TINJAUAN FAKTOR-FAKTOR DIALEKTIKA NILAI FINFLUENCER DAN NILAI KRISTIANI DALAM PERILAKU KEUANGAN GENERASI Z PEKERJA KRISTEN DI JABODETABEK

Yohana Paulina Siahaan
Ivan Tommy Marlietama
Mahasiswa Program Studi Magister Teologia
Sekolah Tinggi Teologi Anugerah Indonesia

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk meninjau faktor-faktor dialektika antara nilai-nilai yang ditawarkan oleh finfluencer di media sosial dengan nilai-nilai Kristiani dalam memengaruhi perilaku keuangan Generasi Z pekerja di wilayah Jabodetabek. Fenomena digitalisasi ekonomi dan narasi kesuksesan instan sering kali menciptakan ketegangan antara gaya hidup konsumtif dengan prinsip iman.[1] Penelitian ini mengadopsi metode kualitatif deskriptif untuk mengevaluasi teks dan perilaku ekonomi informan. Hasil penelitian menunjukkan adanya proses dialektika di mana nilai Kristiani seperti penatalayanan (stewardship) dan rasa cukup (contentment) berperan sebagai filter kritis terhadap pengaruh eksternal. Kesimpulan penelitian ini menemukan bahwa integrasi nilai-nilai teologis ke dalam praktik ekonomi harian mampu menciptakan perilaku keuangan yang bijaksana, adil, dan berorientasi pada tanggung jawab spiritual di tengah arus konsumerisme digital.

Kata kunci: *Dialektika, Nilai Kristiani, Finfluencer, Perilaku Keuangan, Generasi Z*

ABSTRACT

The purpose of this study is to review the dialectical factors between the values offered by social media finfluencers and Christian values in influencing the financial behavior of working Generation Z in the Jabodetabek area. The phenomena of economic digitalization and narratives of instant success often create tension between a consumerist lifestyle and faith principles. This study adopts a descriptive qualitative method to evaluate the texts and economic behaviors of the informants. The results of the study indicate a dialectical process where Christian values, such as stewardship and contentment, serve as a critical filter against external influences. The conclusion of this study finds that integrating theological values into daily economic practices is capable of creating financial behavior that is wise, just, and oriented toward spiritual responsibility amidst the current of digital consumerism.

Keywords: *Dialectics, Christian Values, Finfluencer, Financial Behavior, Generation Z*

[1] "Rahasia Perilaku Komsumtif Gen Z," n.d., 31

PENDAHULUAN

Kehadiran era digital telah mengubah tatanan kehidupan masyarakat secara fundamental, terutama dalam cara manusia memandang dan mengelola sumber daya finansialnya. Bagi Generasi Z yang tumbuh sebagai *digital native*, media sosial bukan sekadar platform komunikasi, melainkan ruang diskursus utama di mana nilai-nilai mengenai kesuksesan, gaya hidup, dan orientasi masa depan dibentuk.[2] Salah satu fenomena paling menonjol yang muncul dari ekosistem digital ini adalah kehadiran *financial influencer* (*finfluencer*) yang secara masif menyebarkan edukasi, saran investasi, hingga manajemen aset melalui platform populer seperti TikTok, Instagram, dan YouTube. Di satu sisi, fenomena ini mendukung demokratisasi literasi keuangan bagi anak muda. Namun di sisi lain, narasi kebebasan finansial (*financial freedom*) di usia muda yang sering kali dibalut dengan budaya pamer kekayaan (*flexing*) telah menciptakan standar sukses semu[3] yang berbenturan dengan realitas ekonomi nyata.

Urgensi meneliti fenomena ini didorong oleh dampak disruptif *finfluencer* yang memicu bias kognitif dan perilaku *herding* (ikut-ikutan) di kalangan investor muda. Paparan konten visual yang instan memicu "literasi semu", di mana audiens merasa memahami keuangan padahal hanya meniru instruksi tanpa memedulikan profil risiko pribadi dan tanggung jawab etis. Akibat ketidaksiapan filter nilai ini, Generasi Z pekerja di wilayah urban seperti Jabodetabek rentan mengalami kecemasan finansial dan terjebak dalam patologi keuangan digital.[4] Data lapangan dan laporan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan anomali yang mengkhawatirkan, di mana peningkatan inklusi keuangan justru dibarengi dengan maraknya kasus penipuan investasi, perilaku belanja impulsif akibat pesimisme ekonomi (*doom spending*), serta keterjeratan masif dalam pinjaman *online* (pinjol).[5]

Bagi Generasi Z pekerja Kristen, dinamika ini tidak lagi sekadar menyentuh aspek ekonomi teknis, melainkan telah menjadi isu eksistensial yang menguji ranah moralitas dan spiritualitas mereka. Secara ideal, individu Kristen dipandu oleh prinsip penatalayanan alkitabiah (*Christian Stewardship*), yang menegaskan bahwa Allah adalah pemilik mutlak atas segala sesuatu, sedangkan manusia merupakan pengelola amanah yang harus mencari harta dengan integritas dan mengelolanya demi memuliakan Allah.[6] Alkitab secara eksplisit memperingatkan bahaya penghambaan terhadap materi (*mammon*) dan menekankan pentingnya etika proses, kesederhanaan, serta rasa cukup (*contentment*). Namun senyatanya, di tengah tingginya biaya hidup dan tekanan

[2] *Peran Financial Technology Dalam Meningkatkan Literasi Keuangan Pada Generasi Z | Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, October 31, 2023, https://journal.ikopin.ac.id/index.php/coopetition/article/view/3850., 527.

[3] Margareth Dyah Anggraini Widirahayu and Juniana Husna, "Dampak Perbandingan Sosial Di Instagram Terhadap Fomo Dan Social Anxiety Di Era Digital: Sebuah Kajian Deskriptif Pada Mahasiswa," *Jurnal Jejak Hukum Indonesia (JHI)* 1, no. 2 (November 2024): 64–73, https://doi.org/10.63462/d4e4qt60., 65

[4] Margareth Dyah Anggraini Widirahayu and Juniana Husna, "Dampak Perbandingan Sosial Di Instagram Terhadap Fomo Dan Social Anxiety Di Era Digital: Sebuah Kajian Deskriptif Pada Mahasiswa," *Jurnal Jejak Hukum Indonesia (JHI)* 1, no. 2 (November 2024): 64–73, https://doi.org/10.63462/d4e4qt60.

[5] Peter Owen Valentino, Hikman Sirait, and Selviawati Selviawati, "Pinjaman Online dan Krisis Tanggung Jawab Keluarga Kristen," *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 11, no. 6.D (June 2025): 390–400., 391

[6] Ivan Widjaja, *ANALISIS TEOLOGIS DAN IMPLIKASI MANAJEMEN KEUANGAN KELUARGA KRISTEN MENURUT AMSAL 6:6-8*, 7, no. 2 (2023)., 14

perbandingan sosial di Jabodetabek, nilai-nilai ideal tersebut mulai memudar dan bergeser ke arah materialisme modern.[7]

Kesenjangan antara tuntutan iman dan realitas lapangan ini menciptakan medan dialektika yang kompleks, di mana nilai-nilai ekonomi digital yang antroposentris berbenturan langsung dengan nilai-nilai Kristiani yang teosentris. Terjadi sebuah indikasi pergeseran otoritas kepercayaan yang serius, di mana pekerja muda lebih memercayai narasi praktis para figur digital daripada prinsip firman Tuhan.[8] Ironisnya, institusi gereja sejauh ini dinilai belum mampu menyediakan model panduan etika kontekstual yang memadai untuk membimbing jemaat muda menghadapi disrupsi informasi finansial di era digital ini. Akibatnya, timbul problem moralitas berupa pudarnya nilai kesederhanaan, penafsiran berkat Tuhan sebatas kesuksesan materi di media sosial, hingga kerapuhan kerohanian jemaat.

Melihat adanya kekosongan literatur yang secara khusus mengeksplorasi benturan nilai tersebut, artikel ini hadir untuk melakukan tinjauan mendalam mengenai faktor-faktor dialektika nilai *finfluencer* dan nilai Kristiani dalam perilaku keuangan Generasi Z pekerja Kristen di Jabodetabek. Melalui pendekatan kualitatif, studi ini berfokus pada dua sasaran utama: mengidentifikasi faktor digital, sosial, dan iman yang menyebabkan terjadinya dialektika otoritas pengambilan keputusan keuangan, serta merumuskan sebuah konstruksi etika keuangan Kristen yang kontekstual dan integratif. Penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan studi teologi praktika, tetapi juga memberikan landasan praktis bagi gereja untuk menyusun kurikulum bimbingan finansial yang presisi dan menjawab tantangan nyata generasi digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan teologis-kontekstualis guna mengeksplorasi secara mendalam fenomena dialektika nilai di ruang kognitif subjek. Data primer dikumpulkan dari delapan informan yang dipilih melalui teknik *purposive sampling* dengan kriteria inklusi yang ketat[9], yaitu: merupakan Generasi Z pekerja muda berusia 18–29 tahun, beragama Kristen, berdomisili atau aktif bekerja di wilayah metropolitan Jabodetabek, serta secara aktif menggunakan media sosial dan mengikuti konten para *financial influencer* (*finfluencer*). Penentuan subjek dan batasan geografis ini sengaja dirancang untuk menangkap realitas tekanan sosial urban yang tinggi dan kompleksitas disrupsi informasi finansial digital, sehingga data yang diperoleh memiliki tingkat validitas kontekstual yang kuat dan terhindar dari bias generalisasi.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tiga instrumen utama yang saling melengkapi, yaitu wawancara mendalam (*in-depth interview*) semi-terstruktur, observasi digital non-partisipan terhadap pola konsumsi konten, serta studi dokumentasi. Butir-butir pertanyaan dalam panduan wawancara diturunkan secara ketat dari matriks indikator teori yang telah ditetapkan, yang mencakup aspek stimulus *finfluencer* (gaya

[7] Peter Owen Valentino, Hikman Sirait, and Selviawati Selviawati, "Pinjaman Online dan Krisis Tanggung Jawab Keluarga Kristen," *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 11, no. 6.D (June 2025): 390–400.

[8] "Rahasia Perilaku Komsumtif Gen Z," n.d.

[9] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan, Kualitatif, Kuantitatif, R&D, Dan Penelitian Tindakan*, 3rd ed. (Bandung: Alfabeta, 2025).

hidup mewah, *FOMO*, dan patologi keuangan seperti pinjol) serta filter nilai Kristiani (kedaulatan Allah, *stewardship*, etika proses, dan *contentment*). Untuk menjamin keabsahan dan akurasi data lapangan sebelum dianalisis, peneliti menerapkan teknik pengujian keabsahan data melalui triangulasi sumber dan triangulasi metode, guna memverifikasi konsistensi antara narasi subjektif informan dengan realitas perilaku digital mereka.

Proses analisis data dalam penelitian ini menerapkan model Miles dan Huberman yang dimodifikasi ke dalam siklus analisis dialektika kualitatif, meliputi tahapan reduksi data, penyajian data (*data display*), serta penarikan kesimpulan dan verifikasi.[10] Pada tahap reduksi dan penyajian, data transkrip wawancara diklasifikasikan secara tematik ke dalam empat klaster faktor pemicu dialektika, yaitu faktor digital, sosial, iman/teologis, dan perilaku keuangan. Selanjutnya, peneliti melakukan teknik pengambilan kesimpulan melalui sintesis dialektika, yaitu memperjumpakan data sosiologis terkait pengaruh *finfluencer* (tesis) dengan data teologis terkait respons iman informan (antitesis). Proses interaksi aktif antar-perspektif ini dievaluasi secara kritis untuk merumuskan sebuah sintesis baru yang menjadi produk ilmiah penelitian, berupa konstruksi etika keuangan Kristen yang kontekstual bagi Generasi Z di era digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor-faktor Dialektika Nilai *Finfluencer* dan Nilai Kristiani dalam Prilaku Keuangan

Berdasarkan hasil wawancara mendalam terhadap delapan informan serta observasi digital terhadap konten tiga *financial influencer (finfluencer)* utama (Felicia Putri Tjiasaka, Raymond Chin, dan Timothy Ronald melalui platform Lidwina), ditemukan adanya medan dialektika yang sangat aktif dalam ruang kognitif Generasi Z pekerja Kristen di Jabodetabek. Dialektika ini dipicu oleh perjumpaan antara stimulan eksternal media sosial (tesis) dengan filter teologis internal (antitesis). Analisis data secara tematik mengkristalkan empat faktor utama yang memengaruhi dinamika dialektika tersebut:

Faktor Digital: Algoritma dan Literasi Semu (Eksistensi Tesis)

Faktor digital bekerja melalui masifnya paparan konten video pendek (TikTok, Instagram Reels, dan YouTube Shorts) yang didorong oleh algoritma personalisasi.[11] Konten para *finfluencer* sering kali mengemas konsep keuangan yang kompleks ke dalam narasi yang sangat sederhana dan instan. Timothy Ronald, misalnya, secara agresif mempromosikan skema akumulasi kekayaan cepat, sementara Raymond Chin dan Felicia Putri berfokus pada edukasi investasi serta pentingnya kemandirian finansial di usia muda.[12] Paparan visual berupa kemewahan gaya hidup *(flexing)* dan klaim kesuksesan finansial tanpa risiko memicu fenomena literasi semu di kalangan informan.

Literasi semu ini memunculkan bias kognitif di mana informan merasa telah menguasai manajemen keuangan hanya dengan menonton video berdurasi kurang dari satu menit, tanpa memahami profil risiko pribadi mereka. Pola ini menggeser otoritas

[10] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan, Kualitatif, Kuantitatif, R&D, Dan Penelitian Tindakan*, 3rd ed. (Bandung: Alfabeta, 2025).

[11] Rahmatul Ulya et al., "Kepercayaan Followers Terhadap Influencer Dinda Azzura (@Dinzzur) Dalam Mereview Produk Kecantikan Melalui Media Sosial Instagram," *Jurnal Realitas Sosial* 1, no. 1 (June 2025): 35–54, https://doi.org/10.64126/jrs.v1i1.11.

[12] Pani Afnidiani and Arina Himatul Husna, *Konten Investasi Influencer dan Literasi Digital: Analisis Isi terhadap Strategi Komunikasi @Felicia.tjisaka*, 3 (2025).

kebenaran dalam benak pekerja muda; panduan hidup yang semula bersumber pada nilai-nilai Alkitabiah mulai tersubstitusi oleh taktik praktis pasar digital yang bercorak antroposentris.[13]

Faktor Sosial: Realitas Urban dan Patologi Keuangan Digital

Sebagai pekerja muda di wilayah metropolitan Jabodetabek, para informan menghadapi himpitan biaya hidup yang tinggi sekaligus tekanan perbandingan sosial *(social comparison)* [14] di lingkungan kerja dan pergaulan. Kondisi ini menyuburkan patologi keuangan digital yang mewujud dalam fenomena *Fear of Missing Out (FOMO)*, yaitu kecemasan psikologis apabila tidak dapat menyamai standar gaya hidup yang ditampilkan oleh rekan sebaya atau figur digital di media sosial.[15] Ketidakmampuan mengelola kecemasan ini mendorong munculnya perilaku belanja impulsif sebagai bentuk pelarian emosional atas kelelahan mental, atau yang secara akademis dikenal sebagai *doom spending*.

Ketika pendapatan riil mereka tidak mampu menopang gaya hidup urban tersebut, informan rentan terjebak dalam lingkaran setan produk keuangan digital eksploitatif, seperti fitur *PayLater* dan pinjaman online (pinjol).[16] Media sosial berhasil mengaburkan batasan antara kebutuhan esensial *(needs)* dan keinginan konsumtif *(wants)*, menciptakan sebuah krisis identitas di mana harga diri seorang anak muda diukur dari kemampuan konsumsinya.

Faktor Iman/Teologis: Internalisasi Doktrin Kristen (Eksistensi Antitesis)

Di tengah derasnya arus pengaruh eksternal tersebut, faktor iman bertindak sebagai benteng internal (Antitesis) yang menahan laju konsumerisme destruktif.[17] Data lapangan membuktikan bahwa tingkat internalisasi doktrin teologi khususnya pemahaman mengenai Kedaulatan Allah dan Doktrin Providensia (Pemeliharaan Allah) menjadi variabel penentu utama perilaku keuangan informan. Informan yang memiliki pertumbuhan spiritualitas yang sehat memandang materi melalui kacamata teosentris; harta bukanlah tujuan akhir, melainkan sarana yang dititipkan Tuhan untuk dikelola demi kemuliaan-Nya.

Prinsip penguasaan diri dan rasa cukup *(contentment)* yang diajarkan di gereja berfungsi sebagai "titik henti" kognitif ketika informan mulai terpapar oleh ambisi materialistis para *finfluencer*.[18] Iman Kristen memberikan kemandirian berpikir, sehingga pekerja muda mampu mendeteksi kepalsuan narasi kesuksesan instan dan memilih untuk tunduk pada etika proses yang jujur dan tekun.

Faktor Perilaku Keuangan: Dinamika Pengambilan Keputusan

[13] "Rahasia Perilaku Komsumtif Gen Z," n.d.

[14] Yulia Indrawati, *Psikologi Konsumsi Di Era Prekaritas: Memahami Akar Fenomena Doom Spending* (Bandung: Refika Aditama, 2024).

[15] A.Pratama, *Psikologi Konsumen Gen Z Di Megapolitan: Identitas Dan Validasi Digital* (Jakarta: Pustaka Sosiologi, 2025).

[16] Peter Owen Valentino, Hikman Sirait, and Selviawati Selviawati, "Pinjaman Online dan Krisis Tanggung Jawab Keluarga Kristen," *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 11, no. 6.D (June 2025): 390–400.

[17] Ivan Widjaja, *ANALISIS TEOLOGIS DAN IMPLIKASI MANAJEMEN KEUANGAN KELUARGA KRISTEN MENURUT AMSAL 6:6-8*, 7, no. 2 (2023).

[18] Ivan Widjaja, *ANALISIS TEOLOGIS DAN IMPLIKASI MANAJEMEN KEUANGAN KELUARGA KRISTEN MENURUT AMSAL 6:6-8*, 7, no. 2 (2023).

Faktor keempat adalah manifestasi praktis dari pertempuran antara faktor digital, sosial, dan iman dalam keputusan alokasi dana harian informan. Terjadi polarisasi tindakan di lapangan yaitu informan dengan filter iman yang lemah cenderung mengadopsi perilaku spekulatif (seperti menempatkan dana darurat pada instrumen investasi berisiko tinggi demi mengejar keuntungan cepat) dan mengabaikan kewajiban rohani.[19] Sebaliknya, informan yang memegang teguh nilai Kristiani menunjukkan pola alokasi yang seimbang dan bertanggung jawab.

Untuk mempermudah pemahaman mengenai benturan nilai yang terjadi dalam ruang dialektika ini, berikut disajikan tabel komparasi karakteristik antara nilai yang dibawa oleh *finfluencer* dengan nilai Kristiani:

Dimensi Etika	Nilai Populer *Finfluencer* (Tesis)	Nilai Teologis (Antitesis)
Orientasi Utama	**Antroposentris:** Berpusat pada kepuasan diri, validasi sosial, kemandirian finansial mutlak, dan pencapaian ego.	**Teosentris:** Berpusat pada ketaatan kepada Allah, pengakuan kedaulatan-Nya, dan pemuliaan nama-Nya melalui materi.
Status Kekayaan	**Kepemilikan Mutlak:** Harta adalah hasil kerja keras pribadi; individu memiliki otoritas penuh untuk menggunakannya sesuai keinginan.	**Penatalayanan (Stewardship):** Harta adalah titipan amanah dari Allah; manusia hanya bertindak sebagai pengelola yang bertanggung jawab.
Mekanisme Proses	**Akseleratif & Instan:** Menekankan efisiensi, pemanfaatan momentum cepat, dan minimalisasi waktu menuju kekayaan.	**Ketekunan Etis:** Menghargai proses pertumbuhan yang wajar, kerja keras yang jujur, kesabaran, dan hikmat ilahi.
Respon Tren	**Reaktif-Konsumtif (FOMO):** Didorong oleh perbandingan sosial, kecemasan digital, belanja impulsif, dan gaya hidup pamer.	**Responsif-Bersyukur (Contentment):** Memiliki kedamaian batin, rasa cukup atas berkat Tuhan, serta kontrol ketat terhadap keinginan jasmani.

Konstruksi Etika Keuangan Kristen Kontekstual bagi Generasi Z di Era Digital

Otoritas Ilahi (Kedaulatan Allah)

Prinsip penatalayanan meredefinisi status manusia dari "pemilik independen" menjadi "pengelola amanah". Segala penghasilan, gaji, dan bonus yang diterima oleh pekerja muda di Jabodetabek diakui sebagai berkat titipan yang bersumber dari kemurahan Allah (Providensia).[20] Konsekuensi logis dari elemen ini adalah tuntutan pertanggungjawaban etis dalam setiap transaksi keuangan. Manajemen keuangan tidak lagi dipandang sebagai urusan sekuler yang terpisah dari iman, melainkan bagian utuh dari ibadah harian. Praktik nyata dari elemen ini adalah penempatan kewajiban rohani (Persepuluhan dan Diakonia/Aksi Sosial) sebagai prioritas alokasi anggaran yang paling utama, mendahului kebutuhan konsumtif pribadi, sebagai bentuk pengakuan konkret atas penyediaan Tuhan.

Prinsip Penatalayanan (*Christian Stewardship*)

Prinsip penatalayanan meredefinisi status manusia dari "pemilik independen" menjadi "pengelola amanah". Segala penghasilan, gaji, dan bonus yang diterima oleh pekerja muda di Jabodetabek diakui sebagai berkat titipan yang bersumber dari kemurahan Allah (providensia). Konsekuensi logis dari elemen ini adalah tuntutan

[19] "Rahasia Perilaku Komsumtif Gen Z," n.d.
[20] Ivan Widjaja, *ANALISIS TEOLOGIS DAN IMPLIKASI MANAJEMEN KEUANGAN KELUARGA KRISTEN MENURUT AMSAL 6:6-8*, 7, no. 2 (2023).

pertanggungjawaban etis dalam setiap transaksi keuangan. Manajemen keuangan tidak lagi dipandang sebagai urusan sekuler yang terpisah dari iman, melainkan bagian utuh dari ibadah harian. Praktik nyata dari elemen ini adalah penempatan kewajiban rohani (Persepuluhan dan Diakonia/Aksi Sosial) sebagai prioritas alokasi anggaran yang paling utama, mendahului kebutuhan konsumtif pribadi, sebagai bentuk pengakuan konkret atas penyediaan Tuhan.

Prinsip Rasa Cukup (*Contentment*)

Rasa cukup *(contentment)* adalah elemen psikologis-spiritual yang berfungsi sebagai jangkar internal penolak fenomena *FOMO* dan kecanduan belanja digital. Mengacu pada pengajaran Rasul Paulus dalam 1 Timotius 6:6, rasa cukup yang disertai ibadah adalah keuntungan besar. Elemen ini mengonstruksi paradigma baru di dalam benak Gen Z pekerja Kristen bahwa kebahagiaan sejati tidak ditentukan oleh kepemilikan barang-barang mewah atau pemenuhan standar gaya hidup metropolitan, melainkan oleh kedamaian relasi dengan Kristus. *Contentment* memberikan ketenangan jiwa di tengah hiruk-pikuk kompetisi sosial media, membebaskan anak muda dari kecemasan finansial semu, dan menjadi tameng utama yang menghindarkan mereka dari jeratan utang konsumtif (pinjol dan *PayLater*).

Integritas Konsumsi (Kemandirian Kognitif-Kritis)

Elemen keempat merupakan manifestasi operasional dari integrasi antara literasi keuangan yang sehat dengan ketundukan spiritual. Integritas konsumsi melatih Generasi Z untuk memiliki kemandirian kognitif, sehingga mereka mampu bersikap kritis dan selektif terhadap setiap ajakan konsumsi atau investasi di media sosial. Konstruksi ini tidak melarang pekerja muda untuk menikmati hasil jerih payahnya melalui mekanisme penghargaan diri *(self-reward)*, tetapi *self-reward* tersebut harus dilakukan secara bertanggung jawab di dalam batasan anggaran yang terkontrol ketat, bukan berdasarkan impulsivitas emosional *(doom spending)*. Integritas konsumsi memastikan bahwa seluruh aktivitas ekonomi yang dilakukan mencerminkan karakter Kristus yang disiplin, jujur, bijaksana, dan berdampak bagi kesejahteraan sesama.

Melalui implementasi menyeluruh dari keempat elemen etika keuangan ini, perilaku ekonomi Generasi Z pekerja Kristen di Jabodetabek mengalami transformasi spiritual. Pengelolaan keuangan di era digital berubah dari sekadar kalkulasi angka teknis-akuntansi menjadi sebuah perwujudan iman yang hidup, dewasa, dan kontekstual di tengah tantangan zaman modern.

Perilaku Keuangan sebagai Refleksi Spiritual Perilaku keuangan informan tercermin dalam sikap rasa cukup (*contentment*) dan prioritas kewajiban rohani seperti persepuluhan. Penemuan ini membuktikan bahwa nilai Kristiani tidak bersifat pasif, melainkan aktif mentransformasi cara individu merespons pengaruh digital. Ekonomi dipandang bukan sekadar transaksi material, melainkan sarana untuk menyatakan kemuliaan Allah dalam dunia kerja yang kompetitif.

KESIMPULAN

Tinjauan terhadap faktor-faktor dialektika nilai dalam penelitian ini menyimpulkan bahwa nilai-nilai Kristiani memberikan landasan kokoh bagi Generasi Z untuk menavigasi pengaruh *finfluencer*. Model dialektika ini menunjukkan bahwa integrasi prinsip teologis

ke dalam praktik finansial sangat efektif dalam menciptakan kemandirian kognitif dan integritas moral. Temuan ini memberikan kontribusi pada pengembangan teologi ekonomi yang praktis dan kontekstual bagi generasi muda di tengah tantangan zaman digital.

DAFTAR PUSTAKA

Afnidiani, Pani, and Arina Himatul Husna. *Konten Investasi Influencer dan Literasi Digital: Analisis Isi terhadap Strategi Komunikasi @Felicia.tjisaka*. 3 (2025).

A.Noer Chalifah Ramadhany. "PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MENDORONG GAYA HIDUP KONSUMTIF DI KALANGAN REMAJA KOMUNITAS PESISIR." *EDUSOS: Jurnal Edukasi Dan Ilmu Sosial* 2, no. 01 (June 2025): 18–25. https://doi.org/10.62330/edusos.v2i01.291.

A.Pratama. *Psikologi Konsumen Gen Z Di Megapolitan: Identitas Dan Validasi Digital*. Jakarta: Pustaka Sosiologi, 2025.

Bliese, Richard H., and Stephanie Bliese. *The Stewardship of Money and Wealth within God's Economy: Five Exercises for Christians*. n.d.

Buskirk, Gregory P. Van. "STEWARDSHIP AND RESPONSE: John Wesley's Moral-Theological Economics." *MAHABBAH: Journal of Religion and Education* 2, no. 2 (July 2021): 113–29. https://doi.org/10.47135/mahabbah.v2i2.29.

Laturette, Kazia, Luky Patricia Widianingsih, and Lucky Subandi. "Literasi Keuangan Pada Generasi Z." *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)* 9, no. 1 (April 2021): 131–39. https://doi.org/10.26740/jpak.v9n1.p131-139.

Miradji, Mohamad Afrizal, Bayuadi, Walbertus Agung Setio Vercelly, Rizky Pratama Lafizha Putra, Erina Tri Widyastuti, and Usmawanti. "DI BALIK CUAN KONTEN: EKSPLORASI STRATEGI PENGELOLAAN KEUANGAN OLEH GEN Z DI DUNIA DIGITAL." *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 3, no. 1 (April 2025): 35–47. https://doi.org/10.36456/fp145h25.

Otoritas Jasa Keuangan. *Laporan Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan: Fokus Pada Demografi Generasi Z*. OJK/2024/SNLK/GENZ. Jakarta: OJK RI, 2024. https://www.ojk.go.id/id/data-dan-statistik/laporan-survei-nasional-2024.

Parihala, Yohanes. "Digital Stewardship: A Synthesis of Faith and Financial Technology." *International Journal of Reformed Theology* 12, no. 1 (2024): 28–45. https://doi.org/https://doi.org/10.1163/24056065-01201003.

Purwanto, Hadi, Delfi Yandri, and Maulana Prawira Yoga. "PERKEMBANGAN DAN DAMPAK FINANCIAL TECHNOLOGY (FINTECH) TERHADAP PERILAKU MANAJEMEN KEUANGAN DI MASYARAKAT." *KOMPLEKSITAS: JURNAL ILMIAH MANAJEMEN, ORGANISASI DAN BISNIS* 11, no. 1 (June 2022): 80–91. https://doi.org/10.56486/kompleksitas.vol11no1.220.

Purwonugroho, Daniel Pesah. "Peran Gereja Dalam Membangun Keimanan Gen Y & Z Pada Era Revolusi Industri 4.0 & Society 5.0." *Ritornera - Jurnal Teologi Pentakosta Indonesia* 3, no. 3 (December 2024): 182–92. https://doi.org/10.54403/rjtpi.v3i3.75.

Ramadhani, Anindhia Renata, Annisa Lutfia Hermawati, and Falih Akbar Pratama. *PENGARUH LITERASI KEUANGAN MELALUI PLATFROM MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP PENGELOLAAN KEUANGAN GENERASI Z*. 2024.

Simbolon, Andreas Kongres Pardingotan, Farel Yosua Sualang, and Winardi Tarigan. "Penguasaan Diri Dalam Pembentukan Karakter: Telaah Eksegesis Amsal 16:32." *Didache: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristen* 6, no. 2 (June 2025): 124–38. https://doi.org/10.55076/didache.v6i2.384.

Sinaga, Boby Andika. "KRISIS IDENTITAS IMAN DI KALANGAN MAHASISWA KRISTEN: TANTANGAN BAGI PENDIDIKAN AGAMA KRISTEN DI ERA DIGITAL." *CHARISMO: Jurnal Teologi dan Pendidikan Agama Kristen* 4, no. 1 (2025): 12–23. https://doi.org/https://ejournal.sttpresbyterianmedan.ac.id/index.php/charismo/article/download/90/41.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif: Untuk Penelitian Yang Bersifat Eksploratif, Enterpretif, Interaktif, Dan Konstruktif*. Bandung: Alfabeta, 2022.

Valentino, Peter Owen, Hikman Sirait, and Selviawati Selviawati. "Pinjaman Online dan Krisis Tanggung Jawab Keluarga Kristen." *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 11, no. 6.D (June 2025): 390–400.

Widjaja, Ivan. *ANALISIS TEOLOGIS DAN IMPLIKASI MANAJEMEN KEUANGAN KELUARGA KRISTEN MENURUT AMSAL 6:6-8*. 7, no. 2 (2023).

Yuliandi, Feri, and Ocean Press. *Rahasia Perilaku Konsumtif Gen Z (Melalui Media Sosial Dan Korea Wave)*. 2025.