

EDISI 1, 2026

ASPIRASI

FAKULTI PENGURUSAN DAN PERNIAGAAN, UITM CAWANGAN NEGERI SEMBILAN, KAMPUS SEREMBAN
ISSN 2735-0525

**Bayangan Kos Hidup
Yang Mencengkam**

**MANAGER 4.0: LITERASI
TEKNOLOGI SEBAGAI
JAMBATAN KERJAYA HIDUP**

**Penjenamaan
Emosi**

Noraini Baba
**Menenun Kasih, Mencipta
Nama – Dari Laman Kilang
ke Persada Kraftangan**

PENGURUSAN KEWANGAN GEN-Z:

ANTARA SEDAR ATAU SEKADAR “JWANJII”

SITI MAHIRAH BINTI MOHAMED

“Kita ‘jwanjii’ dengan awak, kita berjimat bulan nii. Jwannjiihhh”. Demikianlah bait-bait tutur kata yang dilontarkan oleh pengengaruh yang cukup terkenal akan nasihat dan juga sindiran dalam kalangan generasi anak muda kita iaitu Encik Md Noor Gen- Z atau nama sebenar beliau, Muhammad Noor Bin Zakaria. Isu ini bukan lah isu yang asing lagi. Gen-Z dan masalah kewangan, Bagaimanakah generasi ini mengurus kewangan mereka? Adakah baik atau sebaliknya? Namun begitu, siapakah itu Gen-Z? Dan adakah benar mereka ini kritikal dalam pengurusan kewangan?



Gen-Z atau lebih diketahui umum iaitu Generasi-Z merupakan generasi yang lahir pada sekitar tahun 1997 sehinggalah ke tahun 2012. Mereka ini merupakan golongan yang lahir pada era digital, era yang mana kesemuanya mudah dan tersedia, segalanya hanya di hujung jari sahaja. Jika dibandingkan dengan kehidupan sebelum generasi mereka, kehidupan golongan Gen-Z ini amatlah mudah. Hanya bermotifkan satu “click” sahaja, segala kehendak mereka amatlah mudah untuk didapati. Seiring dengan perkembangan teknologi digital pada era ini, golongan ini lebih mudah memperoleh apa yang diinginkan, serta mampu menjana pendapatan tanpa perlu untuk mereka ‘turun padang’ berusaha bagi mendapatkan hasil. Namun begitu, di sebalik kesenangan yang dinikmati oleh Gen-Z, terselit satu cabaran yang perlu mereka tempuhi, iaitu kelemahan dalam pengurusan kewangan mereka.

Masalah pengurusan kewangan ini bukanlah masalah yang asing dalam kalangan kita, namun begitu ianya telah menjadi barah yang perlahan-lahan ‘membunuh’ sistem pengurusan kewangan kalangan generasi muda kini. Apakah puncanya? Mengapakah ini terjadi? “Fear of Missing Out” atau lebih diketahui sebagai FOMO. FOMO merupakan perasaan kecemasan ataupun ketakutan yang dialami oleh individu tatkala orang lain mempunyai pengalaman ataupun kejadian menarik yang terjadi di tempat lain, sementara individu tersebut tidak mengikuti sesuatu kejadian tersebut.

Ini merupakan faktor pertama mengapa generasi ini lebih cenderung untuk lebih berbelanja asalkan mereka tidak ketinggalan peredaran waktu. Peribahasa yang dahulunya ‘beringat sebelum kena, berjimat sebelum habis’ kini sudah tidak dipraktik oleh generasi ini.



Selain itu, generasi Z kini dilihat tidak mengukur baju di badan sendiri. Mereka lebih cenderung kepada 'biarlah papa asalkan bergaya'. Puji-pujian dan kata-kata manis dari sahabat handai lebih menjadi keutamaan bagi generasi ini, dan bukanlah berbelanja mengikut kemampuan. Kebolehan upaya untuk mengakses atau melihat kepada maklum balas yang positif dari pengengaruh-pengaruh sosial media juga mampu memberikan impak kepada generasi ini untuk lebih berbelanja. Kewarasan dalam menilai antara membeli atau menyimpan kini hilang, yang tinggal hanyalah janji kepada diri sendiri untuk menukarkan namun tidak dipraktikkan, tidak dikotakan. Tekanan sosial yang ingin mereka kelihatan "up to date" meletakkan posisi mereka ke arah lebihkan belanja dan abaikan simpanan. Erti kata 'simpanan untuk masa hadapan' kini tidak difahami, hanya tulisan di atas kertas semata.

'Ikut hati mati, ikut rasa binasa'. Peribahasa ini memberi ungkapan bahawa jika mengikut kehendak tanpa kawalan, boleh membawa kerugian kewangan. Ungkapan ini wajar diketengahkan dalam kalangan muda terutama Generasi-Z ini agar mereka mengetahui padanya sekiranya mereka tidak membuat perancangan kewangan di peringkat awal. Gunakan peluang kewujudan teknologi yang sedia ada untuk lebihkan menyimpan, dan mengurangkan perbelanjaan. Jadikan platform teknologi yang canggih kini sebagai medium untuk generasi ini lebih menyimpan. Lakukan penyimpanan secara kecil-kecilan seperti contoh aplikasi bajet "Money Manager". Selain itu jua, Generasi-Z boleh diketengahkan dengan pelaburan secara kecil-kecilan. Lakukan pelaburan di Amanah Saham Bumiputera. Usaha yang kecil-kecilan ini, walaupun dilakukan secara kecilan, namun impaknya sangatlah besar pada masa akan datang.

"Sedikit-sedikit, lama-lama menjadi bukit". Peribahasa ini amatlah sesuai dengan usaha yang dilakukan secara kecil-kecilan namun besar impaknya. Dengan usaha yang konsisten, akan membuahkan hasil di kemudian hari. Generasi yang celik kewangan adalah generasi yang tahu untuk mengurus kewangan dengan baik. Ada penyimpanan setiap kewangan yang mereka peroleh, dan bukan dibelanjakan setiap sen yang diterima. Manakala bagi generasi yang kurang peka akan isu kewangan, mereka lebih menjurus kepada mengikut trend semasa dan bukannya penyimpanan wang menjadi yang utama. Pengurusan kewangan Gen-Z tidak boleh digeneralisasikan sebagai boros semata-mata, namun wujud ketidakseimbangan antara kesedaran dan gaya hidup.

Financial literacy for Gen Z





Bagi mengelakkan perkara ini menjadi lebih barah, adalah penting untuk memberikan pendidikan awal kepada generasi yang mendatang. Ibarat bak kata pepatah, “melentur buluh biarlah dari rebungnya”. Berikan mereka pendidikan awal tentang penyimpanan kewangan dan dedahkan mereka akan kesan buruk sekiranya tiada simpanan dimasa akan datang. Amalkan kaedah atau cara simpan dahulu sebelum berbelanja supaya wang yang ada ditangan tidaklah dihabiskan secara sia-sia. Lakukan pengawalan juga dari sudut perbelanjaan secara dalam talian. Lakukan kawalan di dalam penggunaan “e-wallet” atau “Buy Now Pay Later”. Jangan latih diri untuk berbelanja luar dari had kemampuan, namun berbelanja mengikut keupayaan dan kemampuan sendiri.

Secara tuntasnya, kata-kata “jwanji” yang dilontar bukan hanya sekadar di bibir sahaja, namun ia harus dikota. Kata janji yang diberikan kepada diri sendiri perlulah ditepati. Hadkan perbelanjaan. Jangan ikuti nafsumu, kelak nanti kau akan menyesal. Bersesal dahulu pendapatan, bersesal kemudian tidaklah berguna. Janganlah mengikut trend semata, dan janganlah menagih kata manis pujian manusia. Pengurusan kewangan dalam kalangan Gen-Z bukan sekadar soal berbelanja atau menyimpan, tetapi cerminan sejauh mana mereka mampu mengawal keinginan dalam dunia yang sentiasa menggoda untuk hidup “segera” dan nampak mewah. Jika kesedaran tidak mengatasi sikap “jwanji”, maka kebebasan kewangan hanya akan kekal sebagai ilusi yang semakin jauh untuk dicapai. Renung-renungkan dan fikir-fikirkanlah.

Puan Siti Mahirah Mohamed

Pensyarah dalam bidang Perniagaan dan Ekonomi di Universiti Kuala Lumpur (UniKL) yang kini berkhidmat di Technopreneur Development Unit (TDU). Mempunyai kepakaran dalam bidang ekonomi, kewangan dan pengurusan perniagaan. Beliau memiliki Ijazah Sarjana (Master) dalam Business Economics.

