

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Kemajuan teknologi dan internet yang semakin pesat tentunya berdampak pada terjadinya digitalisasi masyarakat dan bagaimana internet menjadi bagian integral dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, digitalisasi semakin banyak digunakan dalam berbagai bidang, salah satunya bidang ekonomi. Penggunaan digitalisasi dalam sektor ekonomi modern mendorong pertumbuhan ekonomi baru yang dikenal sebagai ekonomi digital. Konsep ekonomi yang disebut ekonomi digital mengacu pada barang dan jasa yang dibuat dan diperdagangkan secara elektronik (Sianturi, 2017). Sebagai salah satu negara di Kawasan Asia Tenggara, Indonesia merupakan negara dengan ekonomi digital tertinggi di Asia Tenggara dan yang paling cepat berkembang dalam teknologi digital. Kemajuan ini mendorong perubahan dalam berbagai aspek kehidupan termasuk pergeseran dari sektor ekonomi yang sebelumnya beroperasi secara konvensional ke digital.

Pertumbuhan ekonomi digital menyebabkan banyak bisnis telah mengembangkan sistem pembayaran yang memungkinkan transaksi dilakukan melalui ponsel. Ini disebut *Fintech* (*financial technology*), atau teknologi finansial, dan merupakan industri layanan keuangan berbasis teknologi yang mengembangkan inovasi dan menyediakan layanan keuangan (Ginantra, et al., 2020). Sistem pembayaran digital telah muncul sebagai pengganti sistem pembayaran konvensional di banyak negara, termasuk Indonesia, dan berkat

kemajuan teknologi finansial, arus globalisasi semakin dipercepat dari waktu ke waktu. Perkembangan ekonomi digital tidak hanya sampai pada sistem pembayaran digital saja. Kehadiran e-commerce menyebabkan munculnya sistem pembayaran digital yang berkelanjutan (Sumanjeet, 2009). Teknologi pembayaran digital ini membuat pembayaran non-tunai lebih praktis, efektif, dan aman saat bertransaksi melalui media digital (Puspita, 2019). Pembayaran digital sendiri disebut e-payment, dompet digital yang disebut *e-wallet*, bersama dengan uang digital yang disebut *e-money* (Dewi, Herawati & Adiputra, 2021).

E-money merupakan alternatif yang baik untuk transaksi pembayaran mikro digital, yang memberikan beberapa keuntungan seperti lebih aman dan nyaman dibandingkan uang tunai (Khatimah et al., 2019). Sebelum munculnya uang elektronik, sistem uang elektronik telah banyak diperhatikan dan diterapkan dengan inovasi *e-commerce* yang dibawa oleh Internet. Mereka tidak hanya memiliki kesamaan dalam atribut moneter, tetapi juga memenuhi persyaratan dasar dalam hal karakteristik keselamatan (Kai et al., 2019). Inovasi dalam transaksi bisnis merupakan sebuah teknologi baru yang sangat berdampak pada aktivitas bisnis saat ini. Perkembangan produk *e-money* saat ini sangat membantu konsumen dan pedagang. Mereka lebih mudah dalam melakukan transaksi, namun ada juga beberapa permasalahan yang muncul antara lain dalam hal pengambilan kebijakan mengenai implikasi perekonomian dan stabilitas keuangan (Gunawan et al., 2019).

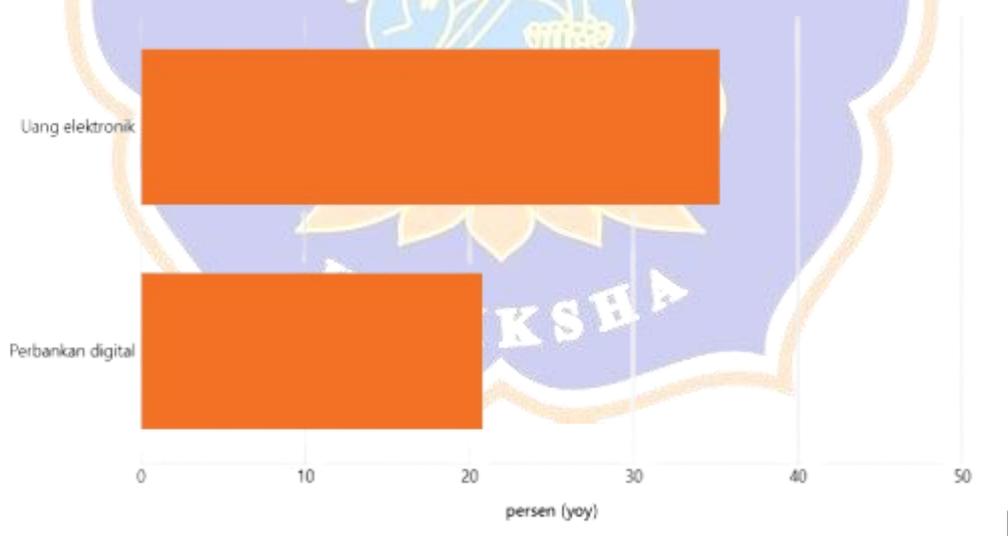
Keamanan *e-money* masih menjadi perdebatan dalam beberapa penelitian. Uang tunai diterima secara universal oleh penjual, namun memiliki risiko pencurian. Sebaliknya, uang elektronik kebal dari pencurian, namun mungkin tidak diterima karena pedagang harus berinvestasi pada terminal pembayaran yang mahal

untuk berdagang dengannya (Lotz & Vasselin, 2019). Kemudian terdapat penelitian yang menyebutkan uang elektronik juga dihadapkan dengan berbagai permasalahan. Penelitian mengenai pembayaran elektronik, *online*, dan seluler telah mengungkapkan beberapa masalah keamanan umum, yang merupakan salah satu hambatan utama dalam penerapan uang elektronik (Widayat et al., 2020). Perkembangan aplikasi pembayaran seluler menimbulkan risiko keamanan, yaitu serangan siber dan penipuan (Sasongko, 2022). Pelanggan dihadapkan pada risiko kegagalan melakukan pembayaran karena infrastruktur yang tidak memadai, risiko penyalahgunaan data pribadi, risiko penipuan yang dilakukan oleh pihak jahat, dan risiko lainnya (Coppolino et al., 2015).

Pengguna *e-money* meningkat secara signifikan setiap saat, namun peningkatan tersebut tidak dibarengi dengan peningkatan transaksi menggunakan *e-money* (Octabriyantiningtyas et al., 2019). Perkembangan *e-money* baru terjadi dalam beberapa tahun terakhir, uang kertas disorot karena berperan dalam penyebaran COVID-19 sehingga uang kertas yang beredar di Eropa dan Asia dikarantina selama beberapa hari, dan banyak pelaku usaha memutuskan untuk tidak menerima uang kertas dari pelanggan (Lucre, 2020). Hal ini membuat uang elektronik jauh lebih praktis dan lebih aman dibandingkan mata uang fisik, sehingga hal ini cukup untuk mendorong masyarakat beralih ke uang elektronik, khususnya masyarakat di pasar negara berkembang (Susanto et al., 2022).

E-money hadir di Indonesia pada tahun 2009. Hal ini sejalan dengan dikeluarkannya peraturan dari Bank Indonesia yang menerbitkan Peraturan Bank Indonesia No.11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik (*Electronic Money*). Sejak saat itu, uang elektronik telah berkembang pesat di Indonesia dan sekarang dapat

diakses oleh berbagai penerbit, termasuk lembaga dan bank selain bank. Peraturan Bank Indonesia No.11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik (*Electronic Money*) ini mengatur izin dan peralihan izin, operasi, pengawasan, peningkatan keamanan teknologi, dan sanksi. Peraturan ini, yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia pada tanggal 13 April 2009, mengatur uang elektronik, juga dikenal sebagai *e-money*. Uang elektronik adalah alat pembayaran yang memenuhi beberapa syarat seperti diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit, nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti server atau *chip*, digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut, dan nilai uang elektronik yang disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur perbankan. *Smart card* menjadi salah satu alat yang digunakan untuk menukarkan *e-money* (Ariffin et al., 2021).

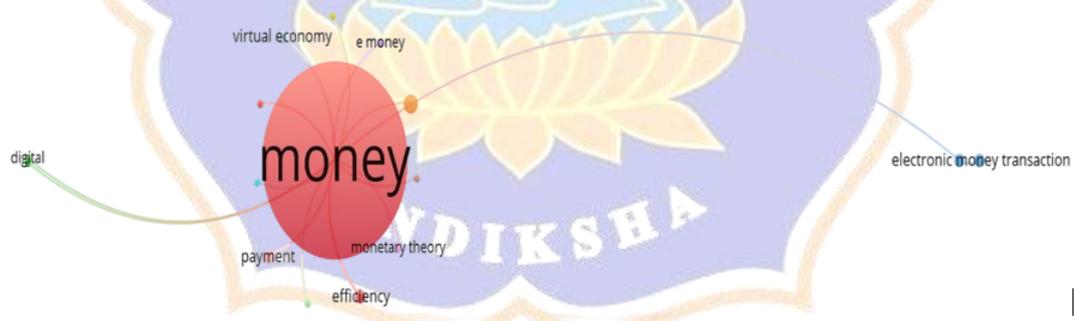


Gambar 1.1
Pertumbuhan Nilai Transaksi
Sumber: databooks.katadata.co.id

Berdasarkan gambar 1.1 diatas menurut laporan Bank Indonesia, nilai transaksi (*e-money*) dan transaksi perbankan digital telah meningkat secara

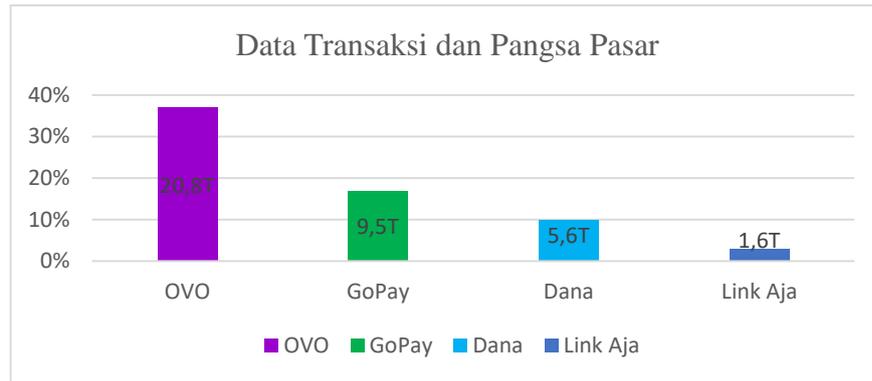
signifikan pada tahun 2022 dibandingkan dengan periode sebelumnya. Nilai transaksi *e-money* meningkat sebesar 35,25% *yoy* (*year-on-year*) sehingga mencapai Rp 32 triliun, hal ini menunjukkan bahwa adopsi yang semakin meluas terhadap penggunaan *e-money* sebagai sistem pembayaran yang lebih efisien dan praktis. Sedangkan, transaksi perbankan digital juga mengalami peningkatan yang signifikan sebesar 20,82% menjadi 3,76 kuadriliun pada tahun yang sama. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat semakin beralih ke layanan perbankan digital untuk melakukan transaksi seperti transfer uang, pembayaran tagihan, dan pembelian produk secara *online*. Adanya penurunan penggunaan uang tunai konvensional serta penggunaan platform dan teknologi digital dalam kegiatan keuangan sehari-hari menjadi penyebab utama pertumbuhan pesat transaksi digital.

Pembangunan dan pemisualisasian jaringan bibliometric terkait *electronic money* menggunakan metadata bibliografi yang bersumber dari jurnal terindeks Scopus dengan perangkat lunak *VOSviewer* menunjukkan hasil sebagai berikut.



Gambar 1.2
Pembangunan dan Pemisualisasian Jaringan Bibliometric Menggunakan
Perangkat Lunak *VOSviewer*
Sumber: *VOSviewer* (2024)

Gambar 1.2 menunjukkan bahwa penelitian internasional tentang uang pada jurnal terindeks Scopus banyak yang mengarah pada *e-money*, ekonomi virtual, efisiensi, dan transaksi uang elektronik. Data terkait transaksi *electronic money* di Indonesia disajikan pada Gambar 1.3 berikut.



Gambar 1. 3
Data Transaksi dan Pangsa Pasar
Sumber: Dewi, Herawati, dan Adiputra (2021)

Berdasarkan gambar 1.3 diatas adalah banyaknya *e-money* yang digunakan di Indonesia ialah produk *e-money* OVO yang ditawarkan oleh Grab, yang menempati urutan pertama pangsa pasar *e-money* Indonesia dengan jumlah sebaran pasar sebesar 37% pada tahun 2019, dengan transaksi senilai 20,8 triliun rupiah, yang hal ini menunjukkan bahwa minat pengguna *e-money* OVO sangatlah tinggi (Dewi et al., 2021). OVO telah berkembang pesat di Indonesia sejak awal, karena *platformnya* dimaksudkan mudah diakses. OVO merupakan salah satu aplikasi dompet digital yang paling diminati di Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari jumlah pengguna aktif OVO yang terus meningkat dari tahun ke tahun, mencapai puluhan juta pengguna pada saat ini. OVO menjadi menarik untuk diteliti karena memiliki beberapa kelebihan yang membedakannya dari aplikasi dompet digital lainnya. Menurut Bank Indonesia, OVO mengungguli GoPay milik Gojek, Bank Mandiri, yang masing-masing memiliki pangsa pasar 19% serta DANA dan BCA memiliki pangsa pasar 10%. OVO memiliki ekosistem yang terintegrasi dengan berbagai layanan dan merchant, mulai dari transportasi, ritel, layanan online, dan sektor lainnya. Integrasi ini menjadikan OVO sebagai solusi pembayaran yang komprehensif dan memudahkan penggunaannya untuk melakukan berbagai transaksi

dalam satu aplikasi. Hal ini menjadi nilai tambah yang tidak dimiliki oleh banyak aplikasi dompet digital pesaing. Selain itu, OVO menerapkan strategi insentif dan program loyalitas yang menarik bagi penggunanya. Berbagai promo, diskon, dan cashback yang ditawarkan OVO berhasil menarik minat masyarakat untuk menggunakan aplikasi ini secara rutin. Program loyalitas OVO juga dianggap cukup kompetitif dibandingkan dengan kompetitor. Terakhir, OVO terus berinovasi dengan menambahkan berbagai fitur baru yang memperkaya pengalaman penggunanya. Dari pembayaran, pengiriman uang, pinjaman, hingga investasi, semuanya tersedia dalam satu aplikasi OVO. Inovasi ini menjadikan OVO sebagai *super-app* yang semakin terintegrasi dalam kehidupan digital penggunanya.

Perkembangan teknologi keuangan ini sangat umum di Indonesia, bukan hanya dirasakan oleh masyarakat biasa tetapi juga Generasi Z atau biasa disebut Gen Z yang sangat sadar akan inovasi dan terbiasa menggunakan teknologi dan jaringan internet dalam kehidupan sehari-hari (Rahman & Purwanto, 2023). Generasi Z, yang terdiri dari mereka yang lahir pada rentang tahun 1997-2012, menjadi salah satu kelompok pengguna terbesar aplikasi dompet digital OVO di Indonesia. Hal ini tidak mengherankan mengingat Gen-Z adalah generasi yang tumbuh di era digital dan sangat familiar dengan penggunaan teknologi dalam kehidupan sehari-hari. Fenomena transformasi digital dalam bidang keuangan yang memengaruhi cara Gen Z mengelola keuangan pribadinya, termasuk penggunaan *E-money* OVO dalam transaksi sehari-hari. Perubahan perilaku konsumen yang semakin mengadopsi teknologi finansial untuk memenuhi kebutuhan transaksi sehari-hari.

Gen Z yang tumbuh di tengah-tengah revolusi teknologi adalah kelompok yang terus beradaptasi dengan inovasi finansial. Penggunaan *e-money*, termasuk *platform* seperti OVO, telah menjadi bagian penting dari aktivitas keuangan sehari-hari. Dalam penggunaan *e-money*, Ananto (2022) menyebutkan bahwa faktor persepsi menyebabkan minat yang lebih tinggi dalam menggunakan *e-money*. Hal ini juga didukung dengan adanya persepsi kenyamanan yang lebih baik dari pengguna yang dapat menyebabkan proses adaptasi dan adopsi teknologi yang lebih cepat (Yang, et al., 2021). Hal ini tentunya menjadi penting bagi Gen Z karena adaptasi dan adopsi teknologi bukan hal baru. Widayat et al., (2020) menunjukkan bahwa dalam konteks *e-money*, pengguna akan lebih mudah menggunakan inovasi *e-money* daripada menggunakan uang tunai, dan keamanan aplikasi elektronik seperti *e-money* OVO dapat meningkatkan minat pengguna (Ha & Quyen, 2018). Meskipun demikian, adopsi *e-money* serta implementasinya dalam pengelolaan keuangan gen z sangatlah berbeda. Studi dari Negara, Febrianto, & Fitriana (2022) menyebutkan bahwa kemampuan pengelolaan uang yang dimiliki Gen Z berada pada level sedang. Hasil penelitiannya juga menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap kemampuan pengelolaan uang Gen Z yang diwakili oleh mahasiswa.

Dalam era digitalisasi seperti saat ini, penggunaan *e-money* menjadi sebuah fenomena yang tak dapat diabaikan, terutama di kalangan Generasi Z (Gen Z). Fenomena ini semakin menguatkan urgensi untuk melakukan analisis mendalam terkait penggunaan *e-money* OVO di kalangan Gen Z, khususnya pada mahasiswa Program Studi (Prodi) S1 Akuntansi di Universitas Pendidikan Ganesha. Salah satu faktor yang mendorong tingginya adopsi OVO di kalangan Gen-Z adalah

kepemilikan uang bulanan yang mereka peroleh dari orang tua. Sebagian besar Gen-Z masih tinggal bersama keluarga dan mendapatkan uang saku atau uang bulanan dari orang tua. Uang tersebut kemudian digunakan untuk berbagai keperluan, termasuk untuk melakukan transaksi melalui OVO. Kompleksitas pembayaran yang dihadapi Mahasiswa di dunia perkuliahan mendorong mereka untuk menggunakan platform digital dalam pembayaran agar menjadi lebih mudah dan efisien. Selain itu, tidak sedikit juga di antara Gen-Z yang sudah memiliki penghasilan sampingan, misalnya dari hasil jualan *online*, *freelance*, atau pekerjaan paruh waktu. Penghasilan tambahan ini memberikan mereka keleluasaan untuk menggunakan OVO untuk berbagai keperluan, mulai dari pembayaran, transfer, investasi, hingga pinjaman.

Motivasi penelitian ini muncul dari keinginan untuk memahami pola penggunaan *e-money* pada kelompok Gen Z yang memiliki kecenderungan penggunaan teknologi tinggi. Penelitian ini memilih fokus pada Prodi S1 Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha karena alasan keterkaitan yang erat antara ilmu akuntansi dan kebutuhan transaksi keuangan, yang dapat menjadi pendorong penggunaan *e-money*. Selain itu, OVO merupakan objek penelitian yang telah menjadi salah satu *e-money* yang populer di kalangan Gen Z. Keberadaan OVO sebagai aplikasi pembayaran digital yang menyediakan berbagai layanan memberikan alasan tersendiri terhadap Gen Z, terutama pada mahasiswa S1 Akuntansi. Berikut merupakan hasil studi awal yang dilakukan pada Mahasiswa Gen Z prodi S1 Akuntansi Undiksha. Studi awal yang dilakukan dengan menyebarkan 7 pertanyaan awal kepada Mahasiswa terkait penggunaan OVO. Terdapat 19 Mahasiswa yang sudah mengisi kuesioner awal terkait penggunaan

OVO. Hasil dari pegisian kuesioner dihitung dengan cara membandingkan jawaban yang dipilih dengan jumlah Mahasiswa yang mengisi untuk mendapatkan persentasenya. Berikut merupakan hasil studi awal yang telah dilakukan dapat dilihat pada tabel 1.1.

Tabel 1. 1
Hasil Studi Awal Pada Mahasiswa Gen Z Prodi S1 Akuntansi

No.	Pertanyaan	Jawaban
1	Apakah anda pernah menggunakan aplikasi OVO untuk bertransaksi?	79,9% mahasiswa gen z pernah menggunakan aplikasi OVO dan 21,1% tidak pernah menggunakan aplikasi OVO.
2	Seberapa sering anda menggunakan OVO dalam sebulan untuk bertransaksi?	73,7% mahasiswa yang jarang dalam sebulan menggunakan OVO, 5,3% mahasiswa yang sering menggunakan OVO, dan 21,1% mahasiswa yang tidak pernah menggunakan OVO.
3	Apa jenis transaksi yang paling sering anda lakukan dengan aplikasi OVO? (Pilih salah satu atau lebih):	21,1% mahasiswa yang tidak pernah, 26,3% mahasiswa yang menggunakan OVO untuk mentransfer uang, dan 52,6% mahasiswa yang melakukan pembayaran <i>online</i> melalui OVO.
4	Apakah anda tertarik untuk menggunakan OVO untuk transaksi lebih banyak dimasa depan?	21,1% tertarik, 5,3% tidak tertarik, dan 73,7% netral.
5	Apa yang menjadi alasan utama anda tertarik untuk menggunakan OVO lebih banyak? (Pilih salah satu atau lebih)	15,8% rekomendasi dari teman atau keluarga, 31,6% kelengkapan layanan dan banyak diskon yang didapatkan, 42,1% kemudahan penggunaan, dan 10,5% tidak tertarik.
6	Bagaimana pendapat anda tentang keamanan dan privasi data saat menggunakan OVO?	36,8% mahasiswa yang masih khawatir akan privasi, 15,8% sangat aman dan sangat privasi, dan 47,4% netral.
7	Apakah anda merasa OVO membantu anda lebih sadar tentang pengelolaan keuangan pribadi?	15,8% mahasiswa yang tidak yakin dan 84,2% sadar akan pengelolaan keuangan pribadinya.

Sumber: data diolah (2024)

Berdasarkan hasil studi awal dilakukan pada kalangan Gen Z di lingkungan Universitas Pendidikan Ganesha khususnya pada Prodi S1 Akuntansi melalui *google form* berupa kuesioner pada 19 orang mahasiswa, ditemukan bahwa banyak Gen Z yang menggunakan *e-money* OVO, tetapi jarang digunakan dalam sebulan. Dilain sisi, banyak juga dari Gen Z yang berpendapat bahwa dengan menggunakan *e-money* OVO, mereka lebih sadar tentang pengelolaan keuangan pribadi mereka, tetapi juga khawatir tentang keamanan dan privasi mereka. Hal ini yang mendasari sehingga peneliti ingin mengeksplorasi lebih jauh tentang bagaimana penggunaan *E-money OVO* oleh Gen Z, apa implikasi penggunaan *E-money OVO* terhadap pengelolaan keuangan Gen Z, serta bagaimana persepsi Gen Z terhadap aspek keuangan pribadi dalam konteks penggunaan *E-money OVO*. Diharapkan bahwa melalui analisis mendalam ini, penelitian ini akan menambah literatur tentang studi konsumerisme dan teknologi finansial. Perubahan pola pengeluaran dan tabungan yang disebabkan oleh adopsi teknologi finansial seperti *E-money OVO* harus dipahami secara menyeluruh untuk mengantisipasi dampak pada keuangan pribadi Gen Z. Di tengah transformasi digital dalam sistem pembayaran ini juga, penting untuk meningkatkan literasi keuangan dan pemahaman tentang manajemen keuangan pribadi. Memahami bagaimana penggunaan *E-money OVO* memengaruhi pengelolaan keuangan pribadi Gen Z dan persepsi mereka tentang keuangan. Memberikan saran atau rekomendasi kebijakan yang relevan untuk lembaga keuangan atau pemerintah untuk meningkatkan literasi keuangan dan pengelolaan keuangan pribadi, terutama di kalangan Gen Z. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang bermanfaat tentang bagaimana Gen

Z di Program Studi Akuntansi S1 menggunakan *e-money* OVO dan menangani masalah keuangan dan keamanan mereka.

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian diatas, ditemukan bahwa Gen Z menggunakan *e-money* OVO, tetapi dengan frekuensi penggunaan yang jarang digunakan dalam sebulan. Meskipun banyak Gen Z yang menyatakan bahwa dengan menggunakan *e-money* OVO, mereka lebih sadar tentang pengelolaan keuangan pribadi, dampak serta implikasi secara keseluruhan masih belum terklarifikasi. Selain itu, muncul kekhawatiran terkait keamanan dan privasi yang menghambat adopsi *e-money* OVO. Oleh karena itu, eksplorasi lebih lanjut terkait penggunaan *E-money OVO* oleh Gen Z, implikasi penggunaan *E-money OVO* terhadap pengelolaan keuangan Gen Z, serta persepsi Gen Z terhadap aspek keuangan pribadi dalam konteks penggunaan *E-money OVO* perlu dilakukan.

1.3 Pembatasan Masalah Penelitian

Penelitian ini terbatas pada Gen Z pada program studi S1 Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha dengan penggunaan *e-money* ovo dalam transaksi keuangan pribadi mereka, implikasi dari penggunaan *e-money* OVO terhadap pengelolaan keuangan pribadi mereka, serta persepsi mereka terkait aspek pengelolaan keuangan pribadi mereka.

1.4 Rumusan Masalah Penelitian

Dari permasalahan diatas, maka peneliti merumuskan masalahnya sebagai berikut:

1. Bagaimana penggunaan *E-money* OVO di kalangan mahasiswa Gen Z Program Studi S1 Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha?
2. Apa saja implikasi penggunaan *E-money* OVO terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa Gen Z Program Studi S1 Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha?
3. Bagaimana persepsi mahasiswa Gen Z Program Studi S1 Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha terhadap aspek keuangan pribadi dalam konteks penggunaan *E-money* OVO?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mendeskripsikan penggunaan *E-money* OVO di kalangan mahasiswa Gen Z Program Studi S1 Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Untuk mendeskripsikan implikasi penggunaan *E-money* OVO terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa Gen Z Program Studi S1 Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha.
3. Untuk mendeskripsikan bagaimana persepsi mahasiswa Gen Z Program Studi S1 Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha terhadap aspek keuangan pribadi dalam konteks penggunaan *E-money* OVO.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai referensi bagi peneliti lain untuk penelitian terkait dengan topik yang relevan. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai

bahan literatur, pembandingan, dan untuk menambah pengetahuan dan informasi tentang akuntansi keuangan dan teknologi finansial.

2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan memberikan wawasan mendalam bagi penyedia layanan *E-money* seperti OVO tentang cara Gen Z menggunakan platform tersebut. Hasilnya dapat menjadi landasan bagi penyedia layanan untuk memperbaiki pengalaman pengguna, menyesuaikan layanan mereka, dan mengoptimalkan fitur untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi Gen Z. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar untuk mengembangkan pedoman atau program literasi keuangan yang lebih khusus. Pedoman-pedoman ini dapat menjadi panduan bagi institusi pendidikan dan lembaga keuangan untuk memberikan edukasi yang sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik Gen Z serta dapat memberikan dasar bagi penyedia layanan dan otoritas untuk membuat kebijakan yang lebih baik untuk menjaga keamanan dan privasi pengguna.

