

## TINGKAT LITERASI PRODUK ASURANSI JIWA & KESEHATAN DI KALANGAN GENERASI Z SEBAGAI *DIGITAL NATIVE* : PENGARUH NILAI BUDAYA, TEKANAN SOSIAL DAN TEKNOLOGI DIGITAL

Vita Dian Putri<sup>1</sup>; I Made Indra<sup>2</sup>

Sekolah Tinggi Manajemen Asuransi Trisakti, Jakarta<sup>1,2</sup>  
Email : vitadianp@gmail.com<sup>1</sup>; indraimade1@gmail.com<sup>2</sup>

### ABSTRAK

Generasi Z merupakan *digital natives* dengan akses tinggi terhadap teknologi digital, namun literasi dan pemahaman mereka mengenai produk asuransi masih menjadi tantangan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif melalui survei daring terhadap 130 mahasiswa berusia 19-23 tahun di wilayah Jakarta dan sekitarnya, yang dipilih dengan teknik *purposive sampling*. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh parsial dan simultan antarvariabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai budaya, tekanan sosial, dan teknologi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap literasi asuransi, dengan teknologi digital sebagai prediktor paling dominan ( $\beta = 0,595$ ). Namun peningkatan pemahaman melalui teknologi tidak selalu diikuti kemampuan menerapkan pengetahuan tersebut, yang mencerminkan adanya *knowing-doing gap* dan paradoks digital pada Generasi Z. Preferensi dan cara mereka memaknai proteksi tetap dipengaruhi oleh nilai keluarga, dinamika sosial digital, serta prioritas kehidupan sehari-hari. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan literasi asuransi memerlukan pendekatan yang tidak hanya berfokus pada penyediaan informasi, tetapi juga pada proses internalisasi nilai serta pengembangan literasi aplikatif sepanjang tahapan kehidupan, sehingga pengetahuan yang diperoleh lebih mudah diterapkan dalam memahami risiko dan konsep perlindungan.

Kata Kunci : Literasi Asuransi; Generasi Z; Teknologi Digital; Nilai Budaya; Tekanan Sosial

### ABSTRACT

Generation Z, despite being digital natives with extensive access to digital technology, continues to face challenges in understanding insurance products. A quantitative associative approach was employed through an online survey of 130 university students aged 19-23 in the Jakarta and surrounding area, selected using *purposive sampling*. Multiple linear regression analysis was conducted to examine partial and simultaneous effects among variables. The results show that cultural values, social pressure, and digital technology have a positive and significant influence on insurance literacy, with digital technology emerging as the most dominant predictor ( $\beta = 0.595$ ). However, increased understanding through digital exposure does not always translate into the ability to apply such knowledge, reflecting a *knowing-doing gap* and a digital paradox among Generation Z. Their interpretation of protection concepts remains shaped by family values, digital social dynamics, and everyday priorities. These findings highlight that improving insurance literacy requires not only information provision but also value internalization and the development of applied literacy across life stages, so that acquired knowledge can be more readily applied in understanding risk and protection concepts).

Keywords : Insurance Literacy; Generation Z; Digital Technology; Cultural Values; Social Pressure

### PENDAHULUAN

Generasi Z, yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 (saat ini berada pada rentang usia 13 - 28 tahun) merupakan kelompok usia produktif yang tumbuh dan berkembang di tengah

penetrasi teknologi digital yang masif. Generasi Z dikenal adaptif dalam aktivitas daring (Jordan & Nuringsih, 2023). Berdasarkan Sensus Penduduk 2020, jumlah penduduk Indonesia mencapai 270,2 juta jiwa, dengan Gen Z sebagai kelompok terbesar, yakni 75,49 juta jiwa (26,46 persen), menjadikannya segmen demografi dominan setelah generasi milenial. Pada tahun 2027, seluruh Gen Z akan memasuki usia produktif yang berpotensi besar untuk mendorong pertumbuhan ekonomi, inovasi dan perubahan sosial (Badan Pusat Statistik, 2020).

Konsep digital native yang diperkenalkan oleh Prensky (2001) menggambarkan generasi yang tumbuh dengan teknologi sejak usia dini (Prensky, 2001). Meskipun memiliki kemudahan akses informasi dan kemampuan teknologi yang tinggi, hal tersebut tidak secara otomatis berbanding lurus dengan tingkat literasi keuangan maupun literasi asuransi. Penelitian menunjukkan bahwa pemahaman terhadap konsep keuangan, termasuk asuransi, tetap dipengaruhi oleh faktor lain seperti pengalaman, pendidikan, serta konteks sosial dan budaya (Vartiainen et al., 2024).

Berdasarkan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Otoritas Jasa Keuangan (Otoritas Jasa Keuangan, 2022), tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia baru mencapai 49%, dan literasi asuransi bahkan lebih rendah, yakni sekitar 19,4%. Meskipun laporan 2023 mencatat adanya peningkatan literasi asuransi menjadi 31,7%, angka ini tetap menunjukkan masih rendahnya pemahaman masyarakat, khususnya Generasi Z. Survei terbaru OJK (Otoritas Jasa Keuangan, 2024) memang melaporkan angka literasi asuransi mencapai 76,2%, namun data ini masih karena cakupannya sering kali tidak memisahkan secara khusus asuransi jiwa dan kesehatan, sehingga kesenjangan pemahaman substantif tetap menjadi masalah penting. Perlu digarisbawahi, semua survei ini mengukur pemahaman umum, bukan per jenis asuransi. Jadi peningkatan ini belum tentu mencerminkan pemahaman yang lebih dalam tentang produk asuransi jiwa dan kesehatan.

Fenomena ini diperkuat oleh temuan yang menunjukkan bahwa meskipun Generasi Z memiliki akses informasi yang luas, tingkat literasi keuangan mereka masih relatif rendah sehingga pemahaman terhadap asuransi tidak sebanding dengan ketersediaan informasi. Penelitian terbaru menegaskan bahwa faktor yang paling menentukan dalam membentuk pemahaman positif justru terletak pada bagaimana Generasi Z menilai manfaat asuransi, sehingga aspek edukasi mengenai manfaat produk menjadi semakin penting (Darwin & Gularso, 2024). Survei (Populix, 2023) misalnya, mencatat bahwa selain daripada 29% responden merasa premi mahal, 25% responden merasa kurang memahami manfaat asuransi, dan 18% menganggap prosedur klaim terlalu berbelit. Pola serupa juga ditemukan di tingkat internasional, misalnya survei (Center For Insurance Policy and Research, 2024) yang menunjukkan hanya 1 dari 4 Gen Z di Amerika Serikat mampu mendefinisikan istilah dasar polis asuransi, yang

memperkuat indikasi adanya kesenjangan pemahaman substantif.

Selain itu, kajian literatur menunjukkan bahwa penelitian sebelumnya cenderung meninjau faktor budaya, sosial, atau teknologi secara terpisah, dan masih terbatas yang mengintegrasikan ketiganya secara simultan dalam konteks literasi asuransi pada Generasi Z. Hal ini menunjukkan adanya research gap dalam memahami interaksi antara faktor teknologi digital, nilai budaya, dan tekanan sosial terhadap literasi asuransi.

Secara teoretis, penelitian ini menggunakan Teori Literasi Keuangan (Huston, 2010) untuk menjelaskan hubungan pengetahuan, keterampilan, dan sikap dalam pengambilan keputusan keuangan, Dimensi Budaya (Hofstede, 2011) dan *Cultural Finance* untuk memahami peran nilai kolektivisme dan religiusitas, Teori *Social Influence* (Cialdini & Goldstein, 2004) untuk menganalisis pengaruh lingkungan sosial, serta *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) (Davis, 1989) untuk mengevaluasi penerimaan teknologi digital oleh Generasi Z. Pemilihan teori-teori ini didasarkan pada kesesuaiannya untuk menguraikan hubungan antara faktor individual, sosial-budaya, dan teknologi terhadap perilaku keuangan.

Selain berkontribusi pada pengayaan literatur, penelitian ini diharapkan memberikan manfaat praktis bagi perusahaan asuransi, regulator, dan pembuat kebijakan untuk merancang strategi literasi yang relevan secara budaya, memanfaatkan teknologi digital secara optimal, dan mengelola pengaruh tekanan sosial. Salah satu arah solusi yang dapat diusulkan dari temuan ini adalah memosisikan asuransi sebagai bagian dari gaya hidup (*lifestyle branding*), sehingga dapat diadopsi secara organik oleh Generasi Z melalui strategi komunikasi kreatif, dukungan *peer influence*, dan pengalaman digital yang interaktif. Dengan demikian, peningkatan literasi asuransi tidak hanya dapat dicapai melalui edukasi formal, tetapi juga melalui pembentukan persepsi positif yang terintegrasi dalam keseharian generasi ini.

#### **TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

Berbagai kajian sebelumnya menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan dan asuransi dipengaruhi oleh faktor sosial, budaya, serta perkembangan teknologi. Dalam konteks Generasi Z sebagai digital native, ketiga faktor tersebut menjadi semakin relevan karena mereka hidup dalam lingkungan yang terintegrasi antara interaksi sosial dan teknologi digital. Namun demikian, sebagaimana ditegaskan dalam penelitian ini, kemudahan akses informasi digital tidak secara otomatis menghasilkan pemahaman maupun penerapan konsep keuangan yang memadai, sehingga menunjukkan adanya kesenjangan antara pengetahuan dan implementasi dalam perilaku keuangan.

Dari perspektif budaya, penelitian oleh Trinh et al. (2023) menunjukkan bahwa budaya nasional, khususnya dimensi kolektivisme, memiliki pengaruh signifikan terhadap konsumsi

asuransi. Temuan ini diperkuat oleh Zhang et al. (2024) yang menyatakan bahwa masyarakat dengan budaya kolektif cenderung memiliki tingkat partisipasi asuransi yang lebih rendah karena adanya ketergantungan pada dukungan sosial. Kedua studi tersebut memiliki kesamaan dalam menekankan bahwa nilai budaya berperan dalam membentuk persepsi risiko dan kebutuhan terhadap perlindungan finansial. Namun demikian, fokus penelitian tersebut masih terbatas pada aspek perilaku konsumsi asuransi, sehingga belum secara langsung menjelaskan bagaimana nilai budaya membentuk tingkat literasi atau pemahaman individu terhadap produk asuransi, khususnya dalam konteks Generasi Z di Indonesia yang memiliki karakter kolektifisme yang kuat.

Selain faktor budaya, tekanan sosial juga berperan dalam membentuk perilaku keuangan. Penelitian She et al. (2021) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial yang intens dapat mendorong perilaku konsumtif yang berdampak pada kesejahteraan finansial generasi muda. Sebaliknya, Shi et al. (2022) menemukan bahwa media digital dapat meningkatkan sikap positif terhadap produk keuangan, termasuk asuransi, melalui penyebaran informasi dan pembentukan persepsi manfaat. Kedua temuan ini menunjukkan adanya perbedaan arah pengaruh tekanan sosial, di mana media sosial dapat menjadi sumber edukasi sekaligus sumber tekanan konsumtif. Hal ini mengindikasikan bahwa peran tekanan sosial terhadap literasi asuransi masih bersifat ambivalen dan kontekstual, terutama pada Generasi Z yang sangat terpapar interaksi sosial digital.

Di sisi lain, perkembangan teknologi digital memberikan peluang besar dalam meningkatkan literasi keuangan dan asuransi. Penelitian Kusumawati et al. (2025) yang menegaskan bahwa kemudahan akses dan manfaat teknologi digital dapat meningkatkan pemahaman individu terhadap produk keuangan. Hal ini sejalan dengan kerangka Technology Acceptance Model (TAM) dan UTAUT yang menekankan pentingnya persepsi kemudahan dan kegunaan dalam adopsi teknologi. Namun demikian, sebagaimana ditunjukkan dalam penelitian ini, peningkatan akses teknologi tidak selalu diikuti dengan peningkatan pemahaman yang mendalam maupun penerapan dalam perilaku keuangan, sehingga menunjukkan adanya kesenjangan antara informasi yang tersedia dan kemampuan individu dalam menginternalisasikannya menjadi keputusan finansial.

Selain itu, sebagian besar penelitian terdahulu masih berfokus pada literasi keuangan secara umum atau pada adopsi teknologi keuangan, seperti Insurtech, dan belum secara spesifik mengkaji literasi asuransi jiwa dan kesehatan. Padahal, karakteristik produk asuransi yang kompleks menuntut pemahaman yang lebih mendalam dibandingkan produk keuangan lainnya. Dalam konteks Indonesia, kondisi ini menjadi semakin penting karena tingkat literasi asuransi

masih relatif rendah dibandingkan literasi keuangan secara umum, serta belum mencerminkan pemahaman substantif terhadap produk asuransi jiwa dan kesehatan

Berdasarkan uraian tersebut, terdapat beberapa celah penelitian (*research gap*) yang dapat diidentifikasi. Pertama, penelitian sebelumnya cenderung menganalisis faktor budaya, tekanan sosial, dan teknologi digital secara parsial, sehingga belum menjelaskan bagaimana ketiganya berinteraksi secara simultan dalam membentuk literasi asuransi. Kedua, terdapat inkonsistensi temuan terkait pengaruh tekanan sosial dan teknologi digital terhadap perilaku dan pemahaman keuangan. Ketiga, masih terbatas penelitian yang secara spesifik membahas literasi asuransi jiwa dan kesehatan pada Generasi Z dalam konteks Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah tersebut dengan mengintegrasikan ketiga faktor tersebut dalam satu model analisis, serta menyoroti adanya fenomena *knowing-doing gap* sebagai bentuk kontribusi konseptual dalam memahami literasi asuransi pada Generasi Z.

Dengan demikian, hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H1: Nilai budaya berpengaruh signifikan terhadap literasi asuransi jiwa dan kesehatan Generasi Z di Indonesia melalui prioritas dan persepsi yang terbentuk.

H2: Tekanan sosial berpengaruh signifikan terhadap literasi asuransi jiwa dan kesehatan Generasi Z di Indonesia melalui perilaku konsumtif yang terbentuk.

H3: Teknologi digital berpengaruh signifikan terhadap literasi asuransi jiwa dan kesehatan Generasi Z di Indonesia melalui perluasan akses dan edukasi.

H4: Nilai budaya, tekanan sosial, dan teknologi digital secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap literasi asuransi jiwa dan kesehatan Generasi Z di Indonesia.

#### **METODE PENELITIAN**

Metode adalah suatu cara kerja yang dapat digunakan untuk memperoleh sesuatu. Sedangkan metode penelitian dapat diartikan sebagai tata cara kerja di dalam proses penelitian, baik dalam pencarian data ataupun pengungkapan fenomena yang ada (Zulkarnaen, W., et al., 2020). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan untuk menganalisis hubungan dan pengaruh antara nilai budaya, tekanan sosial, dan teknologi digital terhadap literasi asuransi jiwa dan kesehatan pada Generasi Z. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara daring kepada responden. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Generasi Z yang berdomisili di wilayah Jabodetabek, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* berdasarkan kriteria tertentu, yaitu berusia 19–23 tahun, berstatus mahasiswa aktif, serta belum memiliki pekerjaan tetap. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 130 responden.

Penelitian ini menggunakan empat variabel utama, yaitu nilai budaya, tekanan sosial, teknologi digital sebagai variabel independen, serta literasi asuransi sebagai variabel dependen.

Indikator variabel nilai budaya disusun berdasarkan dimensi budaya (Hofstede, 2011) yang mencerminkan kolektivisme dan nilai sosial. Variabel tekanan sosial diukur menggunakan konsep *social influence* yang mencakup pengaruh lingkungan sosial dan media digital (Cialdini & Goldstein, 2004). Variabel teknologi digital diukur berdasarkan persepsi kemudahan dan manfaat penggunaan teknologi mengacu pada *Technology Acceptance Model* (TAM) dan UTAUT (Davis, 1989); (Venkatesh et al., 2003). Sementara itu, variabel literasi asuransi diukur berdasarkan pemahaman, pengetahuan, dan kemampuan individu dalam mengambil keputusan terkait produk asuransi (Huston, 2010).

Instrumen penelitian menggunakan skala Likert dengan rentang 1 sampai 5, di mana 1 menunjukkan “sangat tidak setuju” dan 5 menunjukkan “sangat setuju”. Sebelum dilakukan analisis, data diuji terlebih dahulu melalui uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan kualitas instrumen penelitian, serta uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Selanjutnya, analisis data dilakukan menggunakan metode regresi linier berganda untuk menguji pengaruh parsial dan simultan antar variabel independen terhadap variabel dependen. Pengolahan data dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan perangkat lunak statistik, sehingga hasil analisis diharapkan mampu memberikan gambaran empiris yang akurat mengenai faktor-faktor yang memengaruhi literasi asuransi pada Generasi Z.

### HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI

Penelitian ini menggunakan 130 responden yang merupakan mahasiswa Generasi Z di wilayah Jabodetabek. Karakteristik responden disajikan pada Tabel 1 hingga Tabel 4, yang menunjukkan distribusi responden berdasarkan jenis kelamin, usia, domisili, serta kepemilikan asuransi. Secara umum, responden memiliki karakteristik yang homogen sesuai dengan kriteria penelitian, yaitu mahasiswa aktif berusia 19–23 tahun.

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif pada Tabel 5, variabel teknologi digital memiliki nilai rata-rata tertinggi dibandingkan variabel lainnya, yang menunjukkan bahwa responden memiliki tingkat akses dan pemanfaatan teknologi yang tinggi. Sementara itu, variabel literasi asuransi menunjukkan nilai rata-rata yang relatif lebih rendah, yang mengindikasikan bahwa pemahaman terhadap produk asuransi masih belum optimal meskipun akses terhadap informasi sangat luas.

#### Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan melihat korelasi antara skor masing-masing indikator dengan skor total variabel. Berdasarkan hasil pengujian, seluruh indikator memiliki nilai korelasi ( $r$  hitung) yang lebih besar dari  $r$  tabel (0,172), sehingga seluruh item pernyataan dinyatakan valid dan layak digunakan dalam penelitian.

#### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan menggunakan *Cronbach's Alpha* untuk mengukur tingkat konsistensi instrumen. Berdasarkan hasil pengujian, seluruh variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,70, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat reliabilitas yang baik dan konsisten.

#### Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas yang disajikan pada Tabel 6 menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar  $0,200 > 0,05$ , sehingga data dinyatakan berdistribusi normal. Selanjutnya, hasil uji multikolinearitas pada Tabel 7 menunjukkan bahwa nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) kurang dari 10, sehingga tidak terdapat gejala multikolinearitas dalam model penelitian. Hasil uji heteroskedastisitas pada Tabel 8 menunjukkan bahwa tidak terdapat pola tertentu pada residual, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi terbebas dari heteroskedastisitas. Selain itu, hasil uji autokorelasi pada Tabel 9 menunjukkan nilai *Durbin-Watson* sebesar 1,917, berada dalam rentang bebas autokorelasi (1,5–2,5), sehingga tidak terdapat masalah autokorelasi dalam model.

#### Uji Hipotesis

Hasil analisis regresi linier berganda yang disajikan pada Tabel 10 menunjukkan bahwa nilai budaya, tekanan sosial, dan teknologi digital berpengaruh positif terhadap literasi asuransi. Variabel teknologi digital memiliki pengaruh paling dominan dengan nilai koefisien sebesar  $\beta = 0,595$ . Selanjutnya, hasil uji simultan pada Tabel 11 menunjukkan bahwa nilai budaya, tekanan sosial, dan teknologi digital secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap literasi asuransi. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05, sehingga model penelitian dinyatakan layak. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada Tabel 12 menunjukkan bahwa variabel nilai budaya, tekanan sosial, dan teknologi digital mampu menjelaskan variasi literasi asuransi secara signifikan, sementara sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai budaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap literasi asuransi Generasi Z, sejalan dengan dimensi kolektivisme Hofstede yang menempatkan keluarga dan komunitas sebagai rujukan utama dalam keputusan keuangan. Dalam konteks Indonesia, diskusi keluarga, pengalaman orang tua, dan norma proteksi menjadi faktor pembentuk kesadaran asuransi. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Trinh et al., 2023) dan (Zhang et al., 2024) yang menunjukkan bahwa dimensi budaya nasional, terutama kolektivisme, berpengaruh signifikan terhadap konsumsi produk asuransi.

Tekanan sosial juga berpengaruh signifikan, menunjukkan bahwa teman sebaya, lingkungan kampus, dan media sosial menjadi sumber referensi penting dalam membentuk

pemahaman asuransi. Temuan ini sejalan dengan (Shi et al., 2022) yang menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dan lingkungan sosial digital mampu membentuk sikap positif terhadap proteksi finansial dan meningkatkan niat membeli asuransi kesehatan..

Teknologi digital menjadi faktor paling dominan, mencerminkan karakter Generasi Z sebagai digital natives. Temuan ini sejalan dengan TAM dan UTAUT yang menekankan peran persepsi kemudahan dan kegunaan dalam adopsi teknologi, serta didukung oleh (Kusumawati et al., 2025) menunjukkan bahwa literasi digital berperan dominan dalam meningkatkan literasi keuangan Generasi Z.

### KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai budaya, tekanan sosial, dan teknologi digital memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap literasi asuransi jiwa dan kesehatan pada Generasi Z, baik secara parsial maupun simultan. Nilai budaya berperan dalam membentuk cara pandang individu terhadap risiko dan perlindungan finansial melalui pengaruh keluarga, seperti kebiasaan diskusi keuangan dan contoh perilaku proteksi. Tekanan sosial juga terbukti memengaruhi persepsi dan sikap terhadap asuransi melalui interaksi dengan lingkungan pertemanan, komunitas, serta media sosial. Sementara itu, teknologi digital menjadi faktor yang paling dominan, yang menunjukkan bahwa media digital, aplikasi keuangan, dan sumber informasi daring menjadi sarana utama pembelajaran asuransi bagi Generasi Z.

Namun demikian, tingginya akses terhadap informasi tidak sepenuhnya diikuti dengan peningkatan kepemilikan asuransi, sehingga menunjukkan adanya kesenjangan antara pemahaman dan praktik (*knowing-doing gap*). Hal ini mengindikasikan bahwa literasi asuransi Generasi Z secara kognitif relatif baik, tetapi belum sepenuhnya terinternalisasi dalam bentuk perilaku nyata.

Berdasarkan temuan tersebut, peningkatan literasi asuransi perlu dilakukan melalui pendekatan yang tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga berbasis perilaku dan kontekstual. Industri asuransi disarankan untuk mengembangkan edukasi digital yang interaktif dan relevan dengan gaya hidup Generasi Z, seperti konten berbasis media sosial, simulasi risiko, dan pendekatan berbasis pengalaman (*story-based learning*). Selain itu, kuatnya pengaruh nilai budaya menunjukkan pentingnya pendekatan berbasis keluarga sebagai *entry point* dalam membangun kebiasaan proteksi sejak dini. Pemanfaatan komunitas dan influencer edukatif yang kredibel juga menjadi strategi penting untuk meningkatkan kepercayaan dan mendorong adopsi asuransi.

Di sisi lain, lembaga pendidikan perlu mengintegrasikan literasi asuransi secara eksplisit dalam kurikulum melalui pendekatan berbasis kasus dan simulasi, sehingga mahasiswa tidak hanya memahami konsep, tetapi juga mampu mengaplikasikannya dalam kehidupan nyata.

Regulator juga diharapkan dapat memperkuat kebijakan literasi keuangan berbasis siklus hidup serta mendorong sinergi antara industri, pendidikan, dan pemerintah untuk menciptakan ekosistem literasi yang berkelanjutan.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada ruang lingkup responden yang terbatas pada wilayah Jabodetabek serta penggunaan pendekatan *cross-sectional* berbasis kuesioner, sehingga belum mampu menggambarkan dinamika perilaku dalam jangka panjang. Selain itu, variabel penelitian masih terbatas pada faktor budaya, sosial, dan teknologi, sehingga belum mencakup faktor lain seperti tingkat kepercayaan, pengalaman klaim, dan kondisi ekonomi.

Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan wilayah penelitian, menambahkan variabel yang lebih komprehensif, serta menggunakan pendekatan longitudinal atau metode campuran (*mixed methods*). Penelitian berbasis intervensi juga dapat dikembangkan untuk menguji efektivitas program literasi asuransi, khususnya yang terintegrasi dalam lingkungan pendidikan dan keluarga.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2020). *Hasil Sensus Penduduk 2020*.
- Center For Insurance Policy and Research. (2024). *Financial Inclusion* (Nomor July).
- Cialdini, R. B., & Goldstein, N. J. (2004). Social Influence: Compliance and Conformity. *Annual Review of Psychology*, 55(1), 591–621.  
<https://doi.org/10.1146/annurev.psych.55.090902.142015>
- Darwin, D., & Gularso, K. (2024). The Influence of Perceived Benefits, Financial Literacy, and Demographics on Health Insurance Purchase Intention by Gen Z Which is Mediated by Attitude. *Return : Study of Management, Economic and Bussines*, 3(9), 647–664.  
<https://doi.org/10.57096/return.v3i9.276>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Hofstede, G. (2011). *Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context*. 2, 26.
- Huston, S. J. (2010). Measuring Financial Literacy. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 296–316. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2010.01170.x>
- Jordan, A., & Nuringasih, K. (2023). Understanding Financial Behavior In Generation Z. *International Journal of Application on Economics and Business*, 1(4).  
<https://doi.org/10.24912/ijaeb.v1i4.2535-2546>
- Kusumawati, A., Nurrahman, A., Andro, R., Nugraha, Z., Achmadi, C. R., Saputri, A., & Makarim, M. H. (2025). Peran Social Capital dan Literasi Digital dalam Meningkatkan Literasi Keuangan Syariah Generasi Z di Era Digital. *Jurnal Inovasi Ekonomi Syariah dan Akuntansi*, 2(2), 16–27.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2022*.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2024). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2024*. In *Otoritas Jasa Keuangan*.
- Populix. (2023). *Indonesia's Perceptions and Attitude Towards Health & Life Insurance Products* (Nomor January).
- Prensky, B. M. (2001). *Digital Natives , Digital Immigrants*. 1–6.
- Shi, H., Gao, L., & Wang, G. (2022). How Does Media Use Promote the Purchase of Private Medical Insurance? A Moderated Mediation Model. In *Frontiers in Psychology* (Vol. 13).  
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.894195>
- Trinh, C. T., Ha, M. T., Ho, N. Q., & Alang, T. (2023). National culture, public health spending and life insurance consumption: an international comparison. In *Humanities and Social*

- Sciences Communications* (Vol. 10, Nomor 1). <https://doi.org/10.1057/s41599-023-01990-7>
- Vartiainen, H., Saqr, M., Mertala, P., Sonsoles, L., & Tedre, M. (2024). *Computers in Human Behavior Digital natives in the scientific literature: A topic modeling approach*. 152(March 2023). <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.108076>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. In *MIS Quarterly: Management Information Systems* (Vol. 27, Nomor 3, hal. 425–478). <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Zhang, X., Cho, K. P., Yang, S. M., & Sheng, Y. (2024). Insuring Cultures: Unveiling Diverse Paths of National influences on insurance in Developed and Developing Realms. *Global Business and Finance Review*, 29(2), 17–34. <https://doi.org/10.17549/gbfr.2024.29.2.17>
- Zulkarnaen, W., Fitriani, I., & Yuningsih, N. (2020). Pengembangan Supply Chain Management Dalam Pengelolaan Distribusi Logistik Pemilu Yang Lebih Tepat Jenis, Tepat Jumlah Dan Tepat Waktu Berbasis Human Resources Competency Development Di KPU Jawa Barat. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(2), 222-243. <https://doi.org/10.31955/mea.vol4.iss2.pp222-243>.

### TABEL

Tabel 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	65	50.0	50.0	50.0
	Perempuan	65	50.0	50.0	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

Tabel 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	19	16	12.3	12.3	12.3
	20	37	28.5	28.5	40.8
	21	44	33.8	33.8	74.6
	22	27	20.8	20.8	95.4
	23	6	4.6	4.6	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

Tabel 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bekasi	25	19.2	19.2	19.2
	Bogor	6	4.6	4.6	23.8
	Depok	5	3.8	3.8	27.7
	Jakarta	83	63.8	63.8	91.5
	Tangerang	11	8.5	8.5	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

Tabel 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Kepemilikan Asuransi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	105	80.8	80.8	80.8
	Ya	25	19.2	19.2	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

Tabel 5 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Nilai budaya	130	36	60	50.08	6.722
Tekanan sosial	130	24	60	42.22	7.380
Teknologi digital	130	22	55	36.51	6.944
Literasi AJK	130	23	60	41.12	8.589

Valid N (listwise)	130			
--------------------	-----	--	--	--

Tabel 6 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

		Unstandardized Residual
N		130
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.94835223
Most Extreme Differences	Absolute	.063
	Positive	.054
	Negative	-.063
Test Statistic		.063
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

Tabel 7 Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-5.803	3.449		-1.682	.095		
	Nilai budaya	.249	.085	.195	2.933	.004	.596	1.677
	Tekanan sosial	.180	.086	.154	2.086	.039	.481	2.080
	Teknologi digital	.736	.080	.595	9.221	.000	.633	1.580

Tabel 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.321	2.091		.632	.529
	Nilai budaya	.093	.052	.204	1.813	.072
	Tekanan sosial	.030	.052	.071	.569	.571
	Teknologi digital	-.093	.048	-.210	-1.923	.057

Tabel 9 Model Summary (Durbin-Watson)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.817 <sup>a</sup>	.668	.660	5.007	1.917

Tabel 10 Hasil Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-5.803	3.449		-1.682	.095
	Nilai budaya	.249	.085	.195	2.933	.004
	Tekanan sosial	.180	.086	.154	2.086	.039
	Teknologi digital	.736	.080	.595	9.221	.000

Tabel 11 Hasil Uji F (ANOVA)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6357.312	3	2119.104	84.530	.000 <sup>b</sup>
	Residual	3158.718	126	25.069		
	Total	9516.031	129			

Tabel 12 Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.817 <sup>a</sup>	.668	.660	5.007