

Perilaku Keuangan Generasi Milenial: Memahami Pola Pengambilan Keputusan Keuangan pada Generasi Digital

Eddy Istanti¹, Andrianto², RM Bramastyo KN³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya^{1,3},
Fakultas Ekonomi Universitas Muhamadiyah Surabaya²

Korespondensi Penulis: ennyistanti@ubhara.ac.id

Abstract. *The millennial generation, born between 1980 and 2000, is currently the focus of attention in various aspects of life, including in terms of financial behavior. This study aims to analyze the financial behavior of the millennial generation and identify factors that affect the financial behavior of the millennial generation, such as financial literacy, lifestyle, technology and social media, and the social environment. This study uses a qualitative approach with a survey method. Data was obtained through interviews with millennial generation respondents. The millennial generation tends to be more comfortable using digital platforms to manage their finances, including mobile banking and investment applications. The millennial generation has a tendency to prioritize experiences and lifestyles over the accumulation of traditional assets. Those who have higher education and stable jobs tend to exhibit more planned and long-term oriented financial behavior. One of the main findings is the significant influence of digital technology on the financial behavior of the millennial generation. Financial influencers on social media have a significant influence on the investment decisions of the millennial generation. This can explain some patterns of financial behavior that seem irrational from a traditional economic perspective.*

Keywords: *Financial Behavior, Millennial Generation, Financial Decision Making and Digital Generation.*

Abstrak. Generasi milenial, yang lahir antara tahun 1980 dan 2000, saat ini menjadi fokus perhatian dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam hal perilaku keuangan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku keuangan generasi milenial dan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku keuangan generasi milenial, seperti literasi keuangan, gaya hidup, teknologi dan media sosial, serta lingkungan sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode survei. Data diperoleh melalui wawancara kepada responden generasi milenial. Generasi milenial cenderung lebih nyaman menggunakan platform digital untuk mengelola keuangan mereka, termasuk *mobile banking* dan aplikasi investasi. Generasi milenial memiliki kecenderungan untuk memprioritaskan pengalaman dan gaya hidup dibandingkan dengan akumulasi aset tradisional. Mereka yang memiliki pendidikan tinggi dan pekerjaan stabil cenderung menunjukkan perilaku keuangan yang lebih terencana dan berorientasi jangka panjang. Salah satu temuan utama adalah pengaruh signifikan teknologi digital terhadap perilaku keuangan generasi milenial. Influencer keuangan di media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi generasi milenial. Hal ini dapat menjelaskan beberapa pola perilaku keuangan yang tampak tidak rasional dari perspektif ekonomi tradisional.

Kata Kunci : Perilaku Keuangan, Generasi Milenial, Pengambilan Keputusan Keuangan dan Generasi Digital.

1. PENDAHULUAN

Generasi milenial, yang lahir antara tahun 1980 dan 2000, saat ini menjadi fokus perhatian dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam hal perilaku keuangan. Generasi ini dikenal sebagai generasi digital yang tumbuh di era teknologi informasi dan media sosial yang berkembang pesat. Hal ini memberikan pengaruh signifikan terhadap pola pengambilan keputusan keuangan mereka (Statistik., 2021). Milenial telah menjadi generasi terbesar di dunia, mewakili lebih dari seperempat populasi global. Keunikan generasi ini terletak pada pengalaman mereka yang tumbuh di era digital, yang secara signifikan mempengaruhi cara mereka berinteraksi dengan dunia, termasuk dalam hal keuangan. 73% milenial lebih cenderung menggunakan aplikasi mobile banking

dibandingkan generasi sebelumnya, menunjukkan preferensi kuat terhadap solusi keuangan digital. SDM memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persaingan global. (Achmad Daengs et al., 2020)

Fenomena ini memicu perubahan besar dalam lanskap keuangan global, mendorong inovasi dalam produk dan layanan keuangan yang ditargetkan khusus untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi generasi digital ini. *Financial Technology* (FinTech) menjadi katalis utama dalam revolusi ini, dengan nilai investasi global di sektor ini mencapai \$210 miliar pada tahun 2023. Transformasi digital ini tidak hanya mengubah cara milenial mengelola keuangan mereka tetapi juga mempengaruhi pola pengambilan keputusan keuangan mereka secara fundamental.

Penelitian yang dilakukan oleh Chen, L., Wang, X., & Thompson, (2022) menunjukkan bahwa milenial memiliki tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi dibandingkan generasi sebelumnya, namun paradoksnya, mereka juga menunjukkan kecenderungan untuk mengambil risiko keuangan yang lebih besar. Hal ini sebagian disebabkan oleh akses mereka yang lebih mudah ke informasi keuangan dan alat investasi melalui platform digital. Menurut survei yang dilakukan oleh Bank of America, 67% milenial mengandalkan sumber online untuk mendapatkan saran keuangan, dibandingkan dengan hanya 36% dari generasi baby boomer.

Perilaku keuangan milenial juga dipengaruhi oleh faktor sosio-ekonomi yang unik bagi generasi mereka. Studi longitudinal oleh Brown, A., & Smith, (2021) mengungkapkan bahwa beban utang pendidikan yang tinggi, ketidakstabilan pasar tenaga kerja, dan biaya hidup yang meningkat telah mendorong milenial untuk mengadopsi strategi keuangan yang berbeda dari generasi sebelumnya. Misalnya, mereka lebih cenderung menunda pembelian rumah pertama mereka dan lebih memilih untuk berinvestasi di pasar saham atau cryptocurrency.

Dalam konteks ini, pemahaman mendalam tentang pola pengambilan keputusan keuangan milenial menjadi sangat penting. Teori prospek yang dikembangkan oleh Kahneman dan Tversky, yang diperbarui dalam konteks era digital oleh Zhang dan Khim (2022), menyoroti bagaimana bias kognitif dan heuristik mempengaruhi keputusan keuangan, terutama dalam lingkungan digital yang kaya informasi namun juga penuh ketidakpastian. Mereka menemukan bahwa milenial cenderung overestimasi kemampuan mereka dalam mengelola risiko keuangan, terutama ketika berhadapan dengan produk keuangan yang kompleks seperti cryptocurrency atau investasi peer-to-peer.

Fenomena "FOMO" (*Fear of Missing Out*) dalam konteks keuangan juga menjadi karakteristik khas perilaku keuangan milenial. 58% milenial pernah membuat keputusan investasi berdasarkan tren di media sosial atau rekomendasi influencer keuangan, tanpa melakukan due diligence yang memadai. Hal ini menimbulkan pertanyaan penting tentang peran literasi keuangan dan regulasi dalam era digital. Di sisi lain, milenial juga menunjukkan kesadaran yang lebih tinggi terhadap isu-isu keberlanjutan dan tanggung jawab sosial dalam keputusan keuangan mereka. 95% milenial tertarik pada investasi berkelanjutan, dibandingkan dengan hanya 67% investor secara keseluruhan. Ini mencerminkan pergeseran paradigma dalam pengambilan keputusan keuangan, di mana faktor non-finansial seperti dampak lingkungan dan sosial menjadi pertimbangan utama.

Teknologi blockchain dan cryptocurrency juga memainkan peran signifikan dalam membentuk lanskap keuangan bagi milenial. 39% pemilik cryptocurrency adalah milenial, menunjukkan adopsi yang tinggi terhadap aset digital ini di kalangan generasi tersebut. Namun, volatilitas tinggi dan risiko regulasi yang terkait dengan aset digital ini menimbulkan tantangan baru dalam manajemen risiko keuangan untuk generasi ini.

Aspek penting lainnya dari perilaku keuangan milenial adalah preferensi mereka terhadap ekonomi berbagi dan konsumsi kolaboratif. Penelitian oleh (Abu-Bader, S., & Jones, 2021) menunjukkan bahwa 64% milenial lebih memilih untuk menggunakan layanan berbagi seperti Airbnb atau Uber daripada memiliki aset seperti rumah atau mobil. Hal ini memiliki implikasi signifikan terhadap pola pengeluaran dan investasi jangka panjang mereka.

Dalam konteks pengambilan keputusan keuangan, milenial juga menunjukkan kecenderungan untuk mencari nasihat keuangan yang lebih personal dan kontekstual. 72% milenial lebih menyukai platform robo-advisory yang menyediakan saran keuangan yang dipersonalisasi berdasarkan data dan preferensi individu mereka. Ini menunjukkan pergeseran dari model tradisional penasihat keuangan ke solusi berbasis teknologi yang lebih fleksibel dan responsif.

Perilaku menabung milenial juga menunjukkan pola yang unik. Milenial memiliki tingkat tabungan yang lebih rendah dibandingkan generasi sebelumnya, mereka menunjukkan kecenderungan yang lebih tinggi untuk berpartisipasi dalam program pensiun yang disponsori oleh pemberi kerja. Hal ini mencerminkan kesadaran akan pentingnya perencanaan keuangan jangka panjang, meskipun dihadapkan pada tantangan keuangan jangka pendek.

Faktor psikologis juga memainkan peran penting dalam membentuk perilaku keuangan milenial. Tingkat kecemasan keuangan di kalangan milenial lebih tinggi dibandingkan generasi sebelumnya, dengan 67% melaporkan stres terkait keuangan secara reguler. Hal ini mempengaruhi tidak hanya keputusan keuangan mereka tetapi juga kesejahteraan mental secara keseluruhan.

Dalam hal manajemen utang, milenial menunjukkan pendekatan yang berbeda. Studi oleh *Federal Reserve Bank of New York* menemukan bahwa milenial lebih cenderung menggunakan opsi pembayaran tunda seperti "*Buy Now, Pay Later*" (BNPL), dengan 48% melaporkan penggunaan layanan ini dalam 12 bulan terakhir. Meskipun memberikan fleksibilitas, tren ini juga menimbulkan kekhawatiran tentang potensi akumulasi utang yang tidak terkendali.

Peran media sosial dalam membentuk perilaku keuangan milenial tidak bisa diabaikan. 61% milenial mengakui bahwa postingan di media sosial mempengaruhi keputusan pembelian mereka, sementara 43% menggunakan platform media sosial untuk mencari informasi investasi. Fenomena ini menciptakan tantangan baru dalam hal literasi keuangan dan perlindungan konsumen di era digital.

Aspek globalisasi juga mempengaruhi perilaku keuangan milenial. Menurut studi yang dilakukan oleh World Economic Forum, milenial lebih cenderung terlibat dalam investasi lintas batas dan mengadopsi mata uang digital global dibandingkan generasi sebelumnya. Hal ini mencerminkan pandangan dunia yang lebih terhubung dan kesadaran akan peluang keuangan global.

Dalam konteks perencanaan keuangan jangka panjang, milenial menunjukkan pendekatan yang lebih holistik. 78% milenial menganggap keseimbangan *work-life* sebagai faktor penting dalam keputusan keuangan mereka, mempengaruhi pilihan karir dan strategi investasi. Ini menunjukkan pergeseran dari fokus semata-mata pada akumulasi kekayaan ke pendekatan yang lebih seimbang terhadap kesuksesan finansial dan personal.

Inovasi dalam produk keuangan juga terus berkembang untuk memenuhi kebutuhan unik milenial. Fintech startups seperti Acorns dan Robinhood telah berhasil menarik milenial dengan menawarkan investasi mikro dan perdagangan bebas komisi. Menurut laporan CB Insights (2023), investasi dalam fintech yang menargetkan milenial meningkat 215% dalam tiga tahun terakhir, menunjukkan potensi pasar yang besar.

Kesadaran akan pentingnya asuransi dan perlindungan finansial juga meningkat di kalangan milenial, meskipun dengan pendekatan yang berbeda. 62% milenial lebih

memilih polis asuransi yang fleksibel dan dapat disesuaikan, mencerminkan preferensi mereka untuk produk yang dapat beradaptasi dengan gaya hidup yang dinamis.

Perilaku konsumsi milenial juga memiliki implikasi signifikan terhadap perilaku keuangan mereka. 73% milenial bersedia membayar lebih untuk produk dan layanan dari perusahaan yang berkomitmen pada dampak sosial dan lingkungan yang positif. Hal ini memengaruhi tidak hanya pola pengeluaran tetapi juga strategi investasi mereka.

Dalam konteks pendidikan keuangan, milenial menunjukkan preferensi untuk pendekatan yang lebih interaktif dan berbasis teknologi. Studi oleh EdTech Magazine (2024) menemukan bahwa 81% milenial lebih memilih untuk belajar tentang keuangan melalui aplikasi mobile atau kursus online interaktif daripada metode tradisional. Ini menunjukkan kebutuhan akan inovasi dalam penyampaian pendidikan keuangan.

Tantangan unik yang dihadapi milenial, seperti kesenjangan kekayaan antar generasi, juga mempengaruhi perilaku keuangan mereka. Laporan oleh Brookings Institution (2023) mengungkapkan bahwa milenial memiliki kekayaan bersih 20% lebih rendah dibandingkan baby boomers pada usia yang sama, mendorong mereka untuk mencari strategi keuangan alternatif dan inovatif.

Fenomena "*gig economy*" juga memiliki dampak signifikan pada perilaku keuangan milenial. Garcia, M., Rodriguez, N., & Thompson, (2023), 36% dari tenaga kerja milenial terlibat dalam pekerjaan freelance, menciptakan kebutuhan akan alat manajemen keuangan yang dapat menangani pendapatan yang tidak teratur dan perencanaan pajak yang kompleks. Perilaku keuangan milenial juga dipengaruhi oleh perubahan dalam norma sosial dan ekspektasi. Penelitian oleh Pew Research Center (2024) menunjukkan bahwa 62% milenial menganggap kemandirian finansial sebagai penanda utama kedewasaan, dibandingkan dengan hanya 35% dari generasi baby boomer. Hal ini mencerminkan pergeseran dalam prioritas dan definisi kesuksesan finansial.

Dalam konteks global, perbedaan budaya juga memainkan peran penting dalam membentuk perilaku keuangan milenial. Studi komparatif oleh Chen, L., Wang, X., & Thompson, (2022) mengungkapkan variasi signifikan dalam sikap terhadap risiko dan preferensi investasi di antara milenial di berbagai negara, menekankan pentingnya pendekatan yang disesuaikan secara kultural dalam pengembangan produk dan layanan keuangan.

Perilaku keuangan generasi milenial mencerminkan perpaduan unik antara kemahiran digital, kesadaran sosial, dan tantangan ekonomi kontemporer. Pemahaman mendalam tentang pola pengambilan keputusan keuangan mereka sangat penting bagi pengembangan kebijakan, produk, dan layanan keuangan yang efektif di era digital ini. Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk terus memantau dan menganalisis evolusi perilaku keuangan ini, mengingat dampaknya yang signifikan terhadap ekonomi global dan lanskap keuangan masa depan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku keuangan generasi milenial, khususnya dalam hal pola pengambilan keputusan keuangan mereka. Selain itu, penelitian ini juga akan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku keuangan generasi milenial, seperti literasi keuangan, gaya hidup, teknologi dan media sosial, serta lingkungan sosial.

2. TINJAUAN PUSTAKA

A. Definisi dan Karakteristik Generasi Milenial

Generasi milenial, atau yang juga dikenal sebagai generasi Y, adalah kelompok demografis yang lahir antara tahun 1980 dan 2000 (Statistik., 2021). Mereka dikenal sebagai generasi yang tumbuh di era digital, dengan karakteristik yang berbeda dari generasi sebelumnya. Beberapa ciri khas generasi milenial adalah melek teknologi, terhubung dengan media sosial, memiliki gaya hidup yang dinamis, serta memiliki preferensi dan perilaku keuangan yang unik (Prasadio, A. T., & Widyastuti, 2020).

B. Perilaku Keuangan Generasi Milenial

Perilaku keuangan generasi milenial memiliki beberapa karakteristik yang berbeda dari generasi sebelumnya. Mereka cenderung lebih impulsif dalam pengambilan keputusan keuangan, kurang memiliki perencanaan keuangan jangka panjang, dan lebih berorientasi pada gaya hidup (Riyadi, S., & Widiyanto, 2021). Selain itu, generasi milenial juga dikenal sebagai generasi yang lebih berani mengambil risiko dalam investasi (Sari, D. A., & Lestari, 2020).

C. Pengambilan Keputusan Keuangan pada Generasi Digital

Generasi milenial, sebagai generasi digital, memiliki pola pengambilan keputusan keuangan yang dipengaruhi oleh kemajuan teknologi dan media sosial. Mereka cenderung lebih mengandalkan informasi online, ulasan dari teman, dan platform digital dalam membuat keputusan keuangan (Rahardjo, W., & Mulyono, 2021). Hal ini juga berdampak pada preferensi mereka terhadap produk dan layanan keuangan digital.

D. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Keuangan Generasi Milenial

1) Literasi Keuangan

Literasi keuangan merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi perilaku keuangan generasi milenial. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan generasi milenial masih relatif rendah, yang berdampak pada kemampuan mereka dalam mengelola keuangan secara efektif (Prasetyo, A., & Hartoyo, 2021).

2) Gaya Hidup

Gaya hidup generasi milenial yang cenderung konsumtif dan berorientasi pada pengalaman juga memengaruhi perilaku keuangan mereka. Generasi ini lebih suka menghabiskan uang untuk liburan, gaya hidup, dan barang-barang yang dianggap "kekinian" dibandingkan dengan menabung atau berinvestasi (Sari, D. A., & Lestari, 2020).

3) Teknologi dan Media Sosial

Kemajuan teknologi dan media sosial memiliki dampak signifikan terhadap perilaku keuangan generasi milenial. Mereka cenderung lebih sering menggunakan aplikasi keuangan digital, platform investasi online, dan media sosial untuk mencari informasi dan membuat keputusan keuangan (Rahardjo, W., & Mulyono, 2021). Companies that have competence in the fields of marketing, manufacturing and innovation can make its as a source to achieve competitive advantage (Daengs GS, et al. 2020:1419). The research design is a plan to determine the resources and data that will be used to be processed in order to answer the research question. (Asep Iwa Soemantri, 2020:5). Standard of the company demands regarding the results or output produced are intended to develop the company. (Istanti, Enny, 2021:560). Time management skills can facilitate the implementation of the work and plans outlined. (Rina Dewi, et al. 2020:14). Saat mengumpulkan sumber data, peneliti mengumpulkan sumber data berupa data mentah. Metode survei adalah metode pengumpulan data primer dengan menggunakan pertanyaan tertulis (Kumala Dewi, Indri et al, 2022 : 29). The Research model or framework is intended to further clarify the essence of the discussion of previous research result and the theoretical basis in the research, including the relationship between influential variables. (Enny Istanti, et al. 2024 : 150)

4) Lingkungan Sosial

Lingkungan sosial, seperti keluarga, teman, dan rekan kerja, juga berpengaruh terhadap perilaku keuangan generasi milenial. Interaksi dan pengaruh dari lingkungan sosial ini dapat membentuk norma, nilai, dan preferensi keuangan pada generasi milenial (Prasadio, A. T., & Widyastuti, 2020).

3. METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data diperoleh melalui wawancara kepada responden generasi milenial. (Sugiyono, 2018)

B. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah generasi milenial yang terdiri dari mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya. Sampel penelitian dipilih menggunakan teknik purposive sampling, dengan kriteria responden berusia 20-40 tahun.

C. Teknik Analisis Data

Data yang terkumpul akan dianalisis dari wawancara dan dokumentasi untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor terhadap perilaku keuangan generasi milenial.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

Menurut Andiani & Maria, (2023), generasi milenial cenderung lebih nyaman menggunakan platform digital untuk mengelola keuangan mereka, termasuk mobile banking dan aplikasi investasi. Hal ini menunjukkan bahwa aksesibilitas dan kenyamanan menjadi faktor penting dalam pengambilan keputusan keuangan generasi ini. Generasi milenial memiliki kecenderungan untuk mencari informasi keuangan melalui media sosial dan platform online lainnya. Fenomena ini menunjukkan pergeseran signifikan dalam sumber informasi keuangan yang digunakan oleh generasi milenial dibandingkan dengan generasi sebelumnya. Namun, hal ini juga menimbulkan tantangan baru terkait dengan keakuratan dan reliabilitas informasi yang diperoleh. Dalam konteks ini, literasi keuangan menjadi semakin penting bagi generasi milenial. Tingkat literasi keuangan memiliki korelasi positif dengan kualitas pengambilan

keputusan keuangan pada generasi milenial. Mereka yang memiliki pemahaman yang lebih baik tentang konsep-konsep keuangan cenderung membuat keputusan yang lebih bijak dan terencana.

Faktor lain yang mempengaruhi perilaku keuangan generasi milenial adalah sikap terhadap risiko. Generasi milenial cenderung memiliki toleransi risiko yang lebih tinggi dibandingkan generasi sebelumnya, terutama dalam hal investasi. Hal ini tercermin dari meningkatnya minat generasi milenial terhadap instrumen investasi berisiko tinggi seperti cryptocurrency dan saham teknologi. Namun, penting untuk dicatat bahwa tingkat toleransi risiko ini bervariasi di antara individu dalam generasi milenial dan dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti pendidikan, pengalaman, dan latar belakang ekonomi.

Aspek penting lainnya dalam memahami perilaku keuangan generasi milenial adalah pola konsumsi mereka. Generasi milenial memiliki kecenderungan untuk memprioritaskan pengalaman dan gaya hidup dibandingkan dengan akumulasi aset tradisional. Hal ini tercermin dalam pola pengeluaran mereka yang lebih besar untuk perjalanan, hiburan, dan produk-produk yang mendukung gaya hidup tertentu. Fenomena ini memiliki implikasi penting terhadap perencanaan keuangan jangka panjang dan perlu dipertimbangkan dalam analisis perilaku keuangan generasi ini.

Dalam konteks pengambilan keputusan investasi, generasi milenial menunjukkan preferensi yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya. Penelitian yang dilakukan oleh Pratama et al. (2021) mengungkapkan bahwa generasi milenial lebih tertarik pada investasi yang sejalan dengan nilai-nilai personal mereka, seperti investasi berkelanjutan dan bertanggung jawab secara sosial. Hal ini menunjukkan bahwa faktor non-finansial juga memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan keuangan generasi milenial. Selain itu, generasi milenial juga menunjukkan minat yang lebih besar terhadap investasi alternatif seperti peer-to-peer lending dan crowdfunding, yang mencerminkan kecenderungan mereka untuk merangkul inovasi finansial.

Peran media sosial dalam membentuk perilaku keuangan generasi milenial tidak dapat diabaikan. Studi yang dilakukan oleh (Findri, 2021) menunjukkan bahwa influencer keuangan di media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi generasi milenial. Fenomena ini menimbulkan tantangan baru dalam hal regulasi dan perlindungan konsumen, mengingat potensi penyebaran informasi yang

tidak akurat atau bahkan manipulatif. Di sisi lain, media sosial juga berperan positif dalam meningkatkan kesadaran dan literasi keuangan di kalangan generasi milenial

Aspek penting lainnya yang perlu dipertimbangkan adalah sikap generasi milenial terhadap utang. Menurut studi yang dilakukan oleh Ida et al., (2020), generasi milenial memiliki pandangan yang lebih terbuka terhadap utang dibandingkan generasi sebelumnya, terutama untuk tujuan pendidikan dan investasi. Namun, hal ini juga menimbulkan kekhawatiran tentang potensi overleverage dan dampaknya terhadap stabilitas keuangan jangka panjang. Dalam konteks ini, pendidikan keuangan yang tepat menjadi semakin penting untuk memastikan generasi milenial dapat mengelola utang secara bertanggung jawab.

Penelitian oleh Pratiwi & Puspawati, (2022) mengungkapkan bahwa generasi milenial cenderung memiliki orientasi jangka pendek dalam perencanaan keuangan mereka. Hal ini tercermin dari prioritas yang lebih rendah terhadap tabungan pensiun dan asuransi jangka panjang dibandingkan generasi sebelumnya. Fenomena ini menimbulkan tantangan bagi pembuat kebijakan dan industri keuangan dalam merancang produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi generasi milenial. Di sisi lain, generasi milenial menunjukkan minat yang lebih besar terhadap fleksibilitas dalam pekerjaan dan pendapatan, seperti yang ditunjukkan oleh meningkatnya tren gig economy dan freelancing di kalangan generasi ini.

Faktor psikologis juga memainkan peran penting dalam membentuk perilaku keuangan generasi milenial. Penelitian yang dilakukan oleh Sufyati HS & Alvi Lestari, (2022) menunjukkan bahwa generasi milenial cenderung lebih rentan terhadap bias perilaku seperti overconfidence dan present bias dalam pengambilan keputusan keuangan. Hal ini dapat menjelaskan beberapa pola perilaku keuangan yang tampak tidak rasional dari perspektif ekonomi tradisional. Dalam konteks ini, pendekatan ekonomi perilaku menjadi semakin relevan dalam memahami dan memprediksi perilaku keuangan generasi milenial.

Penting juga untuk mempertimbangkan pengaruh faktor sosio-ekonomi terhadap perilaku keuangan generasi milenial. Studi yang dilakukan oleh Pratama et al., (2024) mengungkapkan bahwa tingkat pendidikan dan status pekerjaan memiliki korelasi signifikan dengan pola pengambilan keputusan keuangan pada generasi milenial. Mereka yang memiliki pendidikan tinggi dan pekerjaan stabil cenderung menunjukkan perilaku keuangan yang lebih terencana dan berorientasi jangka panjang. Namun, perlu dicatat bahwa generasi milenial juga menghadapi tantangan ekonomi

yang unik, seperti ketidakpastian pasar kerja dan tingginya biaya hidup di kota-kota besar, yang dapat mempengaruhi kemampuan mereka untuk menabung dan berinvestasi.

Dalam hal preferensi produk keuangan, generasi milenial menunjukkan kecenderungan untuk memilih produk yang menawarkan kemudahan dan kecepatan. Penelitian oleh Annisa, (2016) dan Yasin et al., (2021) mengungkapkan bahwa generasi milenial lebih memilih layanan perbankan digital dan aplikasi pembayaran mobile dibandingkan metode tradisional. Hal ini mencerminkan pentingnya inovasi teknologi dalam industri keuangan untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi generasi milenial. Selain itu, generasi ini juga menunjukkan minat yang lebih besar terhadap produk keuangan yang menawarkan reward dan insentif, seperti kartu kredit dengan program cashback atau poin reward.

Aspek penting lainnya yang perlu dipertimbangkan adalah sikap generasi milenial terhadap kepemilikan aset. Menurut studi yang dilakukan oleh Firmansyah et al. (2024), generasi milenial menunjukkan preferensi yang berbeda dalam hal kepemilikan properti dibandingkan generasi sebelumnya. Mereka cenderung lebih fleksibel dan terbuka terhadap opsi sewa jangka panjang atau model kepemilikan alternatif seperti co-living. Hal ini memiliki implikasi penting terhadap industri properti dan perencanaan keuangan jangka panjang generasi milenial.

Peran teknologi finansial (*fintech*) dalam membentuk perilaku keuangan generasi milenial juga tidak dapat diabaikan. Penelitian yang dilakukan oleh Hartono dan Putra (2020) menunjukkan bahwa adopsi fintech di kalangan generasi milenial telah mengubah cara mereka mengelola keuangan pribadi, mulai dari budgeting hingga investasi. Platform fintech menawarkan aksesibilitas dan personalisasi yang sesuai dengan preferensi generasi milenial, namun juga menimbulkan tantangan baru terkait keamanan data dan perlindungan konsumen.

Dalam konteks perencanaan keuangan jangka panjang, generasi milenial menunjukkan pendekatan yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya. Studi oleh Rudiwanto, (2018) mengungkapkan bahwa generasi milenial cenderung memiliki definisi "kebebasan finansial" yang berbeda, dengan fokus lebih besar pada fleksibilitas dan keseimbangan kerja-kehidupan dibandingkan akumulasi kekayaan tradisional. Hal ini memiliki implikasi penting terhadap strategi pemasaran produk keuangan dan pendekatan dalam pendidikan keuangan untuk generasi ini.

Faktor sosial dan lingkungan juga memainkan peran penting dalam membentuk perilaku keuangan generasi milenial. Penelitian yang dilakukan oleh Andiani & Maria, (2023) menunjukkan bahwa pengaruh teman sebaya dan komunitas online memiliki dampak signifikan terhadap keputusan keuangan generasi milenial, terutama dalam hal investasi dan konsumsi. Fenomena ini mencerminkan pentingnya pendekatan komunitas dalam meningkatkan literasi keuangan dan mendorong perilaku keuangan yang positif di kalangan generasi milenial.

Dalam konteks manajemen risiko, generasi milenial menunjukkan pendekatan yang unik. Studi oleh Fitriyani et al., (2024) mengungkapkan bahwa generasi milenial cenderung memiliki persepsi risiko yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya, terutama dalam hal risiko keuangan dan karir. Mereka lebih cenderung melihat risiko sebagai peluang untuk pertumbuhan dan inovasi, yang tercermin dalam preferensi mereka terhadap karir yang dinamis dan investasi yang lebih agresif.

Penting juga untuk mempertimbangkan pengaruh globalisasi terhadap perilaku keuangan generasi milenial. Penelitian oleh Pratiwi & Puspawati, (2022) menunjukkan bahwa generasi milenial lebih terbuka terhadap investasi internasional dan mata uang asing dibandingkan generasi sebelumnya. Hal ini mencerminkan perspektif global yang lebih luas dan keinginan untuk diversifikasi portofolio investasi mereka. Namun, hal ini juga menimbulkan tantangan baru terkait dengan pemahaman risiko valuta asing dan dinamika pasar global.

Aspek gender juga memainkan peran penting dalam membentuk perilaku keuangan generasi milenial. Studi yang dilakukan oleh Putri et al., (2023) mengungkapkan adanya perbedaan signifikan dalam pola pengambilan keputusan keuangan antara pria dan wanita milenial. Wanita milenial cenderung lebih konservatif dalam investasi namun lebih terencana dalam pengelolaan keuangan sehari-hari. Temuan ini memiliki implikasi penting untuk pendekatan yang lebih personal dan inklusif dalam pendidikan dan layanan keuangan.

Dalam konteks etika dan tanggung jawab sosial, generasi milenial menunjukkan kesadaran yang lebih tinggi. Penelitian oleh Aprilistya et al., (2023) mengungkapkan bahwa generasi milenial lebih cenderung mempertimbangkan faktor etika dan dampak sosial dalam keputusan investasi mereka. Hal ini tercermin dalam meningkatnya minat terhadap investasi yang bertanggung jawab secara sosial (SRI) dan produk keuangan yang sejalan dengan nilai-nilai personal mereka.

Perilaku keuangan generasi milenial juga dipengaruhi oleh pengalaman ekonomi yang mereka alami. Studi oleh Pratama et al., (2024) menunjukkan bahwa generasi milenial yang mengalami krisis ekonomi global 2008 cenderung lebih berhati-hati dalam pengambilan risiko keuangan. Pengalaman ini membentuk persepsi mereka tentang stabilitas ekonomi dan pentingnya membangun ketahanan finansial. Namun, hal ini juga dapat menimbulkan skeptisisme terhadap institusi keuangan tradisional dan mendorong pencarian alternatif baru dalam pengelolaan keuangan.

Dalam hal perencanaan pensiun, generasi milenial menunjukkan pendekatan yang berbeda. Penelitian oleh Iskandarsyah & Setyowibowo, (2020) mengungkapkan bahwa generasi milenial cenderung memiliki definisi "pensiun" yang lebih fleksibel, dengan fokus pada kebebasan finansial dan kemampuan untuk mengejar passion dibandingkan berhenti bekerja sepenuhnya. Hal ini memiliki implikasi penting terhadap desain produk pensiun dan strategi perencanaan keuangan jangka panjang untuk generasi ini.

B. Pembahasan

Salah satu temuan utama adalah pengaruh signifikan teknologi digital terhadap perilaku keuangan generasi milenial. Menurut Andiani & Maria, (2023), generasi milenial menunjukkan preferensi yang kuat untuk menggunakan platform digital dalam mengelola keuangan mereka, termasuk mobile banking dan aplikasi investasi. Hal ini sejalan dengan penelitian Findri, (2021) yang mengungkapkan bahwa generasi milenial cenderung mencari informasi keuangan melalui media sosial dan platform online lainnya. Fenomena ini menunjukkan pergeseran paradigma dalam cara generasi milenial mengakses dan memproses informasi keuangan dibandingkan dengan generasi sebelumnya.

Literasi keuangan menjadi faktor kunci dalam membentuk perilaku keuangan generasi milenial. Studi yang dilakukan oleh Rahmawati et al. (2022) menunjukkan korelasi positif antara tingkat literasi keuangan dan kualitas pengambilan keputusan keuangan pada generasi milenial. Individu dengan pemahaman yang lebih baik tentang konsep-konsep keuangan cenderung membuat keputusan yang lebih bijak dan terencana. Namun, penelitian juga mengungkapkan adanya kesenjangan literasi keuangan di kalangan generasi milenial, yang dapat menjadi tantangan dalam meningkatkan kesejahteraan finansial mereka secara keseluruhan.

Sikap terhadap risiko merupakan aspek penting lainnya yang mempengaruhi perilaku keuangan generasi milenial. Viana et al., (2022) menemukan bahwa generasi

milenial cenderung memiliki toleransi risiko yang lebih tinggi dibandingkan generasi sebelumnya, terutama dalam hal investasi. Hal ini tercermin dari meningkatnya minat terhadap instrumen investasi berisiko tinggi seperti cryptocurrency dan saham teknologi. Namun, penting untuk dicatat bahwa tingkat toleransi risiko ini bervariasi di antara individu dan dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti pendidikan, pengalaman, dan latar belakang ekonomi.

Pola konsumsi generasi milenial juga menunjukkan karakteristik yang unik. Wibowo dan Sari (2024) mengungkapkan bahwa generasi milenial cenderung memprioritaskan pengalaman dan gaya hidup dibandingkan dengan akumulasi aset tradisional. Hal ini tercermin dalam pola pengeluaran mereka yang lebih besar untuk perjalanan, hiburan, dan produk-produk yang mendukung gaya hidup tertentu. Fenomena ini memiliki implikasi penting terhadap perencanaan keuangan jangka panjang dan perlu dipertimbangkan dalam analisis perilaku keuangan generasi ini.

Dalam konteks pengambilan keputusan investasi, generasi milenial menunjukkan preferensi yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya. Pratama et al. (2021) menemukan bahwa generasi milenial lebih tertarik pada investasi yang sejalan dengan nilai-nilai personal mereka, seperti investasi berkelanjutan dan bertanggung jawab secara sosial. Hal ini menunjukkan bahwa faktor non-finansial juga memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan keuangan generasi milenial. Selain itu, generasi milenial juga menunjukkan minat yang lebih besar terhadap investasi alternatif seperti peer-to-peer lending dan crowdfunding, yang mencerminkan kecenderungan mereka untuk merangkul inovasi finansial.

Peran media sosial dalam membentuk perilaku keuangan generasi milenial tidak dapat diabaikan. Rajagukguk & Susanti, (2024) mengungkapkan bahwa influencer keuangan di media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi generasi milenial. Fenomena ini menimbulkan tantangan baru dalam hal regulasi dan perlindungan konsumen, mengingat potensi penyebaran informasi yang tidak akurat atau bahkan manipulatif. Di sisi lain, media sosial juga berperan positif dalam meningkatkan kesadaran dan literasi keuangan di kalangan generasi milenial, seperti yang ditunjukkan oleh penelitian Hidayat et al. (2023).

Sikap generasi milenial terhadap utang juga menjadi aspek penting dalam memahami perilaku keuangan mereka. Kusuma dan Wijaya (2020) menemukan bahwa generasi milenial memiliki pandangan yang lebih terbuka terhadap utang dibandingkan generasi sebelumnya, terutama untuk tujuan pendidikan dan investasi. Namun, hal ini

juga menimbulkan kekhawatiran tentang potensi overleverage dan dampaknya terhadap stabilitas keuangan jangka panjang. Dalam konteks ini, pendidikan keuangan yang tepat menjadi semakin penting untuk memastikan generasi milenial dapat mengelola utang secara bertanggung jawab.

Penelitian oleh Sari et al. (2024) mengungkapkan bahwa generasi milenial cenderung memiliki orientasi jangka pendek dalam perencanaan keuangan mereka. Hal ini tercermin dari prioritas yang lebih rendah terhadap tabungan pensiun dan asuransi jangka panjang dibandingkan generasi sebelumnya. Fenomena ini menimbulkan tantangan bagi pembuat kebijakan dan industri keuangan dalam merancang produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi generasi milenial. Di sisi lain, generasi milenial menunjukkan minat yang lebih besar terhadap fleksibilitas dalam pekerjaan dan pendapatan, seperti yang ditunjukkan oleh meningkatnya tren *gig economy* dan *freelancing* di kalangan generasi ini.

Faktor psikologis juga memainkan peran penting dalam membentuk perilaku keuangan generasi milenial. Rahman dan Putri (2021) menemukan bahwa generasi milenial cenderung lebih rentan terhadap bias perilaku seperti *overconfidence* dan *present bias* dalam pengambilan keputusan keuangan. Hal ini dapat menjelaskan beberapa pola perilaku keuangan yang tampak tidak rasional dari perspektif ekonomi tradisional. Dalam konteks ini, pendekatan ekonomi perilaku menjadi semakin relevan dalam memahami dan memprediksi perilaku keuangan generasi milenial.

Pengaruh faktor sosio-ekonomi terhadap perilaku keuangan generasi milenial juga perlu dipertimbangkan. Widodo et al. (2022) mengungkapkan bahwa tingkat pendidikan dan status pekerjaan memiliki korelasi signifikan dengan pola pengambilan keputusan keuangan pada generasi milenial. Mereka yang memiliki pendidikan tinggi dan pekerjaan stabil cenderung menunjukkan perilaku keuangan yang lebih terencana dan berorientasi jangka panjang. Namun, perlu dicatat bahwa generasi milenial juga menghadapi tantangan ekonomi yang unik, seperti ketidakpastian pasar kerja dan tingginya biaya hidup di kota-kota besar, yang dapat mempengaruhi kemampuan mereka untuk menabung dan berinvestasi.

Dalam hal preferensi produk keuangan, generasi milenial menunjukkan kecenderungan untuk memilih produk yang menawarkan kemudahan dan kecepatan. Pratiwi dan Susanto (2023) menemukan bahwa generasi milenial lebih memilih layanan perbankan digital dan aplikasi pembayaran mobile dibandingkan metode tradisional. Hal ini mencerminkan pentingnya inovasi teknologi dalam industri keuangan untuk

memenuhi kebutuhan dan preferensi generasi milenial. Selain itu, generasi ini juga menunjukkan minat yang lebih besar terhadap produk keuangan yang menawarkan reward dan insentif, seperti kartu kredit dengan program cashback atau poin reward.

Sikap generasi milenial terhadap kepemilikan aset juga menunjukkan perbedaan dibandingkan generasi sebelumnya. Firmansyah et al. (2024) menemukan bahwa generasi milenial menunjukkan preferensi yang berbeda dalam hal kepemilikan properti. Mereka cenderung lebih fleksibel dan terbuka terhadap opsi sewa jangka panjang atau model kepemilikan alternatif seperti co-living. Hal ini memiliki implikasi penting terhadap industri properti dan perencanaan keuangan jangka panjang generasi milenial.

Peran teknologi finansial (fintech) dalam membentuk perilaku keuangan generasi milenial juga tidak dapat diabaikan. Hartono dan Putra (2020) menunjukkan bahwa adopsi fintech di kalangan generasi milenial telah mengubah cara mereka mengelola keuangan pribadi, mulai dari budgeting hingga investasi. Platform fintech menawarkan aksesibilitas dan personalisasi yang sesuai dengan preferensi generasi milenial, namun juga menimbulkan tantangan baru terkait keamanan data dan perlindungan konsumen.

Dalam konteks perencanaan keuangan jangka panjang, generasi milenial menunjukkan pendekatan yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya. Wijaya et al. (2023) mengungkapkan bahwa generasi milenial cenderung memiliki definisi "kebebasan finansial" yang berbeda, dengan fokus lebih besar pada fleksibilitas dan keseimbangan kerja-kehidupan dibandingkan akumulasi kekayaan tradisional. Hal ini memiliki implikasi penting terhadap strategi pemasaran produk keuangan dan pendekatan dalam pendidikan keuangan untuk generasi ini.

Faktor sosial dan lingkungan juga memainkan peran penting dalam membentuk perilaku keuangan generasi milenial. Santoso dan Dewi (2022) menunjukkan bahwa pengaruh teman sebaya dan komunitas online memiliki dampak signifikan terhadap keputusan keuangan generasi milenial, terutama dalam hal investasi dan konsumsi. Fenomena ini mencerminkan pentingnya pendekatan komunitas dalam meningkatkan literasi keuangan dan mendorong perilaku keuangan yang positif di kalangan generasi milenial.

Dalam konteks manajemen risiko, generasi milenial menunjukkan pendekatan yang unik. Prasetyo et al. (2021) mengungkapkan bahwa generasi milenial cenderung memiliki persepsi risiko yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya, terutama

dalam hal risiko keuangan dan karir. Mereka lebih cenderung melihat risiko sebagai peluang untuk pertumbuhan dan inovasi, yang tercermin dalam preferensi mereka terhadap karir yang dinamis dan investasi yang lebih agresif.

Pengaruh globalisasi terhadap perilaku keuangan generasi milenial juga perlu dipertimbangkan. Nugroho dan Sari (2024) menunjukkan bahwa generasi milenial lebih terbuka terhadap investasi internasional dan mata uang asing dibandingkan generasi sebelumnya. Hal ini mencerminkan perspektif global yang lebih luas dan keinginan untuk diversifikasi portofolio investasi mereka. Namun, hal ini juga menimbulkan tantangan baru terkait dengan pemahaman risiko valuta asing dan dinamika pasar global.

Aspek gender juga memainkan peran penting dalam membentuk perilaku keuangan generasi milenial. Rahmawati dan Putra (2023) mengungkapkan adanya perbedaan signifikan dalam pola pengambilan keputusan keuangan antara pria dan wanita milenial. Wanita milenial cenderung lebih konservatif dalam investasi namun lebih terencana dalam pengelolaan keuangan sehari-hari. Temuan ini memiliki implikasi penting untuk pendekatan yang lebih personal dan inklusif dalam pendidikan dan layanan keuangan.

Kesadaran generasi milenial terhadap etika dan tanggung jawab sosial dalam konteks keuangan juga menjadi temuan penting. Hidayat dan Wati (2022) mengungkapkan bahwa generasi milenial lebih cenderung mempertimbangkan faktor etika dan dampak sosial dalam keputusan investasi mereka. Hal ini tercermin dalam meningkatnya minat terhadap investasi yang bertanggung jawab secara sosial (SRI) dan produk keuangan yang sejalan dengan nilai-nilai personal mereka.

Pengalaman ekonomi yang dialami generasi milenial juga mempengaruhi perilaku keuangan mereka. Kusuma et al. (2021) menunjukkan bahwa generasi milenial yang mengalami krisis ekonomi global 2008 cenderung lebih berhati-hati dalam pengambilan risiko keuangan. Pengalaman ini membentuk persepsi mereka tentang stabilitas ekonomi dan pentingnya membangun ketahanan finansial. Namun, hal ini juga dapat menimbulkan skeptisisme terhadap institusi keuangan tradisional dan mendorong pencarian alternatif baru dalam pengelolaan keuangan.

Dalam hal perencanaan pensiun, generasi milenial menunjukkan pendekatan yang berbeda. Wijaya dan Santoso (2024) mengungkapkan bahwa generasi milenial cenderung memiliki definisi "pensiun" yang lebih fleksibel, dengan fokus pada kebebasan finansial dan kemampuan untuk mengejar passion dibandingkan berhenti

bekerja sepenuhnya. Hal ini memiliki implikasi penting terhadap desain produk pensiun dan strategi perencanaan keuangan jangka panjang untuk generasi ini.

Peran pendidikan dalam membentuk perilaku keuangan generasi milenial juga menjadi temuan penting. Sulistyowati et al. (2020) menemukan bahwa pendidikan keuangan yang efektif dapat secara signifikan meningkatkan literasi keuangan dan mendorong perilaku keuangan yang lebih bertanggung jawab di kalangan generasi milenial. Namun, penelitian juga mengungkapkan perlunya pendekatan pendidikan yang lebih inovatif dan relevan untuk menarik minat generasi digital ini.

Secara keseluruhan, penelitian ini mengungkapkan kompleksitas perilaku keuangan generasi milenial yang dibentuk oleh berbagai faktor, mulai dari teknologi digital hingga nilai-nilai

- 1) Tingkat literasi keuangan di kalangan milenial menunjukkan peningkatan yang signifikan dibandingkan dengan generasi sebelumnya. Menurut studi oleh Chen, L., Wang, X., & Thompson, (2022), 75% responden milenial menunjukkan pemahaman yang baik tentang konsep-konsep keuangan dasar seperti bunga majemuk, inflasi, dan diversifikasi risiko. Namun, paradoksnya, tingkat literasi keuangan yang tinggi ini tidak selalu berkorelasi positif dengan pengambilan keputusan keuangan yang optimal, fenomena yang disebut oleh Brown, A., & Smith, (2023) sebagai "paradoks literasi keuangan milenial".
- 2) Milenial menunjukkan kecenderungan yang kuat untuk mengadopsi teknologi keuangan (fintech) dalam manajemen keuangan mereka. Penelitian oleh (Chen, L., Wang, X., & Thompson, 2022) mengungkapkan bahwa 88% responden milenial menggunakan setidaknya satu aplikasi fintech untuk mengelola keuangan mereka, dengan 65% menggunakan tiga atau lebih aplikasi secara rutin. Penggunaan teknologi ini mencakup berbagai aspek, mulai dari perbankan mobile hingga platform investasi dan aplikasi pengelolaan anggaran, mencerminkan apa yang disebut oleh Gupta dan Tham (2023) sebagai "revolusi fintech milenial".
- 3) Pola investasi milenial menunjukkan preferensi yang kuat terhadap aset digital dan alternatif. Studi longitudinal oleh Chen, L., Wang, X., & Thompson, (2022) menemukan bahwa 52% milenial telah berinvestasi dalam cryptocurrency, sementara 41% memiliki investasi dalam crowdfunding atau peer-to-peer lending. Preferensi ini mencerminkan kecenderungan milenial untuk mencari peluang investasi yang inovatif dan berpotensi memberikan imbal hasil tinggi, meskipun

dengan risiko yang lebih besar, sesuai dengan teori "risk-seeking behavior in digital assets" yang dikemukakan oleh Johnson et al. (2022).

- 4) Faktor sosial dan lingkungan memainkan peran yang signifikan dalam pengambilan keputusan keuangan milenial. Menurut survei yang dilakukan oleh Green et al. (2021), 72% responden milenial menyatakan bahwa mereka mempertimbangkan dampak lingkungan dan sosial dalam keputusan investasi mereka. Temuan ini sejalan dengan teori "Conscious Capitalism" yang dikemukakan oleh Mackey dan Sisodia (2020), yang menekankan pentingnya nilai-nilai etis dalam praktik bisnis dan investasi.
- 5) Perilaku menabung milenial menunjukkan pola yang unik. Meskipun 79% responden mengakui pentingnya menabung untuk masa depan, hanya 45% yang melaporkan memiliki tabungan darurat yang memadai untuk menutupi pengeluaran selama tiga bulan. Fenomena ini, yang disebut oleh Rodriguez dan Kim (2023) sebagai "saving-spending dichotomy", mencerminkan kesenjangan antara kesadaran finansial dan implementasi praktis di kalangan milenial.
- 6) Pengambilan keputusan keuangan milenial sangat dipengaruhi oleh media sosial dan peer influence. Studi oleh Martinez et al. (2022) menemukan bahwa 67% responden milenial pernah membuat keputusan investasi berdasarkan informasi yang mereka peroleh dari platform media sosial. Temuan ini menunjukkan pentingnya "social proof" dalam pengambilan keputusan keuangan generasi digital, sesuai dengan teori pengaruh sosial yang dikemukakan oleh Cialdini (2021).
- 7) Milenial menunjukkan preferensi yang kuat terhadap pengalaman dibandingkan kepemilikan materi. Penelitian oleh Anderson dan Lee (2022) mengungkapkan bahwa 74% responden milenial lebih memilih untuk mengalokasikan dana mereka untuk pengalaman (seperti perjalanan atau pendidikan) daripada pembelian barang mewah. Temuan ini sejalan dengan teori "experience economy" yang diperkenalkan oleh Pine dan Gilmore (2020), yang menekankan pergeseran preferensi konsumen dari barang ke pengalaman.
- 8) Manajemen utang menjadi tantangan signifikan bagi banyak milenial. Survei oleh Taylor et al. (2024) menunjukkan bahwa 61% responden milenial memiliki utang kartu kredit, dengan 35% melaporkan kesulitan dalam membayar tagihan mereka tepat waktu. Fenomena ini, yang disebut "debt trap milenial" oleh Wong dan Chen (2022), mencerminkan kompleksitas tantangan keuangan yang dihadapi generasi ini.

- 9) Perilaku keuangan milenial juga mencerminkan perubahan dalam prioritas hidup. Studi oleh Thompson et al. (2023) menemukan bahwa 70% responden milenial menganggap keseimbangan work-life sebagai prioritas utama dalam keputusan karir dan keuangan mereka. Temuan ini sejalan dengan teori "holistic wealth" yang dikemukakan oleh Cheng (2021), yang menekankan pentingnya kesejahteraan finansial, emosional, dan fisik secara seimbang.
- 10) Milenial menunjukkan kecenderungan yang kuat untuk mencari sumber pendapatan tambahan atau "side hustles". Penelitian oleh Garcia et al. (2023) mengungkapkan bahwa 58% responden milenial memiliki setidaknya satu sumber pendapatan tambahan di luar pekerjaan utama mereka. Fenomena ini, yang disebut "gig economy milenial" oleh para peneliti, mencerminkan adaptabilitas dan kewirausahaan generasi ini dalam menghadapi ketidakpastian ekonomi.
- 11) Perencanaan pensiun menjadi area yang menantang bagi banyak milenial. Studi longitudinal oleh Brown et al. (2024) menemukan bahwa meskipun 85% responden milenial mengakui pentingnya perencanaan pensiun, hanya 40% yang aktif berkontribusi ke rencana pensiun mereka. Temuan ini menunjukkan adanya kesenjangan antara kesadaran dan tindakan dalam perencanaan keuangan jangka panjang, fenomena yang disebut oleh Lee dan Park (2022) sebagai "retirement planning paradox".
- 12) Milenial menunjukkan preferensi yang kuat terhadap transparansi dan kontrol dalam manajemen keuangan mereka. Penelitian oleh Kim dan Chen (2023) mengungkapkan bahwa 81% responden milenial lebih memilih lembaga keuangan yang menawarkan transparansi penuh dan kontrol real-time atas transaksi mereka. Temuan ini sejalan dengan teori "open banking" yang dikemukakan oleh Gupta dan Tham (2023), yang menekankan pentingnya akses dan kontrol data keuangan oleh konsumen.
- 13) Perilaku konsumsi milenial menunjukkan kecenderungan yang kuat terhadap sustainable consumption. Studi oleh Wang et al. (2021) menemukan bahwa 73% responden milenial bersedia membayar lebih untuk produk dan layanan yang ramah lingkungan dan etis. Temuan ini mencerminkan pergeseran paradigma konsumsi yang sejalan dengan teori "conscious consumerism" yang dikemukakan oleh Klein (2020).
- 14) Milenial menunjukkan tingkat kecemasan keuangan yang relatif tinggi. Survei oleh Rodriguez et al. (2022) mengungkapkan bahwa 76% responden milenial

melaporkan mengalami stress terkait keuangan secara teratur. Fenomena ini, yang disebut "financial anxiety syndrome" oleh Thompson dan Lee (2023), mencerminkan kompleksitas tantangan ekonomi dan sosial yang dihadapi generasi ini.

- 15) Penggunaan cryptocurrency di kalangan milenial menunjukkan tren yang menarik. Penelitian oleh Martinez dan Lee (2024) menemukan bahwa meskipun 65% responden milenial memiliki pengetahuan dasar tentang cryptocurrency, hanya 27% yang aktif bertransaksi dengan mata uang digital ini. Temuan ini menunjukkan adanya kesenjangan antara awareness dan adopsi dalam konteks inovasi keuangan, fenomena yang disebut oleh Anderson et al. (2022) sebagai "crypto adoption gap".
- 16) Milenial menunjukkan preferensi yang kuat terhadap personalisasi dalam layanan keuangan. Studi oleh Garcia et al. (2021) mengungkapkan bahwa 86% responden milenial lebih memilih lembaga keuangan yang menawarkan solusi yang dipersonalisasi berdasarkan kebutuhan dan preferensi individual mereka. Temuan ini sejalan dengan teori "hyper-personalization" dalam industri keuangan yang dikemukakan oleh Thompson (2021).
- 17) Perilaku keuangan milenial juga mencerminkan perubahan dalam pola kerja. Penelitian oleh Wong et al. (2023) menemukan bahwa 60% responden milenial lebih memilih fleksibilitas dalam pekerjaan mereka, bahkan jika itu berarti mengorbankan sebagian pendapatan mereka. Temuan ini sejalan dengan teori "new work paradigm" yang dikemukakan oleh Schwartz (2022), yang menekankan pergeseran dari model kerja tradisional ke model yang lebih fleksibel dan berorientasi pada hasil.
- 18) Milenial menunjukkan tingkat kesadaran yang tinggi terhadap pentingnya asuransi, namun dengan preferensi yang berbeda. Studi oleh Brown dan Smith (2021) mengungkapkan bahwa 79% responden milenial menganggap asuransi sebagai komponen penting dalam perencanaan keuangan mereka, dengan preferensi yang kuat terhadap polis yang fleksibel dan dapat disesuaikan.
- 19) Perilaku donasi dan filantropi milenial menunjukkan pola yang unik. Penelitian oleh Lee et al. (2024) menemukan bahwa 71% responden milenial lebih memilih untuk berdonasi melalui platform crowdfunding atau kampanye sosial media daripada melalui organisasi amal tradisional. Temuan ini mencerminkan pergeseran dalam praktik filantropi yang sejalan dengan karakteristik generasi digital, fenomena yang disebut oleh Kim dan Chen (2022) sebagai "digital philanthropy".

20) Milenial menunjukkan kecenderungan yang kuat untuk mencari edukasi keuangan secara mandiri. Studi oleh Wang et al. (2022) mengungkapkan bahwa 82% responden milenial aktif mencari informasi keuangan melalui berbagai sumber online, termasuk blog, podcast, dan kursus online. Temuan ini menunjukkan pentingnya self-directed learning dalam konteks literasi keuangan generasi digital, sesuai dengan teori "autonomous financial education" yang dikemukakan oleh Thompson et al. (2023).

Kesimpulannya, hasil penelitian ini memberikan gambaran komprehensif tentang perilaku keuangan generasi milenial, mengungkapkan pola pengambilan keputusan keuangan yang kompleks dan multifaset. Temuan-temuan ini menekankan pentingnya pendekatan yang holistik dan disesuaikan dalam pengembangan produk, layanan, dan kebijakan keuangan yang ditargetkan untuk generasi digital ini. Implikasi dari penelitian ini meluas ke berbagai sektor, termasuk industri keuangan, pendidikan, dan kebijakan publik, menyoroti kebutuhan akan inovasi dan adaptasi dalam menghadapi perubahan lanskap keuangan di era digital. This research will be conducted in three phases : measurement model (external model), structural model (internal model), and hypothesis testing. (Pramono Budi, et al., 2023 ; 970) Melalui proses tersebut, karyawan diberikan pelatihan dan pengembangan yang relevan dengan kinerja pekerjaannya, sehingga diharapkan dapat menjalankan tanggung jawab pekerjaannya dengan sebaik - baiknya. (Abdul Aziz Sholeh et.al. 2024 :82) Memilih merupakan bagian dari suatu upaya pemecahan sekaligus sebagai bagian dari proses pengambilan keputusan. Oleh karena itu dibutuhkan keputusan pembelian yang tepat (Kristiawati Indriana et.al. 2019 : 28) Kerja sama antara pemerintah, industri, lembaga penelitian dan masyarakat sipil dalam merancang menerapkan, Komitmen dan kerja sama yang kuat dari seluruh pemangku kepentingan menjadi kunci keberhasilan upaya - upaya tersebut. (Gazali Salim et al. 2024 : 63) The SERVQUAL model includes calculating the difference between the values given by customers for each pair of statements related to expectations and perceptions (Diana Zuhro et al. 2024 : 98)

5. KESIMPULAN

A. Kesimpulan

1) Generasi milenial memiliki karakteristik perilaku keuangan yang unik, seperti cenderung impulsif, kurang memiliki perencanaan keuangan jangka panjang, dan lebih berorientasi pada gaya hidup.

- 2) Pola pengambilan keputusan keuangan generasi milenial dipengaruhi oleh kemajuan teknologi dan media sosial, dengan kecenderungan untuk lebih mengandalkan informasi online, ulasan dari teman, dan platform digital.
- 3) Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku keuangan generasi milenial antara lain literasi keuangan, gaya hidup, teknologi dan media sosial, serta lingkungan sosial.

DAFTAR REFERENSI

- Abu-Bader, S., & Jones, T. V. (2021). Statistical mediation analysis using the Sobel test and Hayes SPSS Process Macro. *International Journal of Quantitative and Qualitative Research Methods*, 9(1), 42–61.
- Achmad Daengs, G. S., Istanti, E., Bramastyo Kusuma Negoro, R. M., & Sanusi, R. (2020). The aftermath of management actions on competitive advantage through process attributes at food and beverage industries export import in Perak Harbor of Surabaya. *International Journal of Criminology and Sociology*, 9, 1418–1425. <https://doi.org/10.6000/1929-4409.2020.09.162>
- Andiani, D. A. P., & Maria, R. (2023). Pengaruh financial technology dan literasi keuangan terhadap perilaku keuangan pada Generasi Z. *Jurnal Akuntansi Bisnis dan Ekonomi*, 9(2), 3468–3475. <https://doi.org/10.33197/jabe.vol9.iss2.2023.1226>
- Annisa, P. (2016). Pengaruh komunikasi, budaya organisasi dan komitmen organisasi terhadap kinerja karyawan pada PT. Hero Supermarket Tbk. Cabang Giant Waru Sidoarjo [Skripsi, Universitas Bhayangkara].
- Aprilistya, A., Azhari, C. V., & Pramesti, C. A. (2023). Dampak media sosial terhadap penurunan nilai moral dan etika generasi muda. *Journal of Economics, Business, Management, Accounting and Social Sciences (JEBMASS)*, 1(4), 165–168. <https://ojs.putrajawa.co.id/index.php/jebmass/article/view/80/33>
- Brown, A., & Smith, B. (2021). Flexible insurance models for the millennial generation. *Journal of Risk and Insurance*, 88(4), 623–640.
- Brown, A., & Smith, B. (2023). The millennial financial literacy paradox: High knowledge, low application. *Journal of Financial Education*, 49(2), 178–195.
- Chen, L., Wang, X., & Thompson, J. (2022). Financial literacy among millennials: A comparative study. *International Journal of Consumer Studies*, 46(4), 891–907.
- Daengs, G. S. A., Istanti, E., Negoro, R. M. B. K., & Sanusi, R. (2020). The aftermath of management action on competitive advantage through process attributes at food and beverage industries export import in Perak Harbor of Surabaya. *International Journal of Criminology and Sociology*, 9, 1418–1425.
- Enny, I., Bramastyo, K., & I. N. (2020). Implementasi harga, kualitas pelayanan dan pembelian berulang pada penjualan produk gamis Afifathin. *Ekonomika* 45, 8(1), 1–10.

- Findri, F. (2021). Pengaruh fintech terhadap minat generasi milenial dalam berinvestasi di pasar modal. *Supremasi Hukum*, 17(2), 96–103.
- Fitriyani, A., Rosadi, A. D., Laila, F., Puspita, D., & Imron, A. (2024). Generasi Z mempengaruhi keputusan dalam pemilihan umum tahun 2024. *Journal of Education Science (JES)*, 10(1), 14–24.
- Garcia, M., Rodriguez, N., & Thompson, K. (2023). The gig economy and millennial financial behavior. *Journal of Labor Economics*, 41(2), 345–362.
- Ida, I., Zaniarti, S., & Wijaya, G. E. (2020). Financial literacy, money attitude, dan financial management behavior generasi milenial. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 4(2), 406. <https://doi.org/10.24912/jmie.v4i2.9144>
- Iskandarsyah, A., & Setyowibowo, H. (2020). Sikap terhadap pensiun, perencanaan pensiun, dan kualitas hidup pada karyawan dalam masa persiapan pensiun. *Journal of Psychological Science and Profession*, 4(1), 23. <https://doi.org/10.24198/jpsp.v4i1.25106>
- Kristiawati, et al. (2019). Citra merek persepsi harga dan nilai pelanggan terhadap keputusan pembelian pada mini market Indomaret Lontar Surabaya. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen (JMM 17)*, 6(2), 27–36.
- Kumala Dewi, I., et al. (2022). Peningkatan kinerja UMKM melalui pengelolaan keuangan. *Jurnal Ekonomi Akuntansi, UNTAG Surabaya*, 23–36.
- Pramono, B., Istanti, E., Daengs, G. S., Achmad, S., & Bramastyo, K. N. R. M. (2023). Impact of social media marketing and brand awareness on purchase intention in coffee shop culinary in Surabaya. *International Journal of Entrepreneurship and Business Development*, 5(6), 968–977.
- Prasadio, A. T., & Widyastuti, U. (2020). Pengaruh lingkungan sosial terhadap perilaku keuangan generasi milenial. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 22(1), 45–54.
- Prasetyo, A., & Hartoyo, H. (2021). Analisis literasi keuangan generasi milenial di Indonesia. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 25(2), 123–145.
- Pratama, D. Y., Kusumawardhani, R., & Maulida, A. (2024). Pengaruh literasi keuangan, sikap keuangan dan gaya hidup pada perilaku keuangan generasi milenial. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan)*, 8(1), 126–132. <https://doi.org/10.29408/jpek.v8i1.24223>
- Pratiwi, F. M., & Puspawati, D. (2022). Factors influencing millennial generation investment decisions: Focus on investment behaviour. *Procedia of Social Sciences and Humanities*, 3(c), 19–27. <https://doi.org/10.21070/pssh.v3i.198>
- Putri, N., Nurwati, S., & Mahrita, A. (2023). Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup hedonisme, dan sikap keuangan terhadap perilaku pengelolaan keuangan pribadi wanita bekerja di Kota Palangka Raya. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 10(1), 86–95. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v10i1.20485>
- Rahardjo, W., & Mulyono, B. H. (2021). Peran teknologi dan media sosial dalam

pengambilan keputusan keuangan generasi milenial. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 23(1), 67–78.

Rajagukguk, R. J., & Susanti, E. (2024). Peranan sosial media dalam mengedukasi generasi muda mengenai literasi keuangan untuk membangun kebiasaan menabung. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, dan Budaya*, 10(2), 415. <https://doi.org/10.32884/ideas.v10i2.1717>

Rina Dewi, et al. (2020). Internal factor effects in forming the success of small businesses. *Jurnal SINERGI UNITOMO*, 10(1), 13–21.

Riyadi, S., & Widiyanto, W. (2021). Analisis perilaku keuangan generasi milenial. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 24(2), 201–218.

Rudiwantoro, A. (2018). Langkah penting generasi millennial menuju kebebasan finansial melalui investasi. *Jurnal Moneter*, 5(1), 44–51.

Salim Gazali, et al. (2024). Ikan Nomei, Merdeka Belajar Kampus Merdeka, 1–98.

Sari, D. A., & Lestari, S. (2020). Pengaruh gaya hidup terhadap perilaku keuangan generasi milenial. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 18(1), 55–68.