

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Istilah "Generasi Sosial" merujuk pada sekumpulan orang yang membagikan pengalaman hidup, sistem nilai, sudut pandang, serta pandangan dunia yang serupa akibat hidup dalam kurun waktu yang relatif berbarengan. Kategori ini merefleksikan bagaimana dinamika sejarah, evolusi teknologi, serta transformasi kebudayaan turut membentuk persepsi serta prinsip hidup suatu kelompok masyarakat. Menurut pandangan Kupperschmidt (2020), generasi sosial diartikan sebagai kelompok individu yang mengenali diri mereka berdasarkan kesamaan tahun kelahiran, wilayah tempat tinggal, serta berbagai peristiwa krusial dalam perjalanan hidup yang berdampak pada fase perkembangan mereka.

Mulyadi (2019) memaparkan beberapa kelompok generasi sosial yang lazim dikategorikan, yakni: 1) Generasi Baby Boomers yang mencakup individu-individu kelahiran pasca Perang Dunia II, secara spesifik antara rentang tahun 1946 hingga 1964; 2) Generasi X yang merepresentasikan kelompok orang lahir dari permulaan dekade 1960-an sampai awal dekade 1980-an; 3) Generasi Y atau Milenial yang melibatkan mereka yang lahir dari awal dekade 1980-an, pertengahan dekade 1990-an, hingga awal tahun 2000-an; 4) Generasi Z yang menunjuk pada kelompok kelahiran sekitar akhir dekade 1990-an sampai awal dekade 2010-an; serta 5) Generasi Alpha yang dialamatkan kepada anak-anak yang lahir setelah tahun 2010.

Kelompok generasi sosial tersebut menyimpan karakteristik serta pengalaman kolektif yang menjadi pembeda antara satu kelompok dengan kelompok lainnya. Sejumlah aspek seperti momentum historis, kemajuan teknologi, regulasi sosial, serta pergeseran kultural memegang peranan penting dalam merumuskan identitas serta sistem nilai dari suatu generasi tertentu. Penelaahan mendalam terhadap aspek generasi sosial ini membantu upaya memahami bagaimana pola pikir serta tabiat masyarakat mengalami perubahan seiring berjalannya waktu.

Dinamika perbedaan antar-generasi yang senantiasa bergeser dari masa ke masa menjadi topik yang menarik untuk dikaji, di mana setiap kelompok memiliki ciri khas tersendiri dalam mendefinisikan karakternya pada berbagai dimensi kehidupan. Generasi baby boomers kerap dijuluki sebagai generasi veteran yang memiliki tingkat kedisiplinan tinggi serta orientasi waktu yang kuat. Sebaliknya, Generasi X dikenal luas berkat kapasitasnya dalam menerima arus perubahan, mengedepankan citra diri, serta memiliki etos kerja yang tinggi. Sementara itu, Generasi Y memiliki ciri fundamental yang sangat dipengaruhi oleh kemajuan teknologi serta pola interaksi yang terbuka.

Generasi Z yang tengah menjadi pusat perhatian saat ini merupakan kelompok orang kelahiran sekitar pertengahan dekade 1990-an sampai pertengahan dekade 2010-an, kendati batasan waktu pastinya kerap menunjukkan variasi di berbagai literatur. Kelompok ini adalah generasi yang hadir setelah Generasi Y (Milenial) dan mendahului Generasi Alpha. Beriringan dengan laju teknologi dan globalisasi, Generasi Z tumbuh dalam lingkungan yang terhubung secara digital secara intensif serta terpapar luas oleh arus informasi teknologi. Berbagai atribut

serta dimensi yang sering dilekatkan pada Generasi Z mencakup aspek teknologi dan digitalisasi, di mana mereka tumbuh dalam era digital yang mapan, cenderung terampil mengoperasikan teknologi, serta terbiasa memanfaatkan gawai, media sosial, dan jaringan internet.

Studi yang dilakukan oleh Stillman (2017) mengemukakan bahwa Generasi Z merupakan angkatan kerja paling baru yang lahir di antara tahun 1995 hingga 2012, yang sering pula dinamakan sebagai generasi net atau generasi internet. Berdasarkan riset tersebut, Generasi Z menunjukkan perbedaan yang nyata jika dibandingkan dengan Generasi Y atau kaum milenial. Di dalam buku karya Stillman (2017) yang berjudul “How the Next Generation Is Transforming the Workplace”, dipaparkan bahwa salah satu titik pembeda di antara keduanya terletak pada penguasaan teknologi Generasi Z yang lebih maju, memiliki pola pikir yang jauh lebih terbuka, serta cenderung kurang mementingkan norma-norma konvensional.

Berdasarkan pandangan Noordiono (2016), Generasi Z digambarkan sebagai kelompok yang telah berkenalan dengan teknologi dan internet sejak usia sangat dini, serta menjadi sosok yang memiliki kehausan terhadap teknologi. Kehadiran teknologi mutakhir diibaratkan sebagai air segar yang harus segera diteguk demi merasakan kebermanfaatan darinya. Generasi Z, yang populer pula sebagai generasi digital, tumbuh kembang diiringi oleh tingkat ketergantungan yang tinggi terhadap perangkat teknologi beserta berbagai macam instrumen pendukungnya.

Sebagai contoh, kemudahan akses teknologi dewasa ini memungkinkan seluruh kalangan mahasiswa untuk menjelajahi dunia maya tanpa hambatan berarti.

Kalangan mahasiswa yang tergolong sebagai Generasi Z ini umumnya tidak menyukai proses yang panjang, cenderung kurang memiliki kesabaran, serta lebih menggemari hal-hal yang bersifat instan (Rini dan Sukanti, 2016). Lebih lanjut, Noordiono (2016) menyatakan bahwa generasi ini memiliki intuisi yang tajam terhadap teknologi, di mana mereka mampu mengoperasikan suatu perangkat secara mandiri tanpa harus melihat buku petunjuk penggunaan. Semboyan Always Connected melekat sebagai identitas kelompok ini, yang bermakna bahwa kapan pun dan di mana pun mereka harus selalu terhubung dengan jaringan internet.

Tingginya eksposur terhadap teknologi turut menjadikan Generasi Z memiliki kemampuan multitasking yang prima. Kelompok ini sering dinilai sebagai individu yang cekatan dalam menjalankan banyak tugas sekaligus serta mampu beradaptasi secara sigap terhadap perubahan. Dari sisi kepribadian kreatif, Generasi Z diakui memiliki tingkat kreativitas yang menonjol, bahkan kerap dipandang sebagai sosok yang inovatif serta cakap dalam berpikir di luar batas kebiasaan (out of the box).

Di samping itu, Generasi Z kerap memperlihatkan tingkat kepedulian sosial yang cukup tinggi, di mana mereka cenderung menaruh perhatian besar pada persoalan-persoalan sosial, kelestarian lingkungan, serta nilai-nilai keberagaman. Di samping kesadaran sosial tersebut, jiwa kewirausahaan (entrepreneurial) turut tampak pada sebagian anggota Generasi Z melalui ketertarikan mereka terhadap dunia wirausaha serta pola pikir yang mandiri. Mereka senantiasa berupaya menemukan terobosan baru guna menciptakan peluang serta merintis jalur karier mereka secara mandiri. Kondisi-kondisi di atas pada akhirnya menumbuhkan semangat pendidikan mandiri di dalam diri Generasi Z; berkat kemudahan

mengakses informasi via internet, mereka cenderung mengadopsi pendekatan yang lebih mandiri dalam hal proses belajar dan pencarian informasi.

Generasi Z, yang bertumbuh kembang di tengah era teknologi canggih, umumnya menguasai pemahaman yang mendalam mengenai berbagai perkembangan teknologi mutakhir. Sejumlah karakteristik serta sikap lazim tampak dari cara mereka memahami teknologi terbaru tersebut, di mana Generasi Z sering kali dianggap sebagai kelompok yang didominasi oleh teknologi. Mereka bertumbuh dengan ketersediaan akses yang mudah terhadap perangkat digital serta terbiasa berinteraksi dengan beragam platform maupun aplikasi.

Salah satu indikatornya adalah tingginya tingkat keterpaparan Generasi Z terhadap konten digital dan multimedia. Mereka cenderung lebih menyukai konsumsi informasi yang dikemas dalam format video, gambar, maupun jenis konten interaktif lainnya. Di samping itu, Generasi Z juga aktif berpartisipasi dalam berbagai platform media sosial guna melakukan interaksi, mendistribusikan pengalaman, serta membangun jaringan relasi sosial. Dikarenakan tumbuh di tengah gelombang kemajuan kecerdasan buatan (Artificial Intelligence atau AI), generasi ini cenderung memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai teknologi tersebut beserta potensi aplikasinya di berbagai sektor.

Dalam kesehariannya, Generasi Z memanfaatkan beraneka ragam aplikasi untuk memenuhi berbagai keperluan, mulai dari ranah pembelajaran dan produktivitas, hingga kebutuhan hiburan serta aktivitas harian. Berkat tingginya frekuensi paparan terhadap berbagai macam risiko keamanan digital, kelompok ini cenderung memiliki tingkat kewaspadaan yang lebih tinggi terhadap isu keamanan

online serta privasi data pribadi, sehingga mereka relatif lebih paham cara melindungi diri di ruang digital.

Sebagian anggota Generasi Z bahkan memiliki penguasaan yang lebih baik terkait konsep blockchain dan kriptokurensi apabila dikomparasikan dengan generasi-generasi pendahulunya. Secara umum, Generasi Z cenderung cepat dalam menerima serta mengadopsi teknologi-teknologi terbaru karena telah terbiasa dengan siklus perubahan teknologi yang cepat serta senantiasa memburu cara-cara baru dalam memanfaatkannya. Meskipun demikian, perlu digarisbawahi bahwa di balik kecenderungan tren umum tersebut, tiap-tiap individu di dalam kelompok Generasi Z tetap memiliki tingkat penguasaan dan keahlian yang beragam, sangat bergantung pada kepentingan personal, latar belakang pendidikan, serta lingkungan sosial di sekeliling mereka.

Sebagaimana kelompok umur lainnya, Generasi Z juga memiliki tingkat pemahaman keuangan yang bervariasi, salah satunya terkait dengan informasi keuangan. Penguasaan teknologi yang melekat pada diri Generasi Z memberikan kemudahan bagi mereka dalam mengakses informasi, khususnya wawasan seputar keuangan yang berpotensi membentuk tingkat literasi keuangan yang baik. Wawasan keuangan ini terbukti memberikan implikasi positif terhadap tingkat literasi finansial seseorang, di mana literasi keuangan itu sendiri didefinisikan sebagai akumulasi pengetahuan yang dimiliki individu mengenai pengelolaan keuangan pribadinya.

Derajat pemahaman finansial Generasi Z dapat dipengaruhi oleh sejauh mana materi pendidikan keuangan telah diintegrasikan ke dalam kurikulum institusi pendidikan ataupun program pelatihan tambahan yang pernah mereka ikuti.

Sejumlah individu mungkin memiliki kapabilitas pengelolaan keuangan yang lebih baik apabila mereka telah memperoleh edukasi formal maupun informal yang berkaitan dengan keuangan. Salah satu bentuk implementasinya adalah pemanfaatan aplikasi keuangan serta layanan perbankan digital yang turut membentuk pengetahuan dan tata kelola finansial Generasi Z, di mana penggunaan instrumen digital tersebut mampu menghadirkan pemahaman yang lebih komprehensif terkait tabungan, instrumen investasi, serta manajemen keuangan.

Dewasa ini, aktivitas investasi finansial memegang pengaruh yang cukup besar terhadap wawasan keuangan Generasi Z. Sebagian dari mereka menunjukkan kesadaran yang lebih tinggi terhadap dunia investasi, terlebih jika mereka turut terjun langsung dalam aktivitas perdagangan saham ataupun aset kripto, sehingga pemahaman mengenai konsep investasi dapat terbangun lebih dini dalam fase kehidupan mereka. Kendati demikian, seluruh pengetahuan finansial yang dimiliki Generasi Z tidak selamanya bersumber dari bangku sekolah semata, melainkan turut dibentuk oleh pengalaman personal serta pengaruh lingkungan keluarga yang memegang peranan krusial dalam menempa pemahaman keuangan mereka.

Apabila seorang individu Generasi Z dibesarkan di tengah lingkungan yang menerapkan serta mengajarkan nilai-nilai pengelolaan finansial secara baik, maka pemahaman mereka terhadap aspek keuangan cenderung lebih matang. Generasi Z yang memiliki tingkat kesadaran tinggi atas pengelolaan keuangan pribadi biasanya lebih memahami aspek-aspek krusial seperti penyusunan anggaran belanja, perilaku gemar menabung, hingga tata cara mengelola beban utang.

Di luar faktor keluarga dan lingkungan terdekat, Generasi Z juga memiliki aksesibilitas yang sangat longgar terhadap sumber-sumber informasi finansial

melalui jaringan internet. Mereka dapat secara leluasa mencari data, membaca artikel, memutar tayangan video, ataupun mengikuti siniar serta platform media sosial yang menyajikan sudut pandang seputar keuangan. Meskipun demikian, penting untuk tetap dicatat bahwa di dalam diri setiap generasi selalu terdapat keragaman tingkat pengetahuan dan pemahaman keuangan. Oleh karena itu, perluasan cakupan edukasi finansial serta penerapan pendekatan yang aplikatif dalam penyampaian informasi keuangan dipandang mampu mendongkrak tingkat literasi finansial di kalangan generasi ini.

Berdasarkan paparan hasil survei Katadata Insight Center (KIC) dan Zigi yang dilangsungkan pada rentang 6 sampai 12 September 2021 (sebagaimana dikutip dalam Handayani, dkk., 2023), dilaksanakan sebuah kajian yang bertujuan mengeksplorasi potret kondisi finansial masyarakat, khususnya pada kelompok Generasi Z dan Generasi Y, di tengah situasi pandemi. Temuan riset tersebut mengindikasikan bahwa Generasi Z mencatatkan porsi pengeluaran rutin bulanan tertinggi, yakni sebesar 72,9%, yang dialokasikan untuk keperluan komunikasi seperti pembelian pulsa, kuota internet, serta hal-hal sejenisnya. Sebaliknya, porsi belanja terendah pada Generasi Z diperuntukkan bagi sektor hiburan, di mana hanya 9,3% responden yang membelanjakan uangnya guna keperluan liburan, sementara 13,4% lainnya mengalokasikan pengeluaran rutin mereka untuk membiayai hobi dan sarana rekreasi.

Faktor keluarga, lingkungan sosial, dan jaringan internet memegang peranan yang sangat esensial dalam membentuk pemahaman tata kelola keuangan Generasi Z. Di samping itu, elemen lain yang turut memberikan pengaruh terhadap pemahaman finansial kelompok ini adalah faktor pekerjaan. Kondisi pekerjaan

dapat mendatangkan dampak yang signifikan terhadap pemahaman keuangan Generasi Z, baik tatkala situasi finansial mereka berada dalam kondisi prima maupun tatkala menghadapi keterpurukan keuangan. Ketika dihadapkan pada situasi finansial yang memburuk, Generasi Z lazimnya terdorong untuk memantik daya kreativitas mereka dengan memanfaatkan teknologi guna menjelajahi berbagai platform media sosial demi menemukan formula penyelamatan guna memulihkan kondisi keuangan tersebut. Salah satu bentuk langkah instan yang kerap diambil oleh Generasi Z guna mengatasi kemelut keuangan ini adalah dengan menggadaikan aset berharga yang dimiliki, contohnya perhiasan emas ataupun perangkat elektronik.

Konsep motivasi secara umum didefinisikan sebagai rangkaian proses yang menstimulasi perilaku manusia serta menggerakkan individu untuk bertindak. Motivasi dipandang sebagai mekanisme yang memberikan dorongan semangat, arah panduan, serta ketekunan dalam bertindak. Hal tersebut mengandung arti bahwa perilaku yang dilandasi oleh motivasi merupakan perilaku yang penuh energi, terarah pada tujuan tertentu, serta memiliki daya tahan yang lama. Kemunculan dorongan psikologis untuk menggadaikan barang berharga dapat dipicu oleh sejumlah faktor yang berdampak langsung terhadap kondisi finansial Generasi Z, salah satunya ditinjau dari aspek tingkat penghasilan.

Tingkat motivasi ini tentu dapat menunjukkan variasi di antara sesama individu Generasi Z, di mana variabel seperti latar belakang pendidikan keuangan serta pengalaman personal turut memegang porsi penting dalam proses pengambilan keputusan mereka. Di samping bidang pekerjaan, faktor besaran penghasilan serta usia juga memberikan andil pengaruh yang nyata terhadap minat

dan dorongan motivasi Generasi Z yang berkaitan dengan aktivitas gadai. Gaya hidup yang dianut oleh Generasi Z, termasuk di dalamnya pola dan kebiasaan pengeluaran, turut menentukan apakah mereka memiliki kebutuhan atau ketertarikan terhadap layanan gadai. Kelompok individu dengan kebiasaan belanja yang minim kontrol cenderung lebih sering melirik layanan jasa gadai. Lebih lanjut, apabila Generasi Z memiliki prioritas kebutuhan hidup mendesak yang menuntut ketersediaan dana kilat—seperti kebutuhan bepergian ataupun merintis usaha skala mikro—mereka berpotensi menaruh minat yang lebih tinggi terhadap gadai sebagai alternatif sumber perolehan dana tambahan.

Meninjau faktor usia, kalangan Generasi Z yang berada pada rentang usia lebih muda umumnya belum memiliki banyak pengalaman di bidang pengelolaan keuangan. Kecenderungan mereka dalam melirik layanan gadai sangat dipengaruhi oleh sejauh mana tingkat pemahaman mereka terhadap opsi-opsi instrumen keuangan alternatif lainnya. Di samping itu, kebiasaan hidup dalam ritme yang cepat dan serba instan yang telah mendarah daging pada diri Generasi Z turut memicu terciptanya kebutuhan akan solusi finansial yang serba cepat, termasuk di dalamnya layanan gadai.

Praktik gadai yang dimaksudkan di sini adalah suatu mekanisme di mana seseorang menyerahkan barang berharga milik pribadinya kepada institusi keuangan ataupun perusahaan pergadaian sebagai agunan demi memperoleh pinjaman dana tunai. Pihak lembaga gadai selanjutnya akan mencairkan sejumlah uang tunai kepada pihak pemberi agunan, di mana nominal tersebut umumnya hanya mencakup sebagian kecil dari nilai taksiran pasar barang yang digadaikan. Sebagai konsekuensinya, penerima pinjaman gadai dibebani batas waktu tertentu

untuk melunasi kembali pinjaman tersebut, lazimnya disertai dengan kewajiban membayarkan besaran pokok pinjaman ditambah dengan akumulasi bunga yang disepakati.

Apabila nasabah penerima pinjaman mengalami kegagalan dalam melunasi pinjamannya hingga tenggat waktu yang telah ditentukan berakhir, maka pihak lembaga gadai memiliki legalitas hak untuk mengeksekusi dan menjual barang jaminan tersebut guna menutup sisa piutang pinjaman. Jika hasil nominal penjualan barang agunan tersebut melampaui total tagihan pinjaman beserta bunga yang belum terbayarkan, maka sisa kelebihan dana tersebut tetap menjadi hak nasabah penerima gadai. Sebaliknya, apabila hasil lelang penjualan ternyata tidak mencukupi untuk melunasi seluruh kewajiban utang, maka nasabah yang bersangkutan mungkin masih memikul tanggung jawab atas sisa tanggungan utang tersebut. Berbagai jenis barang yang lazim dijadikan agunan dalam transaksi gadai mencakup perhiasan, logam mulia, barang-barang elektronik, kendaraan bermotor, serta ragam aset berharga lainnya. Layanan gadai sendiri kerap difungsikan sebagai solusi keuangan bersifat temporer guna menjembatani pemenuhan kebutuhan yang bersifat mendesak ataupun untuk mencairkan dana tunai secara kilat.

Salah satu bentuk aset berharga yang paling sering diagunkan adalah emas atau perhiasan. Praktik gadai emas merujuk pada kegiatan penyerahan perhiasan maupun benda material berbahan dasar emas oleh seseorang kepada lembaga keuangan atau institusi pegadaian sebagai jaminan untuk memperoleh pinjaman dana tunai. Bentuk layanan ini merupakan salah satu model gadai yang sangat lazim dijumpai di berbagai belahan negara. Mekanisme operasionalnya serupa dengan prosedur gadai secara umum, di mana pemilik emas mendatangi lembaga gadai

dengan membawa perhiasan atau barang emas miliknya. Pihak lembaga gadai kemudian melakukan proses penaksiran guna mengukur nilai intrinsik emas tersebut berdasarkan parameter berat serta tingkat kemurniannya, untuk selanjutnya menawarkan sejumlah uang tunai sebagai pinjaman yang nilainya umumnya hanya sebagian kecil dari harga pasar emas tersebut.

Setelah itu, nasabah penerima pinjaman diberikan batasan tempo waktu tertentu guna melunasi pinjamannya, yang pada umumnya disertai dengan pembayaran nominal kesepakatan ditambah komponen bunga. Jika nasabah gagal melunasi pinjaman sesuai dengan tenggat waktu kesepakatan, pihak lembaga gadai memegang hak penuh untuk melelang barang emas jaminan tersebut guna memperoleh kembali dana pinjaman yang telah disalurkan.

Layanan gadai emas sering kali dimanfaatkan sebagai solusi keuangan sementara demi meraup dana tunai secara cepat tatkala menghadapi situasi darurat ataupun keperluan mendesak lainnya. Di samping itu, fasilitas ini dapat menjadi alternatif penyokong bagi masyarakat yang tidak mempunyai akses mudah terhadap sumber pendanaan konvensional lain, semisal pinjaman perbankan. Kendati demikian, pemahaman yang komprehensif mengenai seluruh syarat, ketentuan, serta risiko yang melekat pada praktik gadai emas tetap menjadi hal krusial sebelum seseorang memutuskan untuk memanfaatkan fasilitas layanan tersebut.

Sebagian kalangan Generasi Z mungkin memandang gadai emas sebagai opsi alternatif sementara guna mendulang pasokan dana tambahan tanpa harus menyalahkan kepemilikan barang secara permanen. Langkah ini dapat difungsikan sebagai strategi pembiayaan untuk mendukung proyek atau aktivitas investasi tertentu. Dorongan motivasi untuk memanfaatkan layanan gadai sangat ditentukan

oleh tingkat keyakinan diri mereka terhadap kemampuan melunasi kembali pinjaman serta menebus kembali barang berharga yang telah diagunkan. Salah satu alternatif institusi penyedia layanan gadai yang dapat diakses oleh Generasi Z adalah Gadai MAS.

PT Maju Aman Sejahtera melalui unit anak perusahaannya hadir di tengah masyarakat Indonesia dengan menyuguhkan layanan gadai swasta yang mengusung nama dagang “Gadai MAS”. Secara resmi, Gadai MAS telah mengantongi legalitas terdaftar serta perizinan operasional dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang disesuaikan dengan wilayah kerja masing-masing, khususnya meliputi provinsi DKI Jakarta, Jawa Timur, Bali, Nusa Tenggara Barat (NTB), Sulawesi Selatan, hingga Kalimantan Timur.

Gadai MAS menjalankan lini aktivitas bisnis pergadaian yang diselenggarakan secara konvensional, di mana cakupan kegiatan usahanya meliputi penyaluran dana pinjaman dengan menyerahkan jaminan berdasarkan koridor hukum gadai, penyelenggaraan layanan jasa titipan barang berharga berupa emas, serta penyediaan layanan jasa taksiran yang mendatangkan perolehan pendapatan berbasis komisi (fee based income) selaras dengan ketentuan regulator Otoritas Jasa Keuangan di sektor jasa finansial maupun ragam kegiatan bisnis pendukung lainnya.

Merupakan suatu wujud komitmen korporat bahwa Gadai MAS akan terus berpartisipasi aktif dalam akselerasi roda pertumbuhan sektor usaha produktif masyarakat melalui penyediaan rangkaian produk serta layanan yang inovatif, yang senantiasa disokong oleh sumber daya manusia yang kapabel guna mewujudkan

visi perusahaan bertransformasi menjadi institusi gadai swasta terbaik pilihan masyarakat Indonesia.

Berada di bawah payung holding company PT Maju Aman Sejahtera, hingga saat ini tercatat ada 6 badan usaha PT Gadai MAS yang telah mengantongi perizinan resmi serta pengawasan langsung dari OJK, yang kemudian bertambah menjadi 8 perusahaan pada tahun 2022. Masing-masing entitas perusahaan tersebut mendedikasikan layanan bagi masyarakat Indonesia di wilayah provinsi yang berlainan, yakni DKI Jakarta, Jawa Timur, Bali, Nusa Tenggara Barat, Sulawesi Selatan, Kalimantan Timur, Sumatera Utara, serta Nusa Tenggara Timur.

Menyikapi tren antusiasme serta tingkat kepercayaan publik yang menunjukkan grafik peningkatan secara berkelanjutan, manajemen Gadai MAS berkomitmen penuh untuk terus memperluas jaringan outlet baru di seluruh penjuru tanah air, sekaligus melakukan pengembangan produk dan layanan inovatif demi mendongkrak tingkat kemudahan serta kenyamanan bertransaksi sebagai keunggulan kompetitif Gadai MAS dalam mempersembahkan slogan "Solusi Emas Untuk Semua". Gadai MAS menyediakan skema layanan di mana para nasabah diberikan kebebasan penuh dalam memilih produk gadai emas sesuai dengan spesifikasi kebutuhan mereka, dengan masa tenor pinjaman reguler berjangka waktu 4 bulan serta dapat diperpanjang bilamana diperlukan.

Kendati demikian, berdasarkan rekaman data nasabah dari kelompok Generasi Z di seluruh jaringan operasional PT Gadai MAS secara nasional yang dihitung secara by system sepanjang tahun 2023, jumlahnya tercatat baru mencapai 26.084 orang atau hanya sekitar 13% dari total keseluruhan 205.794 nasabah. Sementara itu, porsi jumlah nasabah dari kelompok generasi lainnya masing-

masing diduduki oleh Generasi Baby Boomer sebanyak 35.476 orang (17%), Generasi X sebanyak 55.952 orang (27%), serta kontribusi terbesar disumbangkan oleh Generasi Y sebanyak 88.282 orang (43%). Apabila ditarik spesifik pada sebaran data nasabah di wilayah provinsi Bali, jumlah nasabah dari kelompok Generasi Z tercatat hanya sebanyak 964 orang, dikomparasikan dengan kelompok Baby Boomer sebanyak 1.524 nasabah, Generasi X sebanyak 2.143 nasabah, serta Generasi Y sebanyak 3.372 nasabah dari total keseluruhan 8.003 nasabah di wilayah tersebut. Bilamana dibandingkan dengan eksistensi kelompok generasi lain, jumlah keanggotaan nasabah dari Generasi Z menempati posisi paling minim di PT Gadai MAS Bali pada tahun 2023. Berdasarkan fenomena tersebut, menjadi urgensi tersendiri untuk menguak faktor penyebab mengapa tingkat motivasi pemanfaatan layanan gadai di kalangan Generasi Z berada pada titik yang sangat rendah.

Realitas fenomena ini sekaligus merefleksikan adanya jurang ketimpangan ekonomi yang cukup tajam antara Generasi Z dengan kelompok-kelompok generasi pendahulunya. Banyak di antara mereka yang merasakan ketiadaan kesempatan ekonomi yang setara dengan apa yang dahulu dinikmati oleh orang tua maupun kakek-nenek mereka, sehingga kondisi tersebut kerap mendorong mereka mengambil langkah-langkah yang dinilai kurang bijaksana dari sudut pandang finansial. Kesenjangan tersebut turut terejawantahkan dalam bentuk ketidakmampuan mereka untuk menjangkau pembelian hunian pribadi ataupun menyisihkan tabungan guna mengamankan masa depan.

Banyak kalangan generasi muda, tidak terkecuali Generasi Z, mau tidak mau harus menghadapi realitas kondisi pasar kerja yang cenderung labil dan tidak

menentu. Sistem ikatan kerja kontrak berdurasi pendek, model pekerjaan paruh waktu (part-time), serta ketiadaan jaminan kepastian kerja kian marak dijumpai. Situasi ini memberikan kontribusi nyata terhadap ketidakpastian finansial yang pada akhirnya menggiring mereka untuk menempuh langkah-langkah darurat, seperti menggadaikan aset demi menyambung kebutuhan hidup sehari-hari. Di samping itu, meskipun telah mengantongi jenjang pendidikan formal yang relatif lebih tinggi, sebagian besar pemuda dari generasi ini tetap mendapati diri mereka kesulitan meraup lapangan pekerjaan yang linier dengan tingkat keterampilan yang dimiliki, yang berujung pada realitas bekerja di bawah kapasitas potensi maksimal mereka. Kondisi semacam ini kian memperlebar jarak antara ekspektasi harapan dan pahitnya kenyataan yang harus mereka hadapi.

Jurang perbedaan yang menganga antara Generasi Z dan kelompok yang lebih tua tampak nyata dalam aspek aksesibilitas terhadap peluang ekonomi. Generasi yang lebih senior barangkali sempat menikmati stabilitas jenjang karier pekerjaan serta tren kenaikan kompensasi penghasilan yang signifikan, manakala Generasi Z justru harus menghadapi kancah bursa tenaga kerja yang jauh lebih kompetitif di tengah kepungan tingkat upah yang cenderung stagnan. Generasi Z juga memikul beban struktur ekonomi yang relatif lebih berat akibat kewajiban melunasi tanggungan utang biaya pendidikan serta eskalasi biaya hidup yang terus merangkak naik, namun tidak diimbangi dengan perolehan tingkat penghasilan yang memadai. Tekanan semacam inilah yang kerap kali memaksa mereka mencari jalan pintas solusi keuangan jangka pendek, seperti menggadaikan aset-aset berharga milik mereka.

Problem ketimpangan besaran penghasilan turut bertindak sebagai variabel determinan yang memengaruhi tingkat dorongan motivasi untuk menggadai. Kelompok masyarakat yang berada pada kuadran tingkat penghasilan lebih rendah cenderung menunjukkan frekuensi menggadaikan barang yang lebih tinggi sebagai akibat dari keterbatasan aksesibilitas terhadap sumber-sumber pendanaan alternatif lain, misalnya pinjaman kredit perbankan yang mensyaratkan agunan bernilai kuat ataupun riwayat catatan kredit yang bersih. Keterbatasan akses terhadap instrumen kredit formal—terutama dialami oleh Generasi Z yang kerap kali belum memiliki riwayat rekam jejak kredit yang baik ataupun kepemilikan aset pendukung yang memadai—pada akhirnya mendesak mereka untuk memburu opsi alternatif lain seperti pinjaman online.

1.2 Identifikasi Masalah

Di dalam sebuah koridor karya ilmiah penelitian, tahapan identifikasi masalah dijalankan guna memetakan batasan ruang lingkup permasalahan tertentu secara spesifik. Identifikasi problematika penelitian dapat digali melalui penelaahan studi literatur maupun lewat observasi studi lapangan yang komprehensif. Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijabarkan di atas, dapat diidentifikasi beberapa pokok permasalahan sebagai berikut:

1. Data komposisi nasabah dari kelompok Generasi Z di PT Gadai MAS Bali mengindikasikan bahwa tingkat motivasi gadai di kalangan Generasi Z masih tergolong rendah, sehingga porsi jumlah transaksi gadai nasabah secara keseluruhan masih didominasi oleh kelompok generasi lain.
2. Kalangan Generasi Z yang telah mapan dari segi usia serta memiliki kestabilan nominal penghasilan cenderung minim kebutuhan terhadap

solusi penanganan keuangan yang bersifat darurat.

3. Sebagian anggota Generasi Z yang berusia lebih muda terpantau belum memiliki banyak jam terbang pengalaman di bidang keuangan, sehingga kecenderungan perilaku mereka terhadap layanan gadai sangat dipengaruhi oleh tingkat pemahaman mereka dalam mengenali opsi-opsi instrumen keuangan alternatif lainnya.
4. Individu Generasi Z yang berada pada tingkat penghasilan rendah dengan pemahaman yang minim terhadap risiko layanan gadai cenderung lebih rentan memanfaatkan fasilitas tersebut tanpa diiringi pertimbangan matang, yang berpotensi memicu risiko kegagalan bayar (*gagal bayar*).

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, penelitian ini dibatasi pada permasalahan berikut :

1. Generasi Z dibatasi pada kelahiran 1997-2000 rentang usia 25-28 tahun yang sudah berpenghasilan.
2. Jumlah Penghasilan dibatasi pada diatas Upah Minimum Provinsi Bali ($>Rp.2.996.561$ dan $<Rp. 2.996.561$)
3. Gaya Hidup Minimalis yang berkaitan dengan pola hidup kesederhanaan.

1.4 Rumusan Masalah

Rumusan masalah merupakan himpunan pertanyaan yang berkaitan dengan cakupan ruang lingkup permasalahan yang diteliti. Berdasarkan hal tersebut, adapun rumusan masalah yang muncul dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh positif secara langsung usia terhadap motivasi gadai generasi Z di PT Gadai MAS Bali?
2. Apakah terdapat pengaruh positif secara langsung jumlah penghasilan terhadap motivasi gadai generasi Z di PT Gadai MAS Bali?
3. Apakah terdapat pengaruh positif secara langsung gaya hidup minimalis terhadap motivasi gadai generasi Z di PT Gadai MAS Bali?
4. Apakah terdapat pengaruh positif secara langsung usia terhadap gaya hidup minimalis generasi Z di PT Gadai MAS Bali?
5. Apakah terdapat pengaruh positif secara langsung jumlah penghasilan terhadap gaya hidup minimalis generasi Z di PT Gadai MAS Bali?
6. Apakah terdapat pengaruh positif secara langsung usia terhadap jumlah penghasilan generasi Z di PT Gadai MAS Bali?
7. Apakah terdapat pengaruh positif secara tidak langsung usia terhadap motivasi gadai generasi Z di PT Gadai MAS Bali melalui gaya hidup minimalis?
8. Apakah terdapat pengaruh positif secara tidak langsung penghasilan terhadap motivasi gadai generasi Z di PT Gadai MAS Bali melalui gaya hidup minimalis?

1.5 Tujuan Penelitian

Selaras dengan rumusan masalah yang dikaji, adapun tujuan dari pelaksanaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis terdapat pengaruh positif secara langsung usia terhadap motivasi gadai generasi Z di PT Gadai MAS Bali.
2. Menganalisis terdapat pengaruh positif secara langsung jumlah penghasilan

terhadap motivasi gadai generasi Z di PT Gadai MAS Bali.

3. Menganalisis terdapat pengaruh positif secara langsung gaya hidup minimalis terhadap motivasi gadai generasi Z di PT Gadai MAS Bali.
4. Menganalisis terdapat pengaruh positif secara langsung usia terhadap gaya hidup minimalis generasi Z di PT Gadai MAS Bali.
5. Menganalisis terdapat pengaruh positif secara langsung jumlah penghasilan terhadap gaya hidup minimalis generasi Z di PT Gadai MAS Bali.
6. Menganalisis terdapat pengaruh positif secara langsung usia terhadap jumlah penghasilan generasi Z di PT Gadai MAS Bali.
7. Menganalisis terdapat pengaruh positif secara tidak langsung usia terhadap motivasi gadai generasi Z di PT Gadai MAS Bali melalui gaya hidup minimalis.
8. Menganalisis terdapat pengaruh positif secara tidak langsung penghasilan terhadap motivasi gadai generasi Z di PT Gadai MAS Bali melalui gaya hidup minimalis

1.6 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi berupa manfaat teoretis maupun praktis. Manfaat teoretis mengandung arti bahwa penelitian ini berguna dalam mengembangkan khazanah ilmu pengetahuan yang bersinggungan langsung dengan objek kajian penelitian. Sementara itu, manfaat praktis merupakan kegunaan yang dapat dirasakan secara langsung oleh berbagai pihak guna memperbaiki performa serta kinerja mereka. Berikut adalah penjabaran selengkapnya:

1. Manfaat Akademis

Hasil dari penelitian ini dapat difungsikan sebagai sumber referensi pengetahuan serta perbendaharaan informasi baru yang berkaitan erat dengan topik Pengaruh Usia, Penghasilan, dan Gaya Hidup Minimalis Terhadap Motivasi Gadai Generasi Z di PT Gadai MAS Bali.

2. Manfaat Praktis

1. Bagi Instansi di PT Gadai MAS Bali

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menghadirkan manfaat praktis bagi pihak PT Gadai MAS Bali sebagai bahan pertimbangan yang esensial dalam merumuskan strategi bisnis serta kebijakan pemasaran. Secara khusus, berbagai temuan empiris mengenai signifikansi pengaruh usia, besaran penghasilan, dan gaya hidup minimalis terhadap motivasi gadai Generasi Z dapat dimanfaatkan untuk merancang strategi promosi yang jauh lebih tepat sasaran. Informasi strategis ini juga membantu pihak instansi dalam menyusun narasi pesan promosi, menentukan kanal media komunikasi yang efektif, serta mengembangkan portofolio produk dan layanan gadai yang selaras dengan karakteristik, kebutuhan, serta preferensi khas Generasi Z, sehingga pada gilirannya mampu mendongkrak tingkat minat, kepercayaan, hingga loyalitas nasabah dari segmen tersebut.

2. Bagi Masyarakat Umum

Penelitian ini memberikan manfaat nyata bagi khalayak masyarakat luas, terkhusus kepada kelompok Generasi Z, sebagai instrumen sumber informasi dalam memahami berbagai faktor determinan yang memengaruhi motivasi gadai. Berbagai informasi tersebut dapat difungsikan sebagai bahan

pertimbangan bagi masyarakat selaku calon nasabah dalam mengambil keputusan pemanfaatan layanan gadai secara lebih rasional, bijaksana, serta disesuaikan secara proporsional dengan kondisi rentang usia, tingkat perolehan penghasilan, maupun pola gaya hidup yang dianut. Dengan demikian, masyarakat diharapkan memiliki kecakapan dalam mendayagunakan layanan gadai secara tepat sebagai solusi alternatif pengelolaan keuangan tanpa harus mengorbankan perencanaan finansial di masa depan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil dari karya riset ini dapat direferensikan sebagai bahan rujukan serta landasan perbandingan bagi para peneliti-peneliti selanjutnya yang menaruh ketertarikan untuk mengkaji topik serupa, khususnya yang berfokus pada ranah perilaku keuangan serta motivasi gadai di kalangan Generasi Z. Peneliti pada masa mendatang sangat disarankan untuk memperluas cakupan dengan menyertakan variabel-variabel lain, seperti tingkat literasi keuangan, persepsi risiko, tingkat kemudahan akses digital, intensitas pengaruh media sosial, tingkat kepercayaan terhadap institusi lembaga gadai, maupun faktor-faktor sosio-kultural dan psikologis—serta mendayagunakan metode atau objek penelitian yang berlainan demi merengkuh temuan yang jauh lebih komprehensif serta memperkaya khazanah literatur di bidang ilmu keuangan dan perilaku konsumen.