

Keuangan generasi z: Tingkat literasi dalam rangka peningkatan inklusi keuangan digital

Vindaniar Yuristamanda Putri^{1*}, Ruth Melisa Halim², Tira Nur Fahira³, Stephanie Nuriani Janice⁴

¹Universitas Indonesia, Depok, Indonesia, email: vindaniar.putri@ui.ac.id

²Universitas Indonesia, Depok, Indonesia, email: ruthmelisa89@gmail.com

³Universitas Indonesia, Depok, Indonesia, email: tiranurfahira@gmail.com

⁴Universitas Indonesia, Depok, Indonesia, email: stephanie.nuriani@ui.ac.id

*Koresponden penulis

Info Artikel

Riwayat Artikel

Diajukan: 2023-01-17

Diterima: 2023-03-30

Diterbitkan: 2023-04-21

Keywords:

financial literacy; financial inclusion; T-test; pretest posttest analysis

Kata Kunci:

literasi keuangan; inklusi keuangan; uji-T; analisis pretest posttest



Lisensi: cc-by-sa

Copyright © 2023 Vindaniar Yuristamanda Putri, Ruth Melisa Halim, Tira Nur Fahira, Stephanie Nuriani Janice

ABSTRACT

The financial literacy level of generation Z is still in a less-literate category. On the contrary, they often use their money for lifestyle. Based on the phenomenon, this study aims to increase the literacy and inclusion of XI Senior High School (SMA) students from generation Z. This community service uses the Community-Based Participant Research (CBPR) method with socialization techniques and workshops, which includes basic knowledge of finance, financial management, credit and debt, savings and investment, risk, insurance, and financial management using the media expense tracker. A pretest-posttest analysis was imposed to determine the effectiveness of this community engagement. Using the Wilcoxon Signed Rank Test, the hypothesis test showed a significant difference in the level of digital financial literacy before and after the socialization and workshop were carried out. Students' digital financial literacy level has increased from the mean rank POSTTEST > PRETEST (25.31 > 17.00). So it was concluded that increasing digital financial literacy and inclusion in generation Z at SMA Muhammadiyah 2, Depok must be given earlier so that generation Z is not trapped in financial problems in the future. As a follow-up to this program, all participants are provided with an expense tracker sheet monitored by each homeroom teacher so that students are used to monitoring their expenses and have good financial awareness.

ABSTRAK

Tingkat literasi keuangan pada generasi Z masih pada tingkat less literate, sementara itu tingkat konsumsi generasi Z umumnya digunakan untuk memenuhi gaya hidup. Berdasarkan hal tersebut tujuan dari pengabdian masyarakat ini adalah untuk meningkatkan literasi dan inklusi siswa/i Sekolah Menengah Atas (SMA) XI yang tergolong pada generasi Z. Pengabdian masyarakat ini menggunakan metode Community-Based Participant Research (CBPR) dengan Teknik sosialisasi dan workshop yang mencakup pengetahuan dasar keuangan, manajemen keuangan, kredit dan hutang, tabungan dan investasi, risiko, asuransi, dan pengelolaan keuangan menggunakan media expense tracker. Untuk mengetahui efektivitas dari pengabdian masyarakat ini, analisis pretest posttest (pretest posttest analysis) menggunakan uji beda dilakukan. Dengan menggunakan uji hipotesis Wilcoxon Signed Rank Test, terdapat perbedaan yang signifikan pada tingkat literasi keuangan digital pada saat sebelum dilakukannya pengabdian masyarakat dengan setelah dilakukannya pengabdian masyarakat. Tingkat literasi keuangan digital siswa/i mengalami peningkatan yang diketahui dari nilai mean rank

POSTTEST > PRETEST (25,31 > 17,00). Sehingga disimpulkan bahwa peningkatan literasi dan inklusi keuangan digital pada generasi Z di SMA Muhammadiyah 2, Depok harus tetap dilakukan sejak dini agar generasi Z tidak terjebak pada permasalahan-permasalahan keuangan di masa yang akan datang. Tindak lanjut dari program ini adalah seluruh peserta dibekali dengan expense tracker sheet yang dimonitor oleh tiap wali kelas, agar siswa/i terbiasa memonitor pengeluaran mereka dan memiliki kesadaran keuangan yang baik.

Cara mensitasi artikel:

Putri, V. Y., Halim, R. M., Fahira, T. N., & Janice, S. N. (2023). Keuangan generasi z: Tingkat literasi dalam rangka peningkatan inklusi keuangan digital. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 6(2), 188–200. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v6i2.19068>

PENDAHULUAN

Keuangan merupakan sebuah bidang ilmu yang mengkaji cara melakukan bisnis sendiri, meningkatkan organisasi, mengalokasikan, penggunaan keuangan yang dihubungkan dengan waktu. Penggunaan keuangan juga meliputi perhitungan risiko dalam menjalankan bisnisnya. Pada saat melakukan pengelolaan keuangan, diperlukan kecerdasan keuangan yang baik. Suatu individu harus mempunyai keterampilan dan pengetahuan untuk mengelola keuangannya baik secara efektif maupun secara aman sehingga mampu mencapai kesejahteraannya (Dja'far et al., 2021). Kecerdasan keuangan dalam mengelola aset keuangan pribadi meliputi pengetahuan, sikap, dan implementasi dalam mengambil keputusan keuangan yang disebut sebagai literasi keuangan (S. Y. Lestari, 2020). *Organization for Economic Cooperation and Development* (OECD) (2018) menyatakan bahwa literasi keuangan adalah kombinasi pengetahuan pengelolaan keuangan, keterampilan, dan perilaku yang muncul dalam pembuatan keputusan agar menghasilkan kesejahteraan finansial (Sustiyo, 2020). Definisi tersebut sejalan dengan definisi dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang terlampir pada Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan Nomor 30 /SEOJK.07/2017 yaitu literasi keuangan adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan, yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan. Dengan demikian, konsep literasi keuangan bersifat multidimensi, tidak hanya mencerminkan pengetahuan tetapi juga keterampilan, sikap, dan perilaku yang sebenarnya (Morgan & Long, 2020).

Menurut Sugiharti & Maula (2019) hal mendasar dalam literasi keuangan adalah memahami produk keuangan, seperti perbankan, asuransi, pasar modal, dan Lembaga keuangan lainnya. Selanjutnya, seseorang harus memahami risiko, manfaat, fitur, hak, dan kewajiban saat menggunakan produk keuangan tersebut. Hal-hal tersebut penting untuk dipahami agar masyarakat dapat bertanggung jawab secara penuh atas pilihan produk keuangan yang mereka gunakan, sehingga dapat terhindar dari hutang yang merugikan dan pengambilan keputusan yang salah tentang produk investasi. Saat ini masih banyak diantara masyarakat Indonesia yang memiliki kesulitan mengelola keuangan pribadi mereka. Hal ini dikarenakan pemahaman masyarakat yang kurang akan literasi keuangan (Anggarini et al., 2021).

Survei yang dilakukan UOB pada tahun 2019 menyatakan bahwa generasi muda usia 21-29 tahun di Indonesia membelanjakan hampir 50% pendapatannya untuk memenuhi gaya hidup, terutama pada generasi milenial. [Mendari & Kewal \(2013\)](#) berargumen bahwa pengetahuan tentang keuangan pada siswa sekolah maupun mahasiswa masih termasuk sangat kecil. Ketidapkahaman remaja terhadap literasi keuangan berakibat pada perilaku keuangan mereka yang cenderung konsumtif. Hal ini juga didorong dengan sifat mereka yang suka mencoba hal baru, sibuk memburu jati diri, dan belum bisa menentukan prioritas keuangannya ([Aulianingrum & Rochmawati, 2021](#); [Sustiyo, 2020](#)). Generasi muda saat ini yang berusia 10–25 tahun tergolong pada generasi Z. Generasi ini adalah sekumpulan anak muda yang lahir setelah tahun 1995 hingga 2010. Generasi Z dikenal juga dengan sebutan iGeneration atau generasi internet. Generasi ini selalu terhubung dengan dunia maya dan dapat melakukan segala sesuatunya dengan menggunakan kecanggihan teknologi yang ada ([Anggarini et al., 2021](#); [Arjanto, 2021](#)). Namun, generasi Z memiliki permasalahan di bidang finansial. Generasi Z yang saat ini mulai berkarir cenderung khawatir dengan ketidakstabilan finansial di awal karir mereka. Data dari hasil Riset Kredit Karma (2018) menyatakan bahwa sebesar 39% generasi Z memiliki hutang konsumtif. Riset IDN Research Institute tahun 2019 juga menyebutkan bahwa generasi Z hanya memiliki alokasi tabungan terhadap pendapatannya sebesar 10,17% ([Laturette et al., 2021](#)).

Pada era digital saat ini, penyedia layanan keuangan semakin terjangkau dan bervariasi. Hal ini sejalan dengan salah satu tujuan OJK untuk meningkatkan inklusi keuangan untuk mempermudah masyarakat masuk ke dalam ekonomi formal. Inklusi keuangan muncul karena ketidakmampuan masyarakat untuk mengakses/menggunakan lembaga keuangan formal/layanan jasa keuangan seperti perbankan, asuransi, investasi, teknologi finansial, dan lain sebagainya dikarenakan adanya hambatan, seperti kondisi, harga, pemasaran, ataupun dari persepsi individu maupun entitas lainnya yang biasa disebut sebagai pengecualian keuangan (*financial exclusion*) ([Dewi, 2020](#); [R. I. Lestari et al., 2021](#)). Namun, tidak jarang kemudahan akses terhadap layanan keuangan tersebut membuat generasi Z salah kaprah dalam memilih produk keuangan yang tepat guna. Produk keuangan digital yang lazim disebut FinTech, bertujuan untuk mempermudah seseorang dalam melakukan transaksi keuangan, alokasi keuangan, dan investasi. Namun, menurut [Lina & Nani \(2020\)](#) pengetahuan tentang FinTech di Indonesia pun masih tergolong rendah.

Data Survey Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan dari OJK tahun 2019 menyatakan bahwa tingkat literasi keuangan nasional masih berada di angka 38%, dengan tingkat literasi Provinsi Jawa Barat sebesar 37,43%. Namun, tingkat literasi keuangan tersebut berbanding terbalik dengan tingkat inklusi keuangan di Provinsi Jawa Barat, yaitu sebesar 88,48% ([OJK, 2020](#)). Angka tersebut mengindikasikan bahwa pengetahuan keuangan khususnya di Provinsi Jawa Barat masih cukup rendah, namun akses masyarakat terhadap lembaga keuangan sangat besar. Sehingga, masyarakat Provinsi Jawa Barat

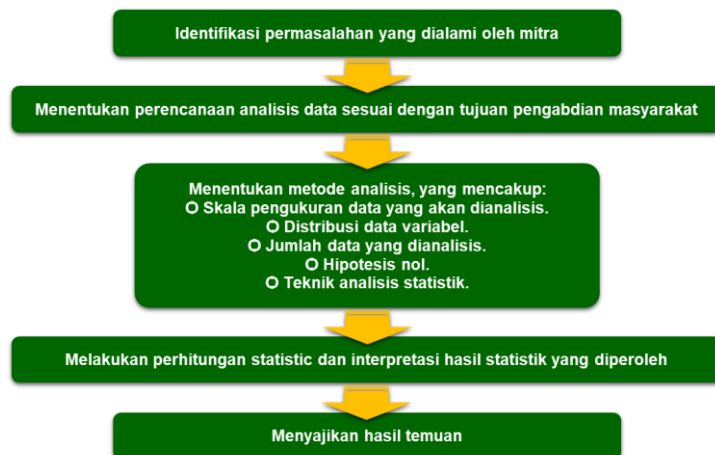
masih memerlukan edukasi yang intensif sehingga masyarakat Provinsi Jawa Barat dapat bijak mengelola keuangannya.

Berdasarkan survey nasional OJK tahun 2019 tersebut dapat diasumsikan bahwa literasi keuangan di Kelurahan Beji, Kota Depok, Jawa Barat juga masih rendah (Purwaningrum et al., 2022). Dari hasil turun lapangan awal diketahui bahwa beberapa siswa SMA di Kelurahan Beji, sudah cukup terbiasa menggunakan beberapa aplikasi keuangan digital. Namun, masih jarang dari para siswa yang menggunakannya untuk menabung. Pendapatan dari uang saku mereka hari itu, adalah pengeluaran yang mereka lakukan di hari itu juga. Sehingga untuk memenuhi kebutuhan yang mendadak, mereka tidak mampu memenuhinya.

Berdasarkan hal tersebut, diperlukan sebuah sosialisasi untuk meningkatkan tingkat literasi keuangan, terutama keuangan digital bagi generasi Z agar generasi ini dapat membuat keputusan keuangan dengan bijak. Maka tujuan pengabdian masyarakat ini adalah untuk menganalisis tingkat pemahaman Gen Z tentang keuangan, baik produk keuangan konvensional maupun digital. Dalam mencapai tujuan tersebut, dilakukan sosialisasi dan pelatihan untuk meningkatkan pemahaman Gen Z mengenai produk dan jasa keuangan, pengelolaan keuangan, dan produk digital keuangan. Pengabdian masyarakat ini juga selaras dengan komitmen OJK dalam mendorong peningkatan indeks literasi dan inklusi keuangan nasional. Hal ini tercermin dalam pilar 2 Kerangka Struktural Master Plan Sektor Jasa Keuangan Indonesia (MPSJKI) 2021 – 2025 (2021).

METODE

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini menggunakan pendekatan *Community-Based Participatory Research* (CBPR), dimana pendekatan tersebut memusatkan pada komunikasi partisipatif antara mitra pengabdian masyarakat dan pengabdian/peneliti secara setara dalam melakukan perubahan sosial (McFarlane et al., 2022). CBPR memfasilitasi keterlibatan mitra pengabdian masyarakat untuk menangani suatu permasalahan sehingga terbentuk *sharing knowledge* antara akademisi dan komunitas. Prinsip-prinsip dalam melaksanakan pendekatan CBPR ini diantaranya adalah masyarakat dilihat sebagai satu kesatuan identitas, memfasilitasi kemitraan kolaboratif yang menjunjung nilai kesetaraan dalam setiap tahap penelitian, mendorong terjadinya proses *co-learning* dan pengembangan kapasitas semua mitra, dan berorientasi jangka panjang dan merawat komitmen untuk keberlanjutan (Suwendi et al., 2022). *Community based* pengabdian masyarakat ini adalah SMA Muhammadiyah 2, Beji, Depok, Jawa Barat dan *participatory* yaitu siswa/i kelas XI yang berjumlah 53 siswa/i. Tahapan dalam melakukan pengabdian masyarakat ini terdiri dari beberapa bagian, yaitu: (Budiwanto, 2017).



Gambar 1. Tahapan pengabdian masyarakat

Tahapan pengabdian masyarakat dimulai dengan mengidentifikasi permasalahan pada mitra pengabdian masyarakat. Pada tahap ini diketahui peningkatan literasi keuangan dalam rangka peningkatan inklusi keuangan pada generasi Z penting untuk dilakukan karena perilaku konsumtif generasi Z yang cukup tinggi. Sehingga, tim pengabdian memberikan pengetahuan mengenai menabung di lembaga formal serta bagaimana penggunaan digital banking bagi generasi Z melalui teknik sosialisasi dan pendampingan bagaimana mengatur pengeluaran setiap bulannya menggunakan media *expense tracker*. Berns (2010) menyatakan bahwa sosialisasi merupakan proses interaksi sosial untuk memperoleh pengetahuan, sikap, nilai, perilaku, dan keterampilan-keterampilan yang penting sebagai makhluk sosial dan partisipasi yang efektif dalam masyarakat (Farhatilwardah et al., 2019).

Setelah pengabdian masyarakat dilakukan, tahapan berikutnya adalah melakukan perhitungan statistik untuk mengetahui efektivitas dari program pengabdian masyarakat. Efektivitas kegiatan pengabdian masyarakat menggunakan uji beda yang bertujuan untuk menganalisis apakah terdapat perbedaan tingkat literasi pada peserta sebelum dan sesudah dilakukan kegiatan pengabdian masyarakat. Data yang digunakan adalah skor pretest dan post test peserta pengabdian masyarakat dengan skala pengukuran yang digunakan adalah skala ordinal. Asumsi dari Uji beda adalah kelompok data yang akan dianalisis harus memiliki varian yang homogen atau dengan kata lain terdistribusi normal dengan dasar pengambilan keputusan uji normalitas sebagai berikut:

- Jika angka signifikansi uji Kolmogorov-Smirnov dan uji Shapiro-Wilk $> 0,05$ maka data berdistribusi normal.
- Jika angka signifikansi uji Kolmogorov-Smirnov dan uji Shapiro-Wilk $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

Hipotesis yang berkaitan dengan uji beda diklasifikasikan menjadi dua, yaitu uji statistik parametrik dan uji statistik non-parametrik. Uji statistik parametrik merupakan uji hipotesis yang menguji perbedaan rata-rata pada

populasi, sementara uji statistic non-parametrik tidak membutuhkan asumsi parameter apapun untuk populasi yang diuji. Jika pada pengujian normalitas data berdistribusi normal maka uji parametrik Paired Sample T-test digunakan. Sementara apabila data berdistribusi tidak normal maka uji non-parametrik Wilcoxon Signed Rank test digunakan untuk menjawab hipotesis. Hipotesis pengujian ini adalah:

- H_0 : tidak terdapat perbedaan tingkat literasi keuangan sebelum dan sesudah sosialisasi peningkatan literasi keuangan pada siswa SMA Muhammadiyah 2, Depok.
- H_a : terdapat perbedaan tingkat literasi keuangan sebelum dan sesudah sosialisasi peningkatan literasi keuangan pada siswa SMA Muhammadiyah 2, Depok.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat diawali dengan mengajukan izin sekaligus observasi awal yang berlangsung selama satu minggu. Kepala sekolah menyambut baik rencana kegiatan ini dengan pertimbangan bahwa belum pernah ada kegiatan sosialisasi tentang literasi dan inklusi keuangan digital bagi siswa SMA. Selain itu, Kepala Sekolah berpendapat bahwa urgensi sosialisasi dengan tema ini sangat tinggi. Hal ini dikarenakan siswa dapat memahami tentang keuangan pribadinya sendiri dan juga memahami bagaimana bertransaksi dengan aman pada platform keuangan yang saat ini semakin banyak beredar.

Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini dimulai dengan memberikan pretest kepada pasar peserta. Pretest bertujuan untuk mengukur tingkat pengetahuan keuangan peserta pengabdian masyarakat sebelum dilakukan sosialisasi. Berdasarkan definisi menurut [OECD \(2016\)](#), pengukuran literasi keuangan ditentukan oleh tiga indikator, yaitu indikator *financial knowledge*, *financial behavior*, dan *financial attitude* ([Chaidir et al., 2020](#)). Berdasarkan indikator tersebut, maka pertanyaan-pertanyaan yang diajukan pada saat pretest adalah mengenai *financial knowledge* dari para peserta, yang mencakup pengetahuan dasar keuangan, manajemen keuangan, kredit dan hutang, tabungan dan investasi, risiko, dan asuransi.



Gambar 2. Penyampaian materi pengabdian masyarakat di SMA Muhammadiyah 2 Depok

Setelah dilakukan pretest, pengabdian masyarakat masuk ke dalam inti kegiatan yang terdiri dari dua sesi, yaitu sesi sosialisasi dan sesi workshop. Sesi sosialisasi terdiri dari pemaparan mengenai pengetahuan keuangan, kredit dan hutang, tabungan dan investasi, risiko, asuransi, sikap terhadap uang, dan produk keuangan baik konvensional maupun digital. Pada sesi workshop peserta dipandu oleh para mahasiswa dari Program Studi Administrasi Keuangan dan Perbankan, Program Vokasi, Universitas Indonesia untuk melakukan pencatatan keuangan pribadi sehari-hari. Dengan melakukan pencatatan keuangan diharapkan peserta mulai dapat mengontrol pemasukan dan pengeluaran uangnya sehingga dapat melakukan perencanaan keuangan di masa depan.



Gambar 3. Kegiatan pengabdian masyarakat di SMA Muhammadiyah 2 Depok

Antusiasme siswa SMA 2 Muhammadiyah, Depok cukup besar pada saat dilakukan sosialisasi literasi dan inklusi keuangan digital cukup besar. Hal ini tercermin dari cukup banyaknya pertanyaan yang diajukan oleh para peserta saat kegiatan berlangsung. Pada sesi kedua, workshop mengenai pengelolaan keuangan pribadi dilakukan dengan menggunakan media pencatatan *expense tracker* yang telah disediakan oleh tim pengabdian masyarakat. Kegiatan workshop bertujuan agar para peserta dapat bertanya lebih personal mengenai permasalahan keuangan mereka. Selain itu, workshop juga menjadi sarana mahasiswa Program Studi Administrasi Keuangan dan Perbankan untuk dapat menerapkan pengetahuan yang telah dipelajari di kelas kepada masyarakat.

Pada kegiatan sosialisasi literasi dan inklusi keuangan digital, mayoritas siswa sudah familiar dengan produk keuangan seperti tabungan dan investasi, namun mereka belum cukup familiar dengan asuransi. Produk FinTech yang cukup familiar bagi peserta umumnya jenis produk *e-wallet*, seperti Go-pay, OVO, maupun ShopeePay. Peserta sudah mengetahui manfaat menabung dan memiliki semangat untuk terus menabung. Sementara itu setelah dilakukan workshop pada sesi kedua, peserta mampu Menyusun anggaran keuangan mingguan mereka dan mulai melakukan pencatatan pengeluaran harian. Hasil pengabdian masyarakat ini sejalan dengan penelitian Yuneline et al. (2021) yang juga dilakukan pada siswa SMA di Bandung, Jawa Barat. Siswa/i mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginannya, mampu menetapkan tujuan

keuangannya, bahkan mampu memprediksi surplus ataupun defisit dari keuangannya (Yuneline et al., 2021).

Total peserta dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah sebanyak 51 siswa/l. Dari 51 siswa tersebut, terdapat 3 siswa yang tidak dapat dijadikan responden untuk mengukur efektivitas kegiatan sosialisasi peningkatan literasi keuangan digital pada siswa SMA Muhammadiyah 2, Depok. Hal ini dikarenakan ketiga responden tersebut tidak mengikuti pre test atau post test sehingga jawabannya tidak dapat dijadikan sampel dalam tulisan ini.

Tabel 1. Deskripsi Kelompok Data

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic
PRETEST	48	60.00	93.00	76.1875	1.24757	8.64342
POSTTEST	48	60.00	100.00	84.6875	1.30980	9.07453
Valid N (listwise)	48					82.347

Tabel 1 merupakan statistik deskriptif dari jawaban responden pada saat menjawab soal-soal pretest dan post test. Pretest dilakukan sebelum kegiatan sosialisasi literasi keuangan digital dilakukan. Responden menjawab 15 pertanyaan yang bertujuan untuk mengukur tingkat pengetahuan responden mengenai istilah-istilah dalam keuangan dan beberapa jenis produk keuangan. Berdasarkan tabel 1 diatas diketahui bahwa rata-rata nilai pretest 48 responden sebesar 76,2. Hal ini berarti, jumlah soal yang terjawab benar oleh responden paling banyak sebanyak 6 soal. Berdasarkan analisis tiap soal, sebesar 54% responden salah menjawab saat ditanya definisi dari produk keuangan asuransi.

Sementara itu, posttest dilakukan setelah adanya sosialisasi. Posttest dilakukan dengan memberikan 20 soal kepada responden yang sama, yaitu siswa/l kelas XII SMA Muhammadiyah 2, Depok. Posttest dilakukan dengan tujuan untuk mengukur tingkat pengetahuan responden setelah diberikan pengetahuan mengenai kredit dan hutang, tabungan dan investasi, risiko, asuransi, sikap terhadap uang, dan produk keuangan baik konvensional maupun digital. Hasil posttest menunjukkan nilai minimum responden pada saat posttest sebesar 60 dan nilai maksimum adalah 10. Hal ini menandakan bahwa terdapat peserta yang mengalami peningkatan pengetahuan tetapi tidak menyeluruh ke semua peserta karena nilai minimum posttest yang tidak berubah dari saat pretest dan standar deviasi yang meningkat (9,1%) dari saat dilakukannya pretest. Berdasarkan analisis tiap komponen soal diketahui bahwa sebesar 63% responden menjawab salah ketika diberikan pertanyaan mengenai contoh tabungan digital.

Uji normalitas adalah uji statistik yang dilakukan untuk mengetahui bagaimana sebaran sebuah data. Uji normalitas dapat dilakukan dengan uji Kolmogorov-Smirnov, uji Shapiro Wilk, atau liliefors. Uji Kolmogorov-smirnov

digunakan untuk menguji sampel yang jumlahnya banyak (>100), sementara uji Shapiro Wilk digunakan untuk menguji normalitas dengan jumlah sampel sedikit (<100). Oleh karena itu, penelitian ini akan menggunakan uji Shapiro Wilk. Berikut adalah hasil uji normalitas:

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
PRETEST	.165	48	.002	.933	48	.009
POSTTEST	.201	48	.000	.923	48	.004

a. Lilliefors Significance Correction

Mengacu pada dasar pengambilan keputusan pada uji normalitas, diketahui bahwa nilai signifikansi variabel PRETEST (0.009) < 0.05 dan nilai signifikansi variable POSTTEST (0.004) < 0.005 . Berdasarkan hasil tersebut maka kedua kelompok data berdistribusi tidak normal (H_0 tidak ditolak). Pada jenis skala data ordinal, hasil uji normalitas pada umumnya menunjukkan data tidak terdistribusi secara normal.

Uji hipotesis pada penelitian ini menggunakan uji beda. Uji beda digunakan untuk mengevaluasi perlakuan tertentu pada satu sampel yang sama pada periode pengamatan yang berbeda. Pengamatan yang dilakukan pada penelitian ini adalah peristiwa sosialisasi untuk meningkatkan literasi dan inklusi keuangan pada siswa SMA Muhammadiyah 2, Depok. Berikut adalah hipotesis statistic yang akan diuji:

$$H_0: \mu_1 = \mu_2$$

$$H_a: \mu_1 \neq \mu_2$$

Pada hasil uji normalitas didapatkan bahwa data berdistribusi tidak normal. Sehingga, uji non-parametrik Wilcoxon Signed Rank Test digunakan untuk menjawab hipotesis. Terdapat beberapa asumsi dari uji ini, diantaranya adalah (a) Variabel berskala data ordinal atau interval/rasio tetapi terdistribusi tidak normal; (b) Variabel independen terdiri dari 2 kategori yang bersifat berpasangan. Hal ini berarti unit observasi data adalah sama; (3) Bentuk dan sebaran data antara kedua kelompok yang berpasangan adalah simetris, digunakan untuk memenuhi syarat normalitas data pada uji beda.

Asumsi pertama dan kedua dari uji Wilcoxon Signed Rank Test telah terpenuhi. Berikut hasil uji non-parametrik Wilcoxon Signed Rank Test:

Tabel 3. Hasil Uji Hipotesis Non-Parametrik Ranks

		N	Mean Rank	Sum of Ranks
POSTTEST - PRETEST	Negative Ranks	10 ^a	17.00	170.00
	Positive Ranks	36 ^b	25.31	911.00
	Ties	2 ^c		
	Total	48		

a. POSTTEST $<$ PRETEST

b. POSTTEST $>$ PRETEST

Tabel 3 menunjukkan nilai mean pada negative ranks bernilai 17 dan nilai mean pada positive ranks bernilai 25,31. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa sampel pada nilai kelompok kedua (POSTTEST) berbeda dari nilai kelompok pertama (PRETEST). Hasil ini menyatakan bahwa tingkat literasi pada kelompok sampel sebelum dan setelah sosialisasi mengalami peningkatan. Sementara itu nilai ties adalah nol, yang berarti tidak ada kesamaan antara nilai kelompok kedua (POSTTEST) dan nilai kelompok pertama (PRETEST).

Tabel 4. Hasil Perhitungan Wilcoxon Signed Rank Test

	POSTTEST - PRETEST
Z	-4.051 ^b
Asymp. Sig. (2-tailed)	.000

a. Wilcoxon Signed Ranks Test

b. Based on negative ranks.

Berdasarkan hasil dari perhitungan Wilcoxon Signed Rank Test, nilai Z sebesar -4,051 dan p-value sebesar 0,000. Dengan menggunakan nilai alfa (α) 0,05 (5%), dapat disimpulkan bahwa H_a tidak ditolak ($\alpha > 0,000$). Keputusan hipotesis tersebut menunjukkan terdapat perbedaan signifikan antara kelompok PRETEST dan POSTTEST. Perbedaan tersebut adalah tingkat literasi keuangan kelompok POSTTEST lebih tinggi dibandingkan kelompok PRETEST. Sehingga, terjadi peningkatan pengetahuan setelah dilakukannya sosialisasi literasi keuangan pada siswa SMA Muhammadiyah 2, Depok.

Hasil uji beda menandakan sosialisasi mengenai literasi keuangan bagi generasi Z masih harus tetap dilakukan karena terbukti secara signifikan meningkatkan pengetahuan peserta pengabdian masyarakat dan diharapkan dapat memperkecil *gap* antara literasi dan inklusi keuangan di Provinsi Jawa Barat. Sebagai generasi penerus, generasi Z berperan penting dalam pembangunan suatu daerah. Faktor yang penting untuk diperhatikan adalah bagaimana generasi Z mengukur kebahagiaannya tidak hanya pada kepemilikan sesuatu, tetapi dengan pengalaman. Aulianingrum & Rochmawati (Aulianingrum & Rochmawati, 2021) menyatakan bahwa bahkan siswa dengan tingkat ekonomi orang tua yang rendah pun rela mengumpulkan uang saku selama sehari-hari demi memenuhi gaya hidupnya, seperti jalan-jalan ke mall bersama teman-teman, makan di restoran mahal, hingga membeli barang mewah dan *branded*.

Sustiyo (2020) dalam penelitiannya menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh secara signifikan pada perilaku konsumtif generasi Z. Pengaruh yang terbentuk bersifat negatif, yang berarti semakin tinggi tingkat literasi keuangan siswa/i, perilaku konsumtif justru semakin rendah. Penelitian tersebut sejalan dengan tujuan pengabdian masyarakat ini, yaitu meningkatkan literasi dan inklusi keuangan digital agar generasi Z dapat membuat keputusan keuangan dengan bijak. Generasi Z diharapkan cermat saat membeli sesuatu dengan cara membandingkan harga diantara para penjual dan juga dapat menentukan skala prioritasnya.

SIMPULAN

Mengacu pada hasil uji beda dapat disimpulkan bahwa peningkatan literasi keuangan di kalangan generasi Z masih perlu untuk dilakukan. Berdasarkan statistik deskriptif rata-rata skor pretest peserta sebesar 76,2 yang berarti 76,2% peserta memahami mengenai definisi dari kredit dan hutang, tabungan dan investasi, risiko, asuransi, sikap terhadap uang, dan produk keuangan baik konvensional maupun digital. Setelah dilakukan sosialisasi dan workshop, tingkat literasi dan inklusi keuangan digital peserta mengalami peningkatan menjadi 84,7%. Hasil analisis pretest posttest pun didukung dengan hasil uji beda yang menunjukkan nilai mean rank POSTTEST > PRETEST (25,31 > 17,00). Nilai tersebut menunjukkan terdapat perbedaan yang signifikan pada tingkat literasi dan inklusi keuangan digital peserta pengabdian masyarakat.

Dengan hasil ini diharapkan peningkatan literasi dan inklusi keuangan pada generasi Z dapat terus dilakukan baik di wilayah Provinsi Jawa Barat maupun di wilayah Indonesia lainnya. Selain itu, monitoring secara berkelanjutan juga penting dilakukan agar dapat menjadi suatu kebiasaan para generasi Z untuk selalu mengawasi keluar masuknya uang mereka. Hal ini dilakukan agar generasi Z tidak terjebak pada permasalahan-permasalahan keuangan yang berpotensi terjadi di masa yang akan datang jika generasi ini tidak dibekali dengan pengetahuan keuangan yang memadai.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis dan tim pengabdian masyarakat dari Program Studi Administrasi Keuangan dan Perbankan, Program Vokasi, Universitas Indonesia mengucapkan terima kasih kepada Kepala Sekolah, Guru, dan seluruh murid kelas XI SMA Muhammadiyah 2, Depok yang sudah memberikan kesempatan kepada tim pengabdian masyarakat untuk memberikan sosialisasi dan workshop literasi dan inklusi Keuangan.

DAFTAR RUJUKAN

- Anggarini, D. R., Putri, A. D., & Lina, L. F. (2021). Literasi Keuangan untuk Generasi Z di MAN 1 Pesawaran. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 1(1), 147–152. <https://doi.org/10.54082/jamsi.42>
- Arjanto, D. (2021). *Mengenal Generasi Z dan 5 Karakteristiknya*. Tempo.Com.
- Aulianingrum, R. D., & Rochmawati. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Dan Gaya Hidup Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Siswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, Dan Ilmu Sosial*, 15(2), 198–206. <https://doi.org/10.19184/jpe.v15i2.24894>
- Berns, R. M. (2010). *Child, Family, School, Community* (C. Shortt, T. Williams, C. Cox, L. Stewart, & M. Noel (eds.); 8th ed.). Cengage Learning.
- Budiwanto, S. (2017). Metode Statistika Untuk Mengolah Data Keolahragaan. In *Metode Statistika* (1st ed.). Universitas Negeri Malang.
- Chaidir, T., Suprpti, I. A. P., Arini, G. A., & Ismiwati, B. (2020). Determinan Literasi Keuangan pada Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

- (UMKM) di Kota Mataram. *Elastisitas - Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 2(1), 1–19. <https://doi.org/10.29303/e-jep.v2i1.15>
- Dewi, M. A. (2020). The Impact of Fintech Towards Financial Inclusion Development in UMKM in East Java. *Gorontalo Accounting Journal*, 3(2), 68–83. <https://doi.org/10.32662/gaj.v3i2.973>
- Dja'far, H. I., Rizkiyah, N., Sahrazad, S., Manurung, L., & Abdillah, A. (2021). Penguatan Literasi Keuangan Melalui Penyuluhan dan Pendampingan Siswa SMK Kota Bekasi. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 1(1), 51–56. <https://doi.org/10.54082/jamsi.11>
- Farhatilwardah, F., Hastuti, D., & Krisnatuti, D. (2019). Karakter Sopan Santun Remaja: Pengaruh Metode Sosialisasi Orang Tua dan Kontrol Diri. *Jur. Ilm. Kel. & Kons.*, 12(2), 114–125. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24156/jikk.2019.12.2.114>
- Laturette, K., Widianingsih, L. P., & Subandi, L. (2021). Literasi Keuangan Pada Generasi Z. *Jurnal Pendidikan Akutansi (JPAK)*, 9(1), 131–139. <https://doi.org/10.26740/jpak.v9n1.p131-139>
- Lestari, R. I., Santoso, D., & Indarto, I. (2021). Meningkatkan Literasi Keuangan Digital Pada Pelaku UMKM Melalui Sosialisasi Gerakan Nasional Non-tunai. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 4(3), 378–390. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v4i3.10947>
- Lestari, S. Y. (2020). Pengaruh Pendidikan Pengelolaan Keuangan Di Keluarga, Status Sosial Ekonomi, Locus of Control Terhadap Literasi Keuangan (Pelajar SMA Subang). *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 01(02), 69–78.
- Lina, L. F., & Nani, D. A. (2020). Kekhawatiran Privasi pada Kesuksesan Adopsi FinTech menggunakan Model DeLone dan McLean. *Performance*, 27(1), 60. <https://doi.org/10.20884/1.jp.2020.27.1.2250>
- McFarlane, S. J., Occa, A., Peng, W., Awonuga, O., & Morgan, S. E. (2022). Community-Based Participatory Research (CBPR) to Enhance Participation of Racial/Ethnic Minorities in Clinical Trials: A 10-Year Systematic Review. *Health Communication*, 37(9), 1075–1092. <https://doi.org/10.1080/10410236.2021.1943978>
- Mendari, A. S., & Kewal, S. S. (2013). Tingkat Literasi Keuangan Di Kalangan Mahasiswa Stie Musi. *Jurnal Economia*, 9(2), 130–140. <https://doi.org/10.21831/economia.v9i2.1804>
- Morgan, P. J., & Long, T. Q. (2020). Financial literacy, financial inclusion, and savings behavior in Laos. *Journal of Asian Economics*, 68, 101197. <https://doi.org/10.1016/j.asieco.2020.101197>
- OECD. (2016). *OECD/INFE International Survey of Adult Financial Literacy Competencies*.
- OECD. (2018). Financial Inclusion and Consumer Empowerment in Southeast Asia. In *OECD*.
- OJK. (2020). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2019*.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2021). Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) 2021-2025. In *Otoritas Jasa Keuangan*.
- Purwaningrum, E., Warsini, S., Juwita, R., Hafidudin, Zulmaita, & Muchtar, A.

- M. (2022). Pembinaan Literasi Keuangan Masyarakat Kelurahan Beji Depok dengan Bidang Fokus Reksadana. *Prosiding Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOV)*, 8(3), 74–81.
- Sugiharti, H., & Maula, K. A. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa. *ACCOUNTHINK: Journal of Accounting and Finance*, 4(02), 804–818.
- Sustiyo, J. (2020). Apakah literasi keuangan memengaruhi perilaku konsumsi generasi Z? *Imanensi: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi Islam*, 5(1), 25–34. <https://doi.org/10.34202/imanensi.5.1.2020.25-34>
- Suwendi, S., Basir, A., & Wahyudi, J. (2022). *Metodologi Pengabdian Masyarakat* (S. Suwendi, A. Basir, & J. Wahyudi (eds.)). Kementerian Agama RI.
- Yuneline, M. H., Suryana, U., & Hilman, I. (2021). Perencanaan Keuangan untuk Menumbuhkan Awareness Literasi Keuangan pada Siswa SMA PMB Bandung. *Warta LPM*, 24(2), 239–248. <https://doi.org/10.23917/warta.v24i2.12288>