

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin pesat telah membawa perubahan yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat. Transformasi digital tidak hanya mengubah cara individu berkomunikasi dan memperoleh informasi, tetapi juga mengubah berbagai aktivitas ekonomi dan keuangan. Pemanfaatan teknologi digital memungkinkan berbagai layanan yang sebelumnya dilakukan secara konvensional menjadi lebih praktis, cepat, dan efisien. Perubahan tersebut mendorong masyarakat untuk semakin bergantung pada teknologi dalam menjalankan aktivitas sehari-hari, termasuk dalam melakukan transaksi keuangan (Yu et al., 2022).

Transformasi digital telah menjadi salah satu faktor utama yang mendorong perkembangan ekonomi digital di berbagai negara, termasuk Indonesia. Menurut Kementerian Komunikasi dan Digital Republik Indonesia, perkembangan teknologi digital berperan penting dalam meningkatkan efisiensi kegiatan ekonomi, memperluas akses layanan, serta mendorong lahirnya berbagai inovasi yang mendukung pertumbuhan ekonomi nasional. Perkembangan tersebut tidak hanya memengaruhi sektor perdagangan dan jasa, tetapi juga mendorong perubahan pada sektor keuangan yang kini semakin terintegrasi dengan teknologi digital (InfoPublik, 2025).

Salah satu bentuk nyata dari transformasi digital pada sektor keuangan adalah berkembangnya *financial technology* (*fintech*). Fintech merupakan inovasi

layanan keuangan yang memanfaatkan teknologi digital untuk memberikan kemudahan, kecepatan, dan efisiensi dalam berbagai aktivitas keuangan. Kehadiran fintech memungkinkan masyarakat untuk mengakses layanan keuangan secara lebih mudah tanpa terbatas oleh ruang dan waktu. Berbagai layanan yang ditawarkan fintech meliputi pembayaran digital (*digital payment*), pinjaman daring (*peer-to-peer lending*), investasi digital, asuransi digital, hingga layanan manajemen keuangan pribadi. Kehadiran berbagai layanan tersebut menunjukkan bahwa teknologi telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari aktivitas keuangan masyarakat modern.

Perkembangan fintech di Indonesia menunjukkan tren yang terus meningkat dari tahun ke tahun. Hal ini didorong oleh meningkatnya penggunaan internet, tingginya penetrasi smartphone, serta perubahan perilaku masyarakat yang semakin terbiasa menggunakan layanan digital. Selain itu, dukungan pemerintah melalui berbagai kebijakan transformasi digital juga turut mendorong percepatan perkembangan ekosistem fintech di Indonesia. Kondisi tersebut menjadikan Indonesia sebagai salah satu negara dengan pertumbuhan ekonomi digital yang cukup pesat di kawasan Asia Tenggara.

Di antara berbagai layanan fintech yang berkembang saat ini, pembayaran digital (*digital payment*) menjadi salah satu layanan yang paling banyak digunakan oleh masyarakat. Pembayaran digital merupakan metode pembayaran yang dilakukan secara elektronik melalui berbagai platform digital seperti dompet digital (*e-wallet*), *mobile banking*, kartu elektronik, maupun layanan pembayaran berbasis kode QR. Kemudahan penggunaan, kecepatan transaksi, serta kemampuan untuk

melakukan pembayaran kapan saja dan di mana saja menjadikan pembayaran digital semakin diminati oleh masyarakat. Tidak hanya digunakan untuk transaksi belanja daring, pembayaran digital kini juga digunakan dalam berbagai aktivitas sehari-hari seperti pembayaran transportasi, pembelian makanan dan minuman, pembayaran tagihan, hingga transaksi pada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).

Perkembangan pembayaran digital di Indonesia dapat dilihat dari semakin meningkatnya nilai pasar *e-wallet* sebagai salah satu instrumen pembayaran digital yang paling populer. Dompet digital menawarkan berbagai kemudahan transaksi serta berbagai fitur tambahan yang mendukung kebutuhan pengguna, sehingga semakin banyak masyarakat yang beralih dari penggunaan uang tunai menuju pembayaran digital. Berdasarkan data Statista yang dipublikasikan oleh Katadata (2025) nilai pasar *e-wallet* di Indonesia menunjukkan tren peningkatan yang signifikan selama periode 2021–2025.

Gambar 1. 1
Proyeksi Nilai Pasar E-Wallet di Indonesia Tahun 2021–2025



Sumber: Katadata, 2025

Berdasarkan Gambar 1. 1, nilai pasar *e-wallet* di Indonesia mengalami peningkatan dari sekitar US\$41,1 miliar pada tahun 2021 menjadi US\$70,1 miliar pada tahun 2025. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa penggunaan layanan pembayaran digital semakin diterima oleh masyarakat sebagai alternatif pembayaran yang praktis dan efisien. Pertumbuhan pasar *e-wallet* juga mengindikasikan adanya perubahan perilaku masyarakat dalam melakukan transaksi keuangan yang sebelumnya didominasi oleh penggunaan uang tunai menjadi transaksi berbasis digital. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pembayaran digital telah menjadi bagian penting dalam aktivitas ekonomi masyarakat Indonesia dan diperkirakan akan terus berkembang seiring dengan meningkatnya adopsi teknologi digital.

Perkembangan pembayaran digital yang semakin pesat tidak terlepas dari peran generasi muda sebagai kelompok masyarakat yang paling cepat beradaptasi terhadap perkembangan teknologi. Salah satu kelompok yang mendominasi penggunaan teknologi digital saat ini adalah Generasi Z. Generasi Z merupakan kelompok individu yang lahir pada rentang tahun 1997 hingga 2012 dan tumbuh di tengah perkembangan internet, media sosial, serta perangkat digital yang semakin canggih. Kondisi tersebut menjadikan Generasi Z sebagai generasi yang memiliki tingkat literasi digital yang tinggi dan terbiasa memanfaatkan teknologi dalam berbagai aktivitas sehari-hari. Oleh karena itu, Generasi Z sering disebut sebagai *digital natives*, yaitu generasi yang sejak kecil telah hidup berdampingan dengan teknologi digital (Priporas et al., 2017).

Sebagai generasi yang tumbuh di era digital, Generasi Z memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya. Kemudahan dalam mengakses informasi dan teknologi membuat Generasi Z lebih terbuka terhadap berbagai inovasi digital, termasuk layanan keuangan berbasis teknologi. Aktivitas yang sebelumnya dilakukan secara konvensional kini semakin banyak dilakukan melalui perangkat digital, mulai dari berkomunikasi, berbelanja, belajar, hingga melakukan transaksi keuangan. Kondisi tersebut menyebabkan Generasi Z menjadi salah satu kelompok pengguna utama berbagai layanan fintech, khususnya pembayaran digital.

Pembayaran digital menawarkan berbagai kemudahan yang sesuai dengan karakteristik Generasi Z yang mengutamakan kecepatan, kemudahan, dan efisiensi. Melalui pembayaran digital, pengguna dapat melakukan transaksi tanpa perlu membawa uang tunai serta dapat mengakses berbagai layanan hanya melalui perangkat smartphone. Selain itu, berbagai promosi, cashback, dan kemudahan integrasi dengan platform digital lainnya turut meningkatkan minat Generasi Z dalam menggunakan pembayaran digital. Oleh karena itu, tidak mengherankan apabila Generasi Z menjadi salah satu segmen pengguna yang berkontribusi besar terhadap pertumbuhan pembayaran digital di Indonesia.

Tingginya keterlibatan Generasi Z dalam penggunaan layanan keuangan digital juga tercermin dari hasil survei yang dilakukan oleh Research and Analytics KG Media pada tahun 2025. Hasil survei tersebut menunjukkan bahwa sebanyak 81% Generasi Z tertarik menggunakan fitur tabungan atau penyimpanan dana yang tersedia pada aplikasi dompet digital. Temuan tersebut menunjukkan bahwa

Generasi Z tidak hanya menggunakan dompet digital sebagai alat pembayaran, tetapi juga mulai memanfaatkan fitur-fitur keuangan yang tersedia untuk mendukung pengelolaan keuangan pribadi.

Gambar 1. 2
Ketertarikan Gen Z terhadap Fitur Tabungan pada *E-Wallet*



Sumber: Kompas.com (2025)

Berdasarkan Gambar 1. 2, mayoritas Generasi Z menunjukkan ketertarikan terhadap fitur tabungan yang tersedia pada aplikasi dompet digital. Tingginya persentase tersebut menunjukkan bahwa layanan pembayaran digital telah mengalami perkembangan fungsi dari sekadar alat transaksi menjadi sarana yang dapat mendukung aktivitas keuangan pengguna. Fenomena ini menunjukkan bahwa

Generasi Z semakin terbiasa menggunakan teknologi digital dalam mengelola aktivitas keuangan sehari-hari. Dengan demikian, perilaku penggunaan pembayaran digital pada Generasi Z menjadi topik yang menarik untuk diteliti karena kelompok ini diperkirakan akan menjadi pengguna dominan layanan keuangan digital di masa mendatang.

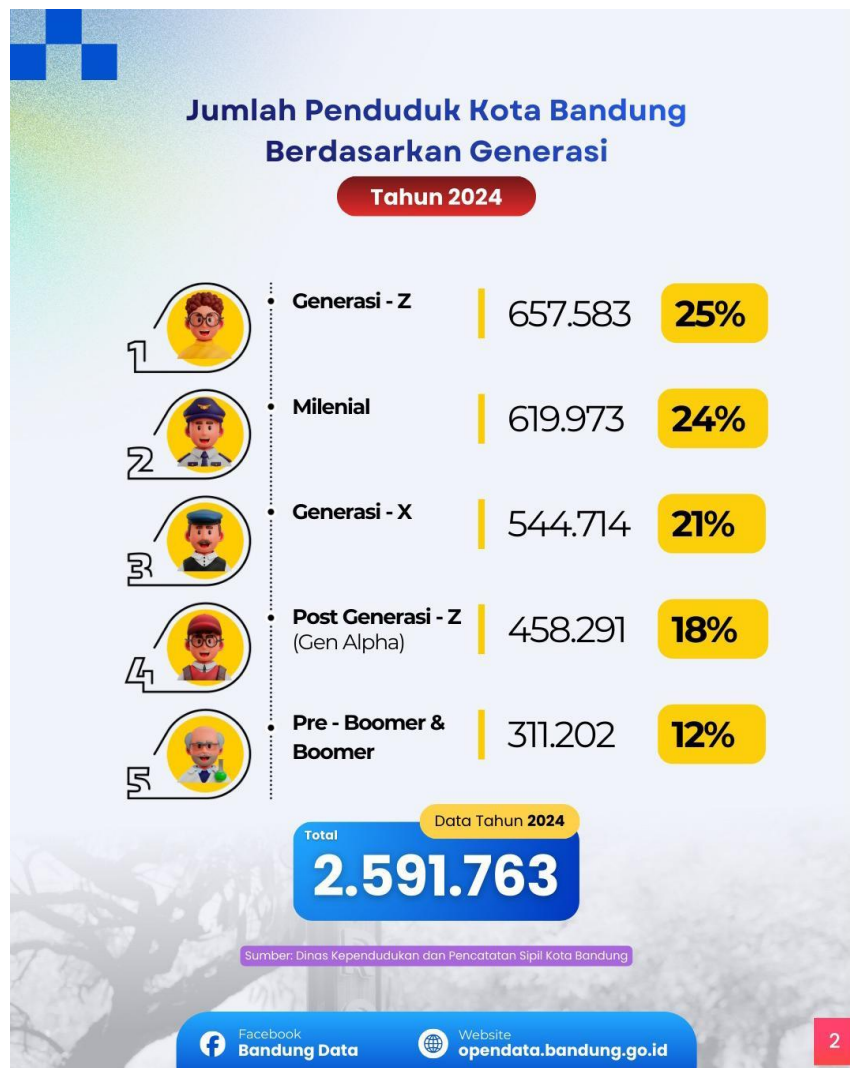
Selain memiliki tingkat penggunaan pembayaran digital yang tinggi, Generasi Z juga merupakan kelompok penduduk yang jumlahnya cukup besar di Indonesia. Besarnya jumlah populasi tersebut menjadikan Generasi Z sebagai kelompok yang memiliki potensi besar dalam menentukan arah perkembangan ekonomi digital di masa depan. Oleh karena itu, pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku penggunaan pembayaran digital pada Generasi Z menjadi penting untuk dilakukan guna mendukung pengembangan layanan keuangan digital yang lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan pengguna.

Dalam penelitian ini, Kota Bandung dipilih sebagai lokasi penelitian karena merupakan salah satu kota besar di Indonesia yang memiliki tingkat adopsi teknologi digital yang tinggi. Selain dikenal sebagai kota pendidikan, Kota Bandung juga merupakan pusat aktivitas ekonomi kreatif yang didominasi oleh masyarakat usia produktif dan generasi muda. Kondisi tersebut menjadikan Kota Bandung sebagai wilayah yang relevan untuk mengkaji perilaku penggunaan pembayaran digital pada Generasi Z.

Berdasarkan data kependudukan Kota Bandung, Generasi Z merupakan salah satu kelompok usia dengan jumlah penduduk yang cukup dominan. Besarnya populasi Generasi Z di Kota Bandung menunjukkan bahwa kelompok ini memiliki

peran penting dalam perkembangan ekonomi digital dan penggunaan layanan keuangan digital di daerah tersebut.

Gambar 1. 3
Jumlah Penduduk Generasi Z Kota Bandung Tahun 2024



Sumber: Kota Bandung Dalam Angka, 2024

Berdasarkan Gambar 1. 3, Generasi Z merupakan salah satu kelompok usia dengan jumlah penduduk yang cukup besar di Kota Bandung. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki potensi yang signifikan dalam memengaruhi perkembangan penggunaan layanan pembayaran digital. Selain

memiliki tingkat kedekatan yang tinggi dengan teknologi, Generasi Z juga merupakan kelompok yang akan mendominasi aktivitas ekonomi digital pada masa mendatang. Oleh karena itu, Generasi Z pengguna pembayaran digital di Kota Bandung dipilih sebagai objek penelitian karena dinilai mampu memberikan gambaran yang relevan mengenai perilaku penggunaan pembayaran digital di era ekonomi digital saat ini.

Perkembangan teknologi keuangan yang semakin pesat telah memberikan berbagai kemudahan bagi masyarakat dalam mengakses layanan keuangan. Berbagai aktivitas keuangan yang sebelumnya dilakukan secara konvensional kini dapat dilakukan secara digital melalui berbagai platform keuangan, termasuk pembayaran digital. Kemudahan tersebut memungkinkan masyarakat untuk melakukan transaksi dengan lebih cepat, praktis, dan efisien. Namun demikian, kemudahan akses terhadap layanan keuangan digital juga menuntut masyarakat untuk memiliki pemahaman yang baik mengenai pengelolaan keuangan agar dapat memanfaatkan layanan tersebut secara optimal. Oleh karena itu, *Financial Literacy* menjadi salah satu faktor yang sangat penting dalam era digital saat ini.

Financial Literacy atau literasi keuangan merupakan kemampuan individu dalam memahami konsep keuangan serta menggunakan pengetahuan tersebut untuk mengambil keputusan keuangan yang tepat. Menurut *Organisation for Economic Co-operation and Development* (OECD), literasi keuangan mencakup pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku yang diperlukan individu untuk membuat keputusan keuangan yang efektif dalam rangka meningkatkan kesejahteraan keuangan. Individu yang memiliki tingkat literasi keuangan yang

baik cenderung mampu mengelola pendapatan, mengendalikan pengeluaran, melakukan perencanaan keuangan, serta memahami manfaat dan risiko dari berbagai produk keuangan yang digunakan.

Dalam konteks pembayaran digital, *Financial Literacy* memiliki peran yang semakin penting. Kemudahan yang ditawarkan berbagai aplikasi pembayaran digital memungkinkan pengguna melakukan transaksi hanya dalam hitungan detik. Di satu sisi, kondisi tersebut memberikan manfaat berupa efisiensi dan kemudahan dalam bertransaksi. Namun di sisi lain, kemudahan tersebut juga dapat mendorong perilaku konsumtif apabila tidak diimbangi dengan kemampuan pengelolaan keuangan yang memadai. Oleh karena itu, literasi keuangan diperlukan agar pengguna dapat memanfaatkan layanan pembayaran digital secara bijaksana serta mampu mengelola keuangan dengan lebih baik.

Pentingnya *Financial Literacy* dalam penggunaan layanan keuangan digital dapat dilihat dari kondisi literasi keuangan masyarakat Indonesia saat ini. Berdasarkan hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) Tahun 2025 yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (2025), indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia mencapai 66,46%, sedangkan indeks inklusi keuangan mencapai 80,51%. Data tersebut menunjukkan bahwa tingkat penggunaan produk dan layanan keuangan oleh masyarakat masih lebih tinggi dibandingkan tingkat pemahaman masyarakat terhadap produk dan layanan keuangan yang digunakan.

Gambar 1. 4
Tingkat Literasi dan Inklusi Keuangan Indonesia Tahun 2025



Lampiran Hasil SNLIK Tahun 2025

Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Nasional

Indeks	Metode	Hasil Survei
Literasi	Keberlanjutan	66,46%
	Cakupan DNKI	66,64%
Inklusi	Keberlanjutan	80,51%
	Cakupan DNKI	92,74%

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan, 2025

Berdasarkan Gambar 1. 4, indeks inklusi keuangan masyarakat Indonesia berada pada angka 80,51%, sedangkan indeks literasi keuangan sebesar 66,46%. Perbedaan tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara tingkat penggunaan layanan keuangan dengan tingkat pemahaman masyarakat terhadap layanan keuangan yang digunakan. Dengan kata lain, masih terdapat sebagian masyarakat yang telah memanfaatkan berbagai produk dan layanan keuangan namun belum sepenuhnya memahami manfaat, risiko, serta cara penggunaannya secara optimal. Kondisi ini menjadi perhatian penting mengingat pemahaman keuangan yang baik merupakan salah satu faktor yang dapat mendukung pengambilan keputusan keuangan yang lebih rasional dan bertanggung jawab.

Fenomena tersebut menjadi semakin relevan ketika dikaitkan dengan Generasi Z sebagai kelompok pengguna aktif pembayaran digital. Meskipun Generasi Z dikenal sebagai generasi yang dekat dengan teknologi, kemampuan dalam menggunakan teknologi tidak selalu sejalan dengan kemampuan dalam memahami aspek keuangan. Kemudahan transaksi yang ditawarkan berbagai

platform pembayaran digital dapat meningkatkan frekuensi penggunaan layanan tersebut, tetapi juga berpotensi mendorong perilaku konsumsi yang kurang terkendali apabila pengguna tidak memiliki pemahaman keuangan yang memadai. Oleh karena itu, *Financial Literacy* dipandang sebagai salah satu faktor yang dapat memengaruhi bagaimana Generasi Z memanfaatkan layanan pembayaran digital dalam kehidupan sehari-hari.

Berbagai penelitian sebelumnya juga menunjukkan pentingnya *Financial Literacy* dalam penggunaan layanan keuangan digital. Hermawan et al. (2022) menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap pemanfaatan layanan keuangan digital. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa individu yang memiliki tingkat literasi keuangan yang lebih baik cenderung lebih siap dalam menggunakan teknologi keuangan serta mampu memanfaatkan layanan keuangan digital secara optimal. Temuan serupa juga dikemukakan oleh Damayanti dan Nurhidayah (2022) yang menyatakan bahwa *Financial Literacy* memiliki pengaruh positif terhadap niat menggunakan dompet digital (*e-wallet*). Selain itu, Amalia et al. (2023) menjelaskan bahwa literasi keuangan berperan penting dalam membantu individu mengambil keputusan keuangan yang lebih rasional dan bertanggung jawab.

Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa *Financial Literacy* merupakan faktor yang penting dalam memahami perilaku penggunaan layanan keuangan digital. Individu yang memiliki tingkat literasi keuangan yang baik cenderung lebih memahami manfaat penggunaan pembayaran digital, lebih mampu mengelola risiko keuangan, serta lebih bijaksana dalam melakukan transaksi. Oleh

karena itu, *Financial Literacy* dipandang sebagai salah satu faktor yang berpotensi memengaruhi perilaku penggunaan pembayaran digital pada Generasi Z.

Selain dipengaruhi oleh tingkat pemahaman keuangan, perilaku penggunaan pembayaran digital juga dipengaruhi oleh faktor psikologis yang berasal dari dalam diri individu. Salah satu faktor yang banyak digunakan untuk menjelaskan perilaku individu dalam menggunakan suatu teknologi adalah *Intention* atau niat. Dalam penelitian perilaku konsumen dan adopsi teknologi, *Intention* sering digunakan untuk menjelaskan kecenderungan seseorang dalam melakukan suatu tindakan sebelum tindakan tersebut benar-benar diwujudkan dalam bentuk perilaku nyata.

Konsep *Intention* banyak dijelaskan melalui *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikemukakan oleh Ajzen (1991). Teori ini menjelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh niat untuk melakukan perilaku tersebut. Semakin kuat niat seseorang untuk melakukan suatu tindakan, maka semakin besar kemungkinan tindakan tersebut akan diwujudkan dalam perilaku nyata. Dengan demikian, *Intention* dipandang sebagai faktor yang memiliki peran penting dalam menjelaskan berbagai perilaku manusia, termasuk perilaku penggunaan teknologi dan layanan keuangan digital.

Dalam konteks pembayaran digital, *Intention* dapat diartikan sebagai keinginan atau kecenderungan seseorang untuk menggunakan layanan pembayaran digital dalam aktivitas transaksi sehari-hari. Niat tersebut dapat muncul karena individu merasa bahwa pembayaran digital memberikan manfaat, kemudahan, keamanan, maupun efisiensi dibandingkan metode pembayaran konvensional.

Semakin tinggi niat seseorang untuk menggunakan pembayaran digital, maka semakin besar kemungkinan individu tersebut akan memanfaatkan layanan pembayaran digital secara berkelanjutan.

Peran *Intention* menjadi semakin penting pada Generasi Z yang dikenal sebagai generasi yang sangat dekat dengan perkembangan teknologi. Generasi Z cenderung lebih terbuka terhadap inovasi digital dan memiliki kemampuan adaptasi yang tinggi terhadap berbagai teknologi baru. Namun demikian, keputusan untuk menggunakan pembayaran digital tidak hanya dipengaruhi oleh faktor teknologi semata, tetapi juga oleh keyakinan dan niat individu dalam memanfaatkan layanan tersebut. Oleh karena itu, *Intention* menjadi salah satu faktor yang dapat menjelaskan mengapa seseorang memilih untuk menggunakan atau tidak menggunakan pembayaran digital.

Dalam penggunaan layanan keuangan digital, tingkat literasi keuangan yang dimiliki seseorang juga dapat berkontribusi dalam pembentukan *Intention*. Individu yang memiliki pemahaman keuangan yang baik cenderung lebih mampu memahami manfaat penggunaan pembayaran digital, mengetahui cara penggunaannya, serta menyadari berbagai risiko yang mungkin muncul. Pemahaman tersebut dapat meningkatkan keyakinan individu terhadap penggunaan pembayaran digital sehingga mendorong terbentuknya niat untuk menggunakan layanan tersebut. Sebaliknya, individu yang memiliki tingkat literasi keuangan yang rendah mungkin akan lebih ragu dalam menggunakan layanan pembayaran digital karena kurang memahami manfaat maupun risikonya.

Penelitian yang dilakukan oleh Damayanti dan Nurhidayah (2022) menunjukkan bahwa *Financial Literacy* memiliki pengaruh positif terhadap *Intention* dalam menggunakan dompet digital. Hasil penelitian tersebut mengindikasikan bahwa semakin baik tingkat literasi keuangan seseorang, semakin tinggi pula kecenderungannya untuk menggunakan layanan pembayaran digital. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pemahaman keuangan tidak hanya memengaruhi perilaku penggunaan secara langsung, tetapi juga dapat membentuk niat individu untuk memanfaatkan layanan keuangan digital.

Selain itu, Usman et al. (2025) menjelaskan bahwa *Intention* merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi *Digital Payment Usage Behavior* pada generasi muda. Individu yang memiliki niat tinggi untuk menggunakan pembayaran digital cenderung menunjukkan perilaku penggunaan yang lebih tinggi dibandingkan individu yang memiliki niat rendah. Temuan tersebut menunjukkan bahwa *Intention* memiliki peran penting dalam menjembatani proses pengambilan keputusan individu sebelum akhirnya menggunakan pembayaran digital dalam aktivitas sehari-hari.

Berdasarkan uraian tersebut, *Intention* dapat dipahami sebagai faktor psikologis yang mendorong seseorang untuk menggunakan pembayaran digital. Niat yang kuat akan meningkatkan kemungkinan individu untuk memanfaatkan layanan pembayaran digital secara aktif dan berkelanjutan. Oleh karena itu, dalam penelitian ini *Intention* diposisikan sebagai variabel intervening yang diperkirakan dapat menjelaskan hubungan antara *Financial Literacy* dengan *Digital Payment Usage Behavior* pada Generasi Z pengguna pembayaran digital di Kota Bandung.

Perkembangan teknologi digital telah mengubah berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam aktivitas transaksi keuangan. Salah satu perubahan yang paling terlihat adalah pergeseran metode pembayaran dari penggunaan uang tunai (*cash payment*) menuju pembayaran digital (*digital payment*). Kehadiran berbagai platform pembayaran digital seperti dompet digital (*e-wallet*), *mobile banking*, dan pembayaran berbasis kode QR telah memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam melakukan transaksi secara cepat, praktis, dan efisien. Kondisi tersebut mendorong meningkatnya penggunaan pembayaran digital di berbagai kalangan masyarakat, khususnya generasi muda yang memiliki tingkat adaptasi teknologi yang tinggi.

Digital Payment Usage Behavior merupakan perilaku nyata yang ditunjukkan individu dalam menggunakan layanan pembayaran digital untuk memenuhi kebutuhan transaksi sehari-hari. Perilaku tersebut dapat dilihat dari frekuensi penggunaan, intensitas penggunaan, keberlanjutan penggunaan, serta kecenderungan individu untuk memilih pembayaran digital dibandingkan metode pembayaran lainnya. Dengan kata lain, *Digital Payment Usage Behavior* menggambarkan sejauh mana seseorang benar-benar memanfaatkan layanan pembayaran digital dalam aktivitas ekonominya.

Dalam era ekonomi digital, penggunaan pembayaran digital tidak lagi terbatas pada transaksi daring (*online*), tetapi juga telah digunakan dalam berbagai aktivitas transaksi secara langsung (*offline*). Pembayaran transportasi umum, pembelian makanan dan minuman, pembayaran tagihan, pembelian kebutuhan sehari-hari, hingga transaksi pada pelaku UMKM kini dapat dilakukan melalui

berbagai aplikasi pembayaran digital. Kemudahan tersebut menjadikan pembayaran digital semakin terintegrasi dengan kehidupan masyarakat modern.

Generasi Z merupakan kelompok yang memiliki kecenderungan tinggi dalam menggunakan pembayaran digital. Sebagai generasi yang tumbuh bersama perkembangan teknologi internet dan smartphone, Generasi Z memiliki tingkat kenyamanan yang tinggi dalam memanfaatkan berbagai layanan digital. Kebiasaan melakukan aktivitas melalui perangkat digital membuat penggunaan pembayaran digital menjadi bagian dari gaya hidup sehari-hari. Selain memberikan kemudahan, pembayaran digital juga dianggap lebih praktis karena dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja tanpa harus membawa uang tunai.

Namun demikian, tingginya penggunaan pembayaran digital tidak selalu mencerminkan penggunaan yang dilakukan secara bijaksana. Kemudahan transaksi yang ditawarkan berbagai platform pembayaran digital berpotensi mendorong perilaku konsumtif apabila tidak diimbangi dengan kemampuan pengelolaan keuangan yang baik. Oleh karena itu, perilaku penggunaan pembayaran digital tidak hanya dipengaruhi oleh kemudahan teknologi, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti tingkat literasi keuangan dan niat individu dalam menggunakan layanan tersebut.

Dalam perspektif perilaku konsumen, penggunaan pembayaran digital merupakan hasil dari proses pengambilan keputusan yang melibatkan berbagai pertimbangan. Individu yang memahami manfaat pembayaran digital, merasa nyaman menggunakannya, dan memiliki niat yang kuat untuk memanfaatkan layanan tersebut cenderung menunjukkan tingkat penggunaan yang lebih tinggi.

Sebaliknya, individu yang kurang memahami manfaat atau masih memiliki keraguan terhadap layanan pembayaran digital cenderung menunjukkan tingkat penggunaan yang lebih rendah.

Penelitian Usman et al. (2025) menunjukkan bahwa *Digital Payment Usage Behavior* dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk *Financial Literacy* dan *Intention*. Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa individu yang memiliki pemahaman keuangan yang baik cenderung lebih mampu memanfaatkan layanan pembayaran digital secara optimal. Selain itu, *Intention* juga menjadi faktor penting yang mendorong individu untuk menggunakan pembayaran digital dalam aktivitas sehari-hari. Temuan tersebut menunjukkan bahwa perilaku penggunaan pembayaran digital merupakan hasil dari kombinasi antara faktor pengetahuan, keyakinan, dan keputusan individu dalam memanfaatkan teknologi keuangan.

Bagi Generasi Z, perilaku penggunaan pembayaran digital menjadi isu yang menarik untuk diteliti karena kelompok ini merupakan salah satu pengguna terbesar layanan pembayaran digital di Indonesia. Tingginya intensitas penggunaan teknologi digital pada Generasi Z menjadikan kelompok ini sebagai representasi yang tepat untuk mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan pembayaran digital. Oleh karena itu, *Digital Payment Usage Behavior* dipilih sebagai variabel dependen dalam penelitian ini guna mengetahui sejauh mana *Financial Literacy* dan *Intention* berperan dalam memengaruhi perilaku penggunaan pembayaran digital pada Generasi Z pengguna pembayaran digital di Kota Bandung.

Untuk memperoleh gambaran awal mengenai kondisi objek penelitian, peneliti melakukan pra-survei terhadap 30 responden yang termasuk dalam kategori Generasi Z pengguna pembayaran digital di Kota Bandung. Pra-survei dilakukan menggunakan kuesioner yang disusun berdasarkan variabel penelitian, yaitu *Financial Literacy* sebagai variabel independen, *Intention* sebagai variabel intervening, dan *Digital Payment Usage Behavior* sebagai variabel dependen. Tujuan pelaksanaan pra-survei ini adalah untuk mengetahui gambaran awal mengenai tingkat literasi keuangan, niat penggunaan, serta perilaku penggunaan pembayaran digital pada Generasi Z sebelum penelitian utama dilaksanakan.

Adapun hasil pra-survei yang telah dilakukan dapat dilihat pada Tabel 1. 1 berikut.

Tabel 1. 1
Rekapitulasi Hasil Pra-Survei Generasi Z Pengguna Pembayaran Digital di Kota Bandung

Variabel	Pernyataan	Jawaban					Rata-Rata	Kriteria
		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)		
<i>Financial Literacy</i> (Z)	Saya memahami manfaat penggunaan pembayaran digital dalam transaksi sehari-hari.	0	0	4	14	12	4,27	Sangat Baik
	Saya memahami cara mengelola keuangan pribadi dengan baik.	0	2	5	12	11	4,07	Baik

Variabel	Pernyataan	Jawaban					Rata-Rata	Kriteria
		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)		
	Saya mengetahui pentingnya menjaga keamanan dalam bertransaksi menggunakan pembayaran digital.	0	1	4	15	10	4,13	Baik
<i>Intention (Z)</i>	Saya memiliki keinginan untuk terus menggunakan pembayaran digital pada masa mendatang	1	2	6	12	9	3,87	Baik
	Saya lebih memilih menggunakan pembayaran digital dibandingkan metode pembayaran tunai	1	4	5	11	9	3,77	Baik
	Saya bersedia merekomendasikan penggunaan pembayaran digital kepada orang lain.	1	2	7	10	10	3,87	Baik
<i>Digital Payment Usage</i>	Saya sering menggunakan pembayaran digital	0	2	5	13	10	4,03	Baik

Variabel	Pernyataan	Jawaban					Rata-Rata	Kriteria
		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)		
<i>Behavior</i> (Y)	dalam berbagai transaksi.							
	Saya menggunakan pembayaran digital untuk memenuhi kebutuhan transaksi sehari-hari.	1	3	8	10	8	3,70	Baik
	Kemudahan pembayaran digital membuat saya lebih sering melakukan transaksi secara digital.	0	1	5	11	13	4,20	Sangat Baik
	Pembayaran digital telah menjadi metode pembayaran yang rutin saya gunakan.	1	2	6	9	12	3,97	Baik
Rata-Rata Keseluruhan							3,99	Baik

Sumber: Data Primer, diolah Peneliti (2026)

Berdasarkan Tabel 1. 1, diperoleh rata-rata keseluruhan sebesar 3,99 dengan kategori baik. Variabel *Financial Literacy* memperoleh rata-rata tertinggi sebesar 4,16 yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden telah memiliki

pemahaman yang baik mengenai manfaat pembayaran digital, pengelolaan keuangan pribadi, dan keamanan transaksi digital. Sementara itu, variabel *Intention* memperoleh rata-rata sebesar 3,84 yang merupakan nilai terendah dibandingkan variabel lainnya. Hasil tersebut menunjukkan bahwa meskipun responden memiliki tingkat pemahaman keuangan yang cukup baik, tidak seluruh responden memiliki tingkat niat yang sama kuat untuk terus menggunakan maupun merekomendasikan pembayaran digital. Adapun variabel *Digital Payment Usage Behavior* memperoleh rata-rata sebesar 3,97 yang menunjukkan bahwa pembayaran digital telah menjadi bagian dari aktivitas transaksi sehari-hari responden. Temuan ini mengindikasikan bahwa masih terdapat perbedaan antara tingkat literasi keuangan, niat penggunaan, dan perilaku penggunaan pembayaran digital, sehingga menarik untuk diteliti lebih lanjut mengenai pengaruh *Financial Literacy* terhadap *Digital Payment Usage Behavior* melalui *Intention* sebagai variabel intervening pada Generasi Z pengguna pembayaran digital di Kota Bandung.

Hasil pra-survei menunjukkan bahwa meskipun Generasi Z pengguna pembayaran digital di Kota Bandung memiliki tingkat literasi keuangan yang relatif baik, tingkat niat (*Intention*) dan perilaku penggunaan pembayaran digital masih menunjukkan variasi antarresponden. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa terdapat faktor-faktor tertentu yang dapat memengaruhi perilaku penggunaan pembayaran digital. Untuk memperkuat fenomena tersebut, peneliti mengkaji beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan variabel *Financial Literacy*, *Intention*, dan *Digital Payment Usage Behavior*.

Penelitian mengenai pengaruh *Financial Literacy* terhadap *Digital Payment Usage Behavior* masih menunjukkan hasil yang beragam. Beberapa penelitian menemukan bahwa *Financial Literacy* berpengaruh positif terhadap perilaku penggunaan pembayaran digital, sedangkan penelitian lainnya menunjukkan bahwa *Financial Literacy* tidak berpengaruh secara langsung terhadap penggunaan pembayaran digital maupun niat menggunakannya. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan masih adanya inkonsistensi temuan sehingga diperlukan kajian lebih lanjut untuk menjelaskan mekanisme hubungan antara *Financial Literacy* dan *Digital Payment Usage Behavior*.

Penelitian yang dilakukan oleh Usman et al. (2025) dengan judul “*Digital Payment Adoption: A Revisit on the Theory of Planned Behavior among the Young Generation*” menunjukkan bahwa *Financial Literacy* berpengaruh positif terhadap *Digital Payment Usage Behavior*. Penelitian tersebut juga menemukan bahwa *Intention* berpengaruh positif terhadap perilaku penggunaan pembayaran digital. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemahaman keuangan yang baik dapat mendorong individu untuk memanfaatkan pembayaran digital secara lebih optimal.

Penelitian yang dilakukan oleh Damayanti dan Nurhidayah (2022) dengan judul “*Pengaruh Financial Literacy terhadap Intention to Use E-Wallet pada Generasi Muda*” menemukan bahwa *Financial Literacy* memiliki pengaruh positif terhadap *Intention* dalam menggunakan dompet digital (e-wallet). Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa individu yang memiliki tingkat pemahaman keuangan yang lebih baik cenderung memiliki niat yang lebih tinggi untuk menggunakan layanan pembayaran digital.

Selanjutnya, penelitian Hermawan et al. (2022) yang berjudul “*Financial Literacy and Digital Financial Service Adoption among Indonesian Users*” menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap penggunaan layanan keuangan digital. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa individu dengan tingkat literasi keuangan yang baik cenderung lebih memahami manfaat layanan keuangan digital sehingga lebih mudah menerima dan menggunakan teknologi keuangan dalam aktivitas sehari-hari.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Jaya et al. (2024) melalui penelitian berjudul “*Analysis of Perceived Ease of Use and Perceived Enjoyment on Behavior Intention in Digital Payment on Generation Z in Sukabumi City*” menemukan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi kesenangan (*perceived enjoyment*) berpengaruh positif terhadap *behavior Intention* dalam penggunaan pembayaran digital. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa semakin mudah dan menyenangkan suatu sistem pembayaran digital digunakan, maka semakin tinggi pula niat Generasi Z untuk menggunakannya. Temuan ini mengindikasikan bahwa *behavior Intention* merupakan faktor penting yang mendorong individu untuk mengadopsi dan menggunakan layanan pembayaran digital.

Selain itu, penelitian Chanafaro dan Sari (2024) yang berjudul “*Determinan Keputusan Penggunaan Pembayaran Digital: Peran Niat sebagai Mediasi Literasi Keuangan*” menjelaskan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan pembayaran digital melalui niat penggunaan sebagai variabel mediasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa individu yang memiliki tingkat literasi

keuangan yang baik cenderung memiliki niat yang lebih tinggi untuk menggunakan layanan pembayaran digital, yang pada akhirnya mendorong terbentuknya keputusan penggunaan teknologi pembayaran digital. Temuan tersebut menegaskan bahwa literasi keuangan dan niat penggunaan merupakan faktor penting dalam membentuk perilaku penggunaan pembayaran digital.

Meskipun berbagai penelitian terdahulu telah mengkaji hubungan antara *Financial Literacy*, *Intention*, dan *Digital Payment Usage Behavior*, hasil penelitian yang diperoleh masih menunjukkan inkonsistensi. Penelitian Usman et al. (2025), Hermawan et al. (2022), serta Damayanti dan Nurhidayah (2022) menunjukkan bahwa *Financial Literacy* berpengaruh positif terhadap penggunaan pembayaran digital maupun *Intention*. Sebaliknya, penelitian Raza dan Mustafa (2022) menunjukkan bahwa *Financial Literacy* tidak berpengaruh secara langsung terhadap *behavioral Intention* dalam penggunaan pembayaran digital. Perbedaan temuan tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara *Financial Literacy* dan *Digital Payment Usage Behavior* masih memerlukan kajian lebih lanjut.

Adanya inkonsistensi hasil penelitian tersebut mengindikasikan bahwa pengaruh *Financial Literacy* terhadap *Digital Payment Usage Behavior* kemungkinan tidak hanya terjadi secara langsung, tetapi juga melalui mekanisme tertentu. Berdasarkan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), *Intention* merupakan faktor yang berperan dalam membentuk perilaku aktual seseorang. Hal ini diperkuat oleh penelitian Damayanti dan Nurhidayah (2022) yang menunjukkan bahwa *Financial Literacy* berpengaruh positif terhadap *Intention*, serta penelitian Chanafaro dan Sari (2024) yang menjelaskan bahwa *Intention* mampu memediasi

hubungan antara *Financial Literacy* dan keputusan penggunaan pembayaran digital. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan *Intention* sebagai variabel intervening untuk memberikan penjelasan yang lebih komprehensif mengenai hubungan antara *Financial Literacy* dan *Digital Payment Usage Behavior*.

Selain perbedaan hasil penelitian, penelitian terdahulu juga masih didominasi oleh objek mahasiswa, pengguna *e-wallet*, maupun pengguna pembayaran digital secara umum. Dari sisi metodologi, sebagian besar penelitian terdahulu menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi dan *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Menurut Hair et al. (2022), PLS-SEM sesuai digunakan untuk menguji model penelitian yang kompleks, termasuk model yang melibatkan variabel mediasi, karena mampu menganalisis hubungan langsung maupun tidak langsung secara simultan. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan pendekatan PLS-SEM dengan SmartPLS untuk menganalisis hubungan antara *Financial Literacy*, *Intention*, dan *Digital Payment Usage Behavior* pada Generasi Z di Kota Bandung.

Berdasarkan inkonsistensi hasil penelitian terdahulu, keterbatasan penelitian yang menguji *Intention* sebagai variabel intervening dalam hubungan antara *Financial Literacy* dan *Digital Payment Usage Behavior*, serta masih terbatasnya penelitian yang berfokus pada Generasi Z pengguna pembayaran digital di Kota Bandung, masih terdapat kesenjangan penelitian yang perlu dikaji lebih lanjut. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh *Financial Literacy* terhadap *Digital Payment Usage Behavior* melalui *Intention*

sebagai variabel intervening pada Generasi Z pengguna pembayaran digital di Kota Bandung.

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah Penelitian

1.2.1 Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan, dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Penggunaan pembayaran digital pada Generasi Z terus meningkat seiring perkembangan teknologi digital, namun tingkat *Financial Literacy*, *Intention*, dan *Digital Payment Usage Behavior* masih menunjukkan variasi antar pengguna.
2. Hasil pra-survei menunjukkan bahwa meskipun Generasi Z pengguna pembayaran digital di Kota Bandung memiliki tingkat *Financial Literacy* yang relatif baik, tingkat *Intention* dan *Digital Payment Usage Behavior* belum menunjukkan kecenderungan yang sama kuat.
3. Masih terdapat perbedaan hasil penelitian terdahulu mengenai peran *Intention* dalam hubungan antara *Financial Literacy* dan *Digital Payment Usage Behavior*, sehingga diperlukan penelitian lebih lanjut pada Generasi Z pengguna pembayaran digital di Kota Bandung.

1.2.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kondisi *Financial Literacy*, *Intention*, dan *Digital Payment Usage Behavior* pada Generasi Z pengguna pembayaran digital di Kota Bandung?

2. Bagaimana pengaruh *Financial Literacy* terhadap *Digital Payment Usage Behavior* melalui *Intention* sebagai variabel intervening pada Generasi Z pengguna pembayaran digital di Kota Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kondisi *Financial Literacy*, *Intention*, dan *Digital Payment Usage Behavior* pada Generasi Z pengguna pembayaran digital di Kota Bandung.
2. Untuk menganalisis pengaruh *Financial Literacy* terhadap *Digital Payment Usage Behavior* melalui *Intention* sebagai variabel intervening pada Generasi Z pengguna pembayaran digital di Kota Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Aspek Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya pada bidang Manajemen, terutama yang berkaitan dengan perilaku konsumen dalam penggunaan pembayaran digital. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas *Financial Literacy*, *Intention*, dan *Digital Payment Usage Behavior*, serta memperkaya kajian mengenai penerapan *Theory of Planned Behavior* (TPB) dalam konteks layanan pembayaran digital.

2. Aspek Praktis

a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan, dan pengalaman penulis dalam menerapkan teori-teori yang diperoleh selama perkuliahan, khususnya yang berkaitan dengan *Financial Literacy*, *Intention*, dan *Digital Payment Usage Behavior*.

b. Bagi Generasi Z Pengguna Pembayaran Digital

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan pemahaman mengenai pentingnya *Financial Literacy* dalam penggunaan pembayaran digital sehingga dapat mendorong penggunaan layanan pembayaran digital secara lebih bijaksana dan bertanggung jawab.

c. Bagi Penyedia Layanan Pembayaran Digital

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi penyedia layanan pembayaran digital dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi perilaku penggunaan pembayaran digital, sehingga dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam mengembangkan layanan yang sesuai dengan kebutuhan pengguna, khususnya Generasi Z.

d. Bagi Akademisi dan Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan bahan kajian bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk mengembangkan penelitian mengenai *Financial Literacy*, *Intention*, dan *Digital Payment Usage Behavior* pada konteks maupun objek penelitian yang berbeda.