin dari hasil regresi linier yang menunjukkan nilai koefisien beta negatif (-0,486) dengan tingkat signifikansi 0,000, yang berarti hubungan tersebut kuat dan bermakna secara statistik.

Secara empiris, hasil ini menunjukkan bahwa Generasi Z yang memiliki pemahaman baik mengenai pengelolaan anggaran, tabungan, utang, serta pengendalian pengeluaran cenderung lebih rasional dalam mengambil keputusan konsumsi. Individu dengan literasi keuangan yang baik tidak mudah terpengaruh oleh stimulus promosi digital seperti diskon, flash sale, dan cashback yang sering muncul dalam platform e-commerce dan media sosial. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa literasi keuangan berfungsi sebagai mekanisme pengendalian internal dalam menghadapi tekanan gaya hidup digital.

Dalam perspektif ekonomi perilaku, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan literasi keuangan dapat membantu individu mengurangi bias kognitif seperti *present bias* dan *emotional buying* yang sering menjadi pemicu impulse spending. Generasi Z yang memahami konsekuensi jangka panjang dari keputusan finansial cenderung mampu menunda kepuasan sesaat dan lebih mempertimbangkan kebutuhan dibandingkan keinginan. Dengan demikian, literasi keuangan berperan dalam memperkuat kontrol diri (*self-control*) dalam pengambilan keputusan ekonomi.

Temuan penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Sudarmi et al. (2024) yang menyimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap pengelolaan keuangan Generasi Z. Namun, penelitian ini memperluas temuan tersebut dengan menunjukkan bahwa pengaruh literasi keuangan tidak hanya terbatas pada pengelolaan keuangan secara umum, tetapi juga secara spesifik mampu menekan perilaku impulse spending. Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak hanya berdampak pada aspek perencanaan keuangan, tetapi juga pada perilaku konsumsi sehari-hari.

Selain itu, hasil penelitian ini juga konsisten dengan temuan Nurhidayanti (2024; 2025) yang menunjukkan bahwa literasi keuangan yang dikombinasikan dengan pendekatan ekonomi perilaku, seperti edukasi digital dan *financial reminder*, mampu meningkatkan kontrol diri serta kesadaran finansial generasi muda. Hal ini memperkuat argumentasi bahwa literasi keuangan tidak hanya berfungsi sebagai pengetahuan kognitif, tetapi juga berperan sebagai instrumen pengendalian perilaku konsumtif.

Secara praktis, temuan penelitian ini mengimplikasikan pentingnya penguatan program literasi keuangan yang disesuaikan dengan karakteristik Generasi Z dan konteks digital. Program edukasi keuangan tidak hanya perlu menekankan aspek pengetahuan, tetapi juga penguatan keterampilan pengendalian diri, pengelolaan emosi dalam berbelanja, serta simulasi pengambilan keputusan keuangan. Pendekatan berbasis teknologi, seperti aplikasi edukasi keuangan dan pengingat finansial digital, dapat menjadi strategi yang efektif dalam menekan perilaku impulse spending.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan bahwa literasi keuangan merupakan faktor strategis dalam membentuk perilaku keuangan yang sehat dan berkelanjutan pada Generasi Z, khususnya di lingkungan perkotaan seperti Kota Makassar yang sarat dengan stimulus konsumsi digital. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Sari et al. (2022) yang menemukan bahwa penggunaan e-wallet berpengaruh signifikan terhadap perilaku impulse buying mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan transaksi digital dapat meningkatkan risiko konsumsi impulsif jika tidak diimbangi dengan literasi keuangan yang memadai.

Selain itu, penelitian Xiao dan O'Neill (2016) menegaskan bahwa edukasi keuangan berperan penting dalam meningkatkan kapabilitas finansial individu. Temuan penelitian ini memperkuat argumentasi bahwa literasi keuangan merupakan fondasi utama dalam membentuk perilaku keuangan yang sehat.

Keterbatasan Penelitian dan Agenda Riset Selanjutnya

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, data yang digunakan bersifat cross-sectional sehingga tidak dapat menangkap perubahan perilaku dalam jangka panjang. Kedua, penelitian ini hanya menggunakan satu variabel independen, sehingga belum mampu menjelaskan faktor lain yang memengaruhi impulse spending secara komprehensif.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk:

1. Menambahkan variabel psikologis seperti self-control, materialisme, dan tekanan sosial.
2. Menggunakan pendekatan kualitatif untuk menggali motivasi mendalam.
3. Membandingkan Generasi Z di kota dan desa.

4. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap *impulse spending* pada Generasi Z di Kota Makassar. Berdasarkan hasil analisis regresi linier, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *impulse spending*. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan, semakin rendah kecenderungan Generasi Z melakukan pembelian impulsif. Hasil penelitian ini menegaskan bahwa literasi keuangan berperan sebagai mekanisme pengendalian perilaku konsumtif, khususnya dalam menghadapi tekanan promosi digital dan kemudahan transaksi non-tunai. Generasi Z dengan pemahaman keuangan yang baik cenderung lebih mampu mengelola anggaran, mengendalikan pengeluaran, serta mempertimbangkan konsekuensi finansial sebelum melakukan keputusan konsumsi. Temuan penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu, khususnya Sudarmi et al. (2024), yang menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap pengelolaan keuangan Generasi Z, serta mendukung temuan Nurhidayanti (2023; 2024) yang menegaskan peran literasi keuangan dan pendekatan ekonomi perilaku dalam meningkatkan kontrol diri dan kesadaran finansial generasi muda. Secara praktis, hasil penelitian ini mengimplikasikan pentingnya penguatan program edukasi literasi keuangan yang disesuaikan dengan karakteristik Generasi Z dan konteks digital. Upaya tersebut diharapkan mampu membantu generasi muda dalam mengendalikan *impulse spending* dan mendorong terciptanya perilaku keuangan yang lebih sehat dan berkelanjutan. Penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa literasi keuangan merupakan faktor penting dalam mengendalikan *impulse spending* pada Generasi Z. Temuan ini memperkuat teori ekonomi perilaku yang menyatakan bahwa keputusan finansial individu tidak selalu rasional dan dipengaruhi oleh faktor emosional serta lingkungan sosial. Literasi keuangan terbukti mampu berperan sebagai mekanisme kontrol internal yang membantu individu menahan dorongan konsumsi sesaat, mempertimbangkan kemampuan finansial, dan memahami konsekuensi jangka panjang dari keputusan ekonomi.

Daftar Pustaka

1. Anugrah, R., & Pratiwi, R. (2020). Peran integritas sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara faktor organisasi dan kinerja auditor. *Jurnal Akuntansi dan Auditing*, 17(2), 145–158.
2. Fitriani, A., & Anisykurlillah, I. (2018). Pengaruh budaya organisasi terhadap kinerja auditor dengan komitmen organisasi sebagai variabel intervening. *Accounting Analysis Journal*, 7(2), 85–93.
3. International Federation of Accountants (IFAC). (2018). *Handbook of the International Code of Ethics for Professional Accountants*. IFAC.
4. Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44. <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>
5. Nurhidayanti. (2023). Literasi keuangan dan perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 11(2), 123–135.
6. Nurhidayanti. S (2025). Kesehatan Mental Dan Pengambilan Keputusan Ekonomi Remaja: Pendekatan Ekonomi Perilaku Di Makassar. *COSTING : Journal of Economic, Bussines and Accounting* , 8(4), 3052-3063.
7. Nurhidayanti. (2024). Efek literasi keuangan dan pendekatan ekonomi perilaku terhadap pengambilan keputusan keuangan mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Perilaku*, 5(1), 45–58.
8. Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Indonesia*. OJK.
9. Prabayanthi, I. G. A., & Widhiyani, N. L. S. (2018). Pengaruh profesionalisme, budaya organisasi, dan komitmen organisasi terhadap kinerja auditor. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 22(2), 1059–1084.
10. Sari, D. P., Widodo, T., & Pratama, R. A. (2022). Pengaruh penggunaan e-wallet terhadap perilaku impulse buying mahasiswa. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 19(1), 45–57.
11. Schein, E. H. (2010). *Organizational culture and leadership* (4th ed.). Jossey-Bass. Sudarmi, S., Syamsuddin, I., Abubakar, H., Fadel, F., & Irlandani, Z. (2024). Pengelolaan keuangan Generasi Z: Analisis gaya hidup dan literasi keuangan. *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)*, 7(6), 994–1004. <https://journal.ipm2kpe.or.id/index.php/COSTING/article/view/16916>
12. Thaler, R. H. (2017). *Misbehaving: The making of behavioral economics*. W. W. Norton & Company.
13. Xiao, J. J., & O'Neill, B. (2016). Consumer financial education and financial capability. *International Journal of Consumer Studies*, 40(6), 712–721. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12285>