

Pelatihan Literasi Keuangan Digital pada Generasi Z di Prix Municipality School Thailand

Intan Puspitasari^{1*}, Endah Pri Ariningsih², Esti Margiyanti Utami³, Ridwan Baraba⁴, Murry Harmawan Saputra⁵, Budiyanto⁶

^{1,2,3,4,5,6} Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purworejo

Email: intanps@umpwr.ac.id, endah@umpwr.ac.id, estiutami@umpwr.ac.id, barabaridwan@umpwr.ac.id, murryhs@umpwr.ac.id, budiyanto@umpwr.ac.id,

Diterima: April 2025 | Dipublikasikan: Agustus 2025

Abstrak

Kegiatan ini dilatarbelakangi oleh karakteristik Generasi Z yang sensitive terhadap teknologi digital dan memiliki kemampuan dan keterampilan dalam mengakses teknologi akan lebih familiar terhadap aktifitas-aktifitas yang ada di marketplace. Hal ini menimbulkan permasalahan bahwa Gen Z cenderung melakukan over spending atau berbelanja secara berlebihan dengan adanya pay day loan atau pembayaran secara cicilan pada aplikasi digital financial. Oleh karena itu, tujuan pengabdian masyarakat ini adalah untuk memberikan pemahaman tentang pengelolaan keuangan (literasi keuangan) kepada generasi Z, agar dapat menggunakan digital financial yang ada secara bijaksana. Pengabdian Masyarakat internasional ini dilakukan pada Generasi Z di Prix Municipality School Thailand. Metode yang digunakan adalah dengan metode ceramah dan pelatihan melalui beberapa tahap pelaksanaan, yaitu pendahuluan, persiapan, pelaksanaan kegiatan dan pelaporan. Adapun hasil yang diperoleh adalah memberikan pelatihan pada Generasi Z, yaitu siswa sekolah menengah atas di Prix Municipality School di Thailand sebanyak 30 siswa. Pelatihan Literasi keuangan Digital pada generasi Z sangat bermanfaat bagi siswa-siswa Prix Municipality School, karena Sebagian besar siswa-siswa tidak familiar dengan financial teknologi. Adapun literasi keuangan yang perlu diterapkan pada generasi Z antra lain pengetahuan, sikap dan perilaku. Dengan Tingkat literasi yang baik, akan meningkatkan kesadaran dalam memanfaatkan produk-produk keuangan yang baik pula. Perilaku yang dilakukan generasi Z untuk memahami literasi keuangan meliputi adalah bagaimana melakukan penganggaran, perencanaan, dan pengelolaan keuangan.

Kata Kunci : Generasi Z, Literasi keuangan Digital,

Abstract

This activity is motivated by the characteristics of Generation Z who are sensitive to digital technology and have the ability and skills in accessing technology will be more familiar with activities in the marketplace. This raises the problem that Gen Z tends to overspend or shop excessively with pay day loans or installment payments on digital financial applications. Therefore, the purpose of this community service is to provide an understanding of financial management (financial literacy) to generation Z, so that they can use existing digital finance wisely. This international community service was carried out on Generation Z at Prix Municipality School Thailand. The method used is the lecture and training method through several stages of implementation, namely introduction, preparation, implementation of activities and reporting. The results obtained are providing training to Generation Z, namely high school students at Prix Municipality School in Thailand as many as 30 students. Digital Financial Literacy Training for Generation Z is very beneficial for Prix Municipality School students, because most students are not familiar with financial technology. The financial literacy that needs to be applied to generation Z includes knowledge, attitudes and behavior. With a good level of literacy, it will increase awareness in utilizing good financial products. The behavior carried out by generation Z to understand financial literacy includes how to budget, plan, and manage finances

Keywords: Generatin Z, Loterasi Teknologi Digital.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi yang pesat ini, menjadikan masyarakat terbiasa dengan aktifitas-aktifitas penggunaan teknologi dalam kehidupan sehari-hari. Misalnya aktifitas berbelanja. Sebelum adanya teknologi digital, masyarakat berbelanja secara offline di pasar tradisional, mini market maupun supermarket. Dengan berjalannya waktu yang diikuti perkembangan teknologi digital, aktifitas berbelanjapun sudah dapat dilakukan secara online. Menurut Hartanto, Yuwono, and Ananda (2021) perubahan perilaku berbelanja ini banyak terjadi pada generasi milenial. Selain itu perilaku berbelanja online lebih diminati oleh generasi milenial karena lebih efektif dan efisien (Jimly, Sebayang, & Mafruhah, 2020; Zed, Utami, Khomisah, Hidayat, & Rahman, 2024). Teknologi internet sudah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam aktifitas sehari-hari. Meskipun terdapat kemudahan dalam mengakses teknologi untuk berinteraksi, namun tidak dapat dipungkiri bahwa ketergantungan yang berlebihan dapat menyebabkan dampak negatif bagi kehidupan sosial manusia (Safitri, Handayani, & Herlambang, 2023).

Di beberapa platform belanja online marketplace sudah banyak menawarkan aneka macam produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Adapun platform belanja online marketplace yang paling sering di gunakan di Asia Tenggara antara lain Shopee, Tokopedia, Lazada, Bukalapak, Blibli. Generasi Z memiliki minat beli yang tinggi melalui platform berbasis e commerce pada beberapa aplikasi sebagai platform digital (Rosita & Utami, 2023).

Penelitian yang dilakukan oleh Koto (2023), menyebutkan bahwa perilaku belanja generasi Z dipengaruhi oleh budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Faktor budaya yang mempunyai pengaruh pada perilaku berbelanja berdasarkan indikator kualitas dan merek dari produk tersebut. Kemudian faktor sosial mempunyai pengaruh pada perilaku berbelanja melalui indikator tren dan rekomendasi dari lingkungan sekitar. Faktor pribadi dibentuk oleh indikator harga dan variasi. Sedangkan faktor psikologis dibentuk oleh indikator loyalitas dan promosi.

Literasi keuangan mencerminkan pengetahuan, keterampilan, sikap dan perilaku sebenarnya. Data literasi keuangan memberikan informasi mengenai kebutuhan keuangan atau kebijakan-kebijakan keuangan dan menunjukkan prioritas kebutuhan keuangan. Pemahaman dan pengetahuan keuangan digital ini dapat dilaksanakan berdasarkan perilaku atau kebiasaan-kebiasaan generasi Z. Menurut Helvira and Hariyanti (2022) untuk meningkatkan pengetahuan generasi Z mengenai financial technology dan literasi keuangan diperlukan edukasi khusus dan

peran praktisi dari lembaga keuangan untuk memberikan pengetahuan yang lebih lengkap berupa produk-produk maupun jenis dan juga manfaat dari financial technology dan literasi keuangan. Pengetahuan dan keterampilan dalam pengambilan keputusan keuangan, antara lain membuat anggaran, memilih produk keuangan, mengelola hutang dan menabung untuk masa depan.

Menurut Jennah (2022) literasi keuangan sebagaimana termasuk dalam Rekomendasi OECD tentang Literasi Keuangan tahun 2020, meliputi Kombinasi kesadaran keuangan, pengetahuan, keterampilan, sikap dan perilaku yang diperlukan untuk membuat keputusan keuangan yang sehat dan pada akhirnya mencapai kesuksesan. Perilaku yang dilakukan generasi Z untuk memahami literasi keuangan meliputi adalah bagaimana melakukan penganggaran, perencanaan, dan pengelolaan keuangan. Literasi keuangan menurut Huston (2010) sebagai kemampuan untuk menggunakan pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki guna membuat keputusan keuangan yang efektif.

Generasi Z sebagai generasi yang sensitive terhadap teknologi digital dan memiliki kemampuan dan keterampilan dalam mengakses teknologi akan lebih familiar terhadap aktifitas-aktifitas yang ada di marketplace. Menurut Pilcher (1994) generasi muda adalah sekelompok masyarakat yang berada dalam umur yang sama dan memiliki pengalaman sejarah yang sama dalam suatu periode waktu tertentu. Adapun generasi muda yang memiliki kemampuan dan ketrampilan dalam mengakses teknologi adalah generasi Z. Generasi Z adalah orang-orang yang dilahirkan pada tahun 1995 – 2010, dengan karakteristik fasih teknologi, berinteraksi dengan sosial media, ekspresif yang cenderung toleran dan multitasking. Generasi Z ini juga sangat konsumtif, terlebih lagi Ketika di marketplace menyediakan platform pay later. Menurut Panos and Wilson (2020) menemukan bahwa seseorang dengan tingkat literasi keuangan yang kurang baik cenderung untuk melakukan pembelian impulsive atau spontan dengan melakukan pembelian barang yang sebenarnya tidak diperlukan. Masyarakat cenderung juga melakukan over spending atau berbelanja secara berlebihan dengan adanya pay day loan atau pembayaran secara cicilan.

Ditambah lagi dengan adanya peer to peer lending yang memungkinkan seseorang untuk mendapatkan pinjaman dengan mudah dan cepat, yang dapat membuat masyarakat menjadi sangat konsumtif. Penelitian Damayanti and Gumilang (2023) menyebutkan bahwa literasi keuangan Generasi Z berada pada kategori less literate, hanya memiliki pengetahuan terbatas tentang lembaga keuangan, produk, dan jasa keuangan saja. Sebagian besar Generasi Z menggunakan aplikasi ini untuk memesan transportasi, memesan makanan, belanja online, dan membeli pulsa

dan kuota. Menurut Lusardi, de Bassa Scheresberg, and Avery (2018), generasi milenial memiliki tingkat literasi keuangan yang rendah, meskipun mereka harus mengambil banyak keputusan keuangan. Dalam penelitian Khan, Liew, and Lee (2023) dijelaskan bahwa generasi milenial menunjukkan tingkat Financial Technology Literation (FTL) yang sedang, mereka menunjukkan tingkat literasi yang lebih tinggi mengenai pinjaman P2P, namun lebih rendah dalam menggunakan aplikasi.

Tujuan dilaksanakannya pengabdian Masyarakat ini adalah memberikan pemahaman literasi keuangan kepada Generasi Z di Prix Municipality School Thailand agar dapat mengelola keuangan secara sehat atas berkembangnya aplikasi-aplikasi pada marketplace. Sehingga mereka dapat mengambil keputusan yang baik dari tawaran-tawaran yang ada pada marketplace tersebut berdasarkan literasi keuangan yang dimilikinya.

Metode Kegiatan

Pelaksanaan Kegiatan pengabdian Masyarakat terkait Literasi Keuangan ini dilaksanakan dengan metode pelatihan dan seminar. Fatoki berpendapat bahwa pelatihan berbasis praktik, seperti simulasi penggunaan aplikasi fintech, serta seminar yang dihadiri oleh praktisi keuangan, efektif untuk meningkatkan literasi keuangan generasi Z. Pemahaman mengenai jenis produk fintech dan manfaatnya membantu generasi ini untuk menjadi konsumen keuangan yang lebih bijak.

Kegiatan Pengabdian Masyarakat dilakukan di Prix Municipality Thailand dengan target peserta adalah Gen Z. Alasan pelaksanaan kegiatan ini adalah sebagai bentuk implementasi kegiatan antara Prix Municipality School Thailand yang sudah memiliki MOU dengan Universitas Muhammadiyah Purworejo.

Adapun pelaksanaan kegiatan ini dengan tahapan sebagai berikut:

1. Pendahuluan

Pendahuluan dilakukan sebagai tahap penyerahan proposal, atau menjalin kerja sama sebagai mitra pengabdian kepada masyarakat, dan koordinasi dengan tim dari mitra.

Proposal dibuat dan dipersiapkan oleh tim pengabdian masyarakat Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purworejo yang disahkan oleh LPPM. Mitra pengabdian

masyarakat ini adalah Prix Municipality School Thailand yang sudah memiliki MOU dengan Universitas Muhammadiyah Purworejo.

2. Persiapan

Dalam tahap ini berisi persiapan pelaksanaan kegiatan yang dilakukan dengan analisis kebutuhan, yaitu menggali informasi kebutuhan pelatihan, penetapan materi dan peserta pelatihan dan penyiapan materi.

Analisis kebutuhan dalam kegiatan dilakukan oleh salah satu tim pengabdian masyarakat.

Diperoleh hasil evaluasi di lokasi pengabdian yaitu:

- Prix Municipality School Thailand merupakan sekolah dengan Yayasan islam terdiri dari SD, SMP dan SMA
- Masing-masing tingkatan terdiri dari 2 kelas yang berjumlah 30 siswa per kelas
- Target sasaran pelatihan pengabdian masyarakat ini adalah siswa-siswa SMA yang masuk dalam ketegori generasi Z
- Materi yang tepat untuk peserta di lokasi kegiatan adalah terkait Literasi Keuangan Digital
- Mempersiapkan materi dan kebutuhan pendukung kegiatan

3. Pelaksanaan

Pelaksanaan Pelatihan, meliputi kegiatan Pelatihan yang berupa teori dan praktek, untuk mengukur keberhasilan pelatihan, dilakukan pengisian kuesioner sebelum dan sesudah pelatihan adapun tahapan pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut:

- Waktu Pelaksanaan ; Tanggal 5 – 6 Februari 2024
- Lokasi : Prix Municipality School Thailand
- Sebelum kegiatan pelatihan dimulai, tim Pengabdian Masyarakat mempersiapkan materi dan dibagikan kepada peserta pelatihan.
- Tim pengabdian masyarakat menyampaikan materi pelatihan kepada peserta dan dilanjutkan tanya jawab
- Setelah materi disampaikan, peserta kembali di minta untuk memberikan tanggapan atas materi yang disampaikan untuk mengukur pemahaman peserta atas materi tersebut.

4. Pelaporan

Pada tahap ini, kegiatan yang dilakukan adalah pelaporan hasil kegiatan dengan memberikan beberapa data atau dokumentasi kegiatan.

Adapun tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian Masyarakat internasional ini dapat digambarkan pada gambar berikut:



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat Internasional

Hasil Kegiatan

Kegiatan pengabdian Masyarakat internasional telah dilaksanakan dengan sukses dan lancar. Kegiatan ini Pelaksanaan Pelatihan, meliputi kegiatan Pelatihan yang berupa teori dan praktek. Pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut:

Waktu Pelaksanaan ; Tanggal 5 – 6 Februari 2024

Lokasi : Prix Municipality School

Tim pengabdian Masyarakat tiba di Prix Municipality School Thailand pada hari Senin, 5 Februari 2024. Kegiatan pelatihan dilakukan pada pukul 12.00 – 15.00 waktu setempat. Pelaksanaan kegiatan pelatihan di Prik Subdistrict Municipality disambut oleh Mayor Prix dan jajarannya dengan Vice Director Dr. Preecha Roengsamut beserta puluhan guru dan puluhan siswa. Para guru dan siswa sama-sama mengapresiasi materi yang disampaikan. dan juga mengulas materi keuangan digital yang relevan diterapkan oleh siswa milenial (Generasi Z) di sekolah tersebut.

Tabel 1

Tingkat Pemahaman Materi Literasi Keuangan

No	Materi Literasi Keuangan	Sebelum Kegiatan	Sesudah Kegiatan
1.	Karakteristik Gen Z:		
	a. Fluent in technology		√
	b. interacting with social media	√	√
	c. Expressive who tend to be tolerant		√
	d. Multitasking		√

No	Materi Literasi Keuangan	Sebelum Kegiatan	Sesudah Kegiatan
2.	Perbedaan Pasar tradisional dan Marketplace	√	√
3.	Variabel yang mempengaruhi perilaku berbelanja (cultural, social, personal, psychological)		√
4.	Literasi Keuangan:		
	a. Planning and Budgeting		√
	b. Financial Management (saving, investment, debt)		√
	c. Choose financial products		√

Sumber: hasil kegiatan PKM Internasional (2024)



Gambar 2. Sambutan Oleh Mayor Preecha Roengsamut



Gambar 3. Pembukaan acara oleh Mayor Preecha

Yang hadir dalam pelatihan Literasi Keuangan Generasi Z sebanyak 30 siswa. Pada kegiatan tersebut, para siswa antusias mengikuti pelatihan dengan didampingi para guru. Dalam beberapa sesi, para guru membantu menterjemahkan materi ke dalam Bahasa Thailand agar siswa benar-benar memahami materi yang disampaikan.



Gambar 4. Siswa-siswa Prix Municipality antusias mengikuti pelatihan



Gambar 5. Siswa-siswa Prix Municipality antusias mengikuti pelatihan



Gambar 6. Sambutan Oleh Mayor Prix Dr. Preecha Roengsamut



Gambar 7. Pemaparan Materi oleh Dr. Intan Puspitasari, S.E., M.Sc.

Pada akhir kegiatan dilakukan foto Bersama dengan Mayor Prix dan jajarannya beserta para guru, sekaligus pemberian kenang-kenangan dari kedua pihak.



Gambar 8. Pemberian kenang-kenangan



Gambar 9. Foto Bersama Para Guru



Gambar 10. Foto Brsama siswa dan guru

Setelah acara selesai, dilanjutkan dengan ramah tamah dan mengunjungi atau keliling lokasi sekolah dengan mengenalkan program-program sekolah dan fasilitas-fasilitas yang ada.



Gambar 11. Berkeliling ke lokasi sekolah

Kesimpulan

Berdasarkan hasil kegiatan yang telah disampaikan, dapat beberapa diambil kesimpulan bahwa Kegiatan Pengabdian Masyarakat berupa pelatihan Literasi keuangan Digital pada generasi Z sangat bermanfaat bagi siswa-siswa Prix Municipality School, karena Sebagian besar siswa-siswa tidak familiar dengan financial teknologi. Mereka lebih mengenal dan tau beberapa bentuk pembayaran digital yang ditawarkan pada marketplace. Adapun literasi keuangan yang perlu diterapkan pada generasi Z terkait dengan beberapa indikator, antara lain pengetahuan, sikap dan perilaku. Dengan Tingkat literasi yang baik, akan meningkatkan kesadaran dalam memanfaatkan produk-produk keuangan yang baik pula.

Langkah-langkah lanjutan yang dapat dilakukan oleh tim PKM antara lain membangun modul sederhana tentang *planning and budgeting*, dan melibatkan praktisi *fintech* mengajar (via Zoom atau tatap muka) dengan materi yang sesuai dengan budaya lokal. Bagi mitra komunitas dapat mengintegrasikan literasi keuangan dalam berbagai kegiatan Masyarakat sesuai dengan budaya local.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih dan apresiasi kami berikan kepada Universitas Muhammadiyah Purworejo Khususnya Unit Kerjasama dan Urusan Internasional (KUI) yang telah memberikan support baik financial maupun link kegiatan ini. Juga kami sampaikan terimakasih kepada Prix Municipality School yang telah memberikan kesempatan kepada tim pengabdian masyarakat FE UMPWR sehingga terlaksananya program pengabdian masyarakat internasional.

Daftar Pustaka

- Damayanti, W. A., & Gumilang, R. R. (2023). Peran Financial Technology Dalam Meningkatkan Literasi Keuangan Pada Generasi Z.
- Hartanto, I. S., Yuwono, A. R., & Ananda, R. (2021). Fenomena perilaku dan sikap belanja Offline dan Online Shopping pada Masyarakat Millennial di Jakarta. *Jurnal Seni Dan Reka Rancang: Jurnal Ilmiah Magister Desain*, 3(2), 173-188.
- Helvira, R., & Hariyanti, R. C. (2022). PENGARUH FINANCIAL LITERACY TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI GENERASI MILENIAL DI KOTA PONTIANAK Oleh. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2).
- Huston, S. J. (2010). Measuring financial literacy. *Journal of consumer affairs*, 44(2), 296-316.

- Jannah, H. (2022). OECD/INFE Toolkit for Measuring Financial Literacy and Financial Inclusion 2022.
- Jimly, M., Sebayang, A. F., & Mafruhat, A. (2020). Efektifitas Penjualan Online VS Offline Terhadap Pengembangan Usaha Studi Kasus Perusahaan Fashion Classiconesia.
- Khan, M. T. I., Liew, T. W., & Lee, X. Y. (2023). Fintech literacy among millennials: The roles of financial literacy and education. *Cogent Social Sciences*, 9(2), 2281046.
- Koto, M. (2023). Analysis of factors influencing digital financial literacy levels: a case study on gen Y and gen Z spending behavior. *International Journal Reglement & Society (IJRS)*, 4(2), 110-119.
- Lusardi, A., de Bassa Scheresberg, C., & Avery, M. (2018). Millennial mobile payment users: a look into their personal finances and financial behaviors. *GFLEC Insights Report* <https://gflec.org/wp-content/uploads/2018/04/GFLEC-Insight-Report-Millennial-Mobile-Payment-Users-Final.pdf>.
- Panos, G. A., & Wilson, J. O. (2020). Financial literacy and responsible finance in the FinTech era: capabilities and challenges. In (Vol. 26, pp. 297-301): Taylor & Francis.
- Pilcher, J. (1994). Mannheim's sociology of generations: an undervalued legacy. *British Journal of sociology*, 481-495.
- Rosita, R., & Utami, R. T. (2023). Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Gen Z Terhadap Keputusan Membeli Dalam Penggunaan Aplikasi Tik Tok. *Jurnal Lentera Bisnis*, 12(3), 869-883.
- Safitri, A. O., Handayani, P. A., & Herlambang, Y. T. (2023). Manusia dan Teknologi: Studi Filsafat tentang Peran Teknologi dalam Kehidupan Sosial. *Jurnal Pendidikan Sosial dan Humaniora*, 2(4), 13157-12171.
- Zed, E. Z., Utami, S. N., Khomisah, A. A., Hidayat, T., & Rahman, A. (2024). Efektivitas Penjualan Online Vs Offline Terhadap Pengembangan Usaha Study Kasus Pt Turmanerika Sukses Bersama. *YUME: Journal of Management*, 7(2), 1014-1019.