

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan pesat teknologi keuangan, yang juga dikenal sebagai FinTech, telah memainkan peran penting dalam mentransformasi struktur ekonomi global. Di Indonesia, perubahan ini terlihat jelas melalui pergeseran drastis kebiasaan bertransaksi masyarakat, dari menggunakan uang tunai ke sistem pembayaran non-tunai, termasuk dompet elektronik dan QRIS. Langkah-langkah ini tidak hanya mengikuti tren global tetapi juga didukung kuat oleh peraturan dan strategi Bank Indonesia, yang secara aktif mendorong masyarakat non-tunai untuk meningkatkan efisiensi transaksi dan memperluas akses keuangan secara nasional (News, 2022)

Penerimaan sistem pembayaran elektronik yang meluas tak lepas dari kontribusi signifikan Generasi Z (Gen Z). Kelompok demografi ini, yang umumnya didefinisikan sebagai mereka yang lahir sekitar tahun 1997 hingga 2012, merupakan penduduk asli digital sejati. Mereka tumbuh di era *Internet of Things* dan telah menunjukkan kemampuan adaptasi yang luar biasa terhadap berbagai inovasi teknologi (Indriyani & Sartika, 2022). Ekspektasi khas Generasi Z akan kepraktisan, kecepatan, dan fleksibilitas memposisikan mereka sebagai pasar utama dan pendorong utama perkembangan pembayaran non-tunai.

Penggunaan pembayaran non-tunai di kalangan Generasi Z di Kota Padang telah bertransformasi dari sekadar tren gaya hidup (lifestyle) menjadi kebutuhan dasar dalam pengelolaan keuangan harian. Berdasarkan observasi awal dan data

primer yang dikumpulkan (Tabel 1.1), terlihat bahwa intensitas transaksi digital kelompok ini sangat tinggi, di mana mayoritas responden melakukan lebih dari 10 transaksi per minggu, terutama untuk konsumsi skala mikro. Hal ini mempertegas temuan (Publishing, 2024). mengenai digitalisasi pembayaran sebagai pilar utama rutinitas generasi muda.

Tabel 1.1 Data Penggunaan Pembayaran Non-Tunai (Gen Z Kota Padang)

Indikator	Hasil Temuan (Data Primer)	Keterangan
Intensitas Transaksi	60% Responden	Melakukan >10 transaksi digital per minggu
Fokus Konsumsi	74% Aktivitas Belanja	Pembelian skala mikro (makanan & minuman).
Status Perilaku	Tahap Rutinitas Tinggi	Mengonfirmasi temuan <i>Goodwood Publishing (2024)</i> .
Fungsi Utama	Manajemen Keuangan Harian	Bergeser dari sekadar gaya hidup (<i>lifestyle</i>).

Sumber: Bank Indonesia Provinsi Sumatera Barat (2024),

Namun, di balik tingginya adopsi tersebut, ditemukan sebuah fenomena "Paradoks Digital" melalui analisis perilaku pengguna (*User Behavior*) yang mengukur tingkat penerimaan teknologi secara kuantitatif (Sari & Putra, 2023). Data pada Tabel 1.2 menunjukkan kesenjangan yang lebar antara aspek fungsional dan psikologis. Pengguna memberikan skor persepsi kemudahan yang sangat tinggi (4.6), namun di sisi lain, mereka tetap menyimpan keraguan besar terhadap perlindungan data dan keamanan sistem dengan skor yang jauh lebih rendah (3.2) (Putra et al., 2023). Fenomena ini mengindikasikan bahwa bagi Generasi Z di Kota Padang, efisiensi antarmuka (*user-friendly*) saat ini lebih mendominasi keputusan bertransaksi dibandingkan faktor keamanan, meskipun kekhawatiran

akan risiko sistem tetap menjadi hambatan psikologis yang nyata (Sari et al., 2024).

Tabel 1.2 Persepsi Perilaku Pengguna terhadap Pembayaran Non-Tunai Gen Z di Kota Padang

Variabel Penelitian	Skor (Rata-Rata)	Interpretasi
Persepsi Kemudahan (<i>Ease of Use</i>)	4.6	Sangat Tinggi (Sangat Ramah Pengguna)
Keamanan Transaksi (<i>Security</i>)	3.2	Sedang (Anomali/Kekhawatiran Data)
Korelasi Kemudahan terhadap Niat	Kuat	Dominasi aspek fungsional atas keamanan

Sumber : Sari & Putra (2023); Putra et al. (2023)

Kesenjangan persepsi ini mempertegas perlunya penguatan pada variabel lain yang mampu menjembatani keraguan tersebut, seperti literasi keuangan digital, guna memastikan bahwa adopsi yang tinggi juga dibarengi dengan mitigasi risiko yang tepat.

Secara kontekstual di tingkat daerah, efektivitas digitalisasi di kota Padang masih menghadapi tantangan pada sisi *supply* atau penyedia layanan. Meskipun BAPENDA Padang, (2025) secara masif memperluas kanal pembayaran digital untuk sektor publik, survei menunjukkan bahwa 45% responden masih mengeluhkan ketidaksiapan *merchant* lokal, terutama pada sektor UMKM tradisional yang sering mengalami kendala teknis pada perangkat QRIS. Kesenjangan ini mempertegas laporan dari Bank Indonesia Provinsi Sumatera Barat (2024), bahwa akselerasi ekosistem non-tunai di kota Padang memerlukan penguatan literasi digital tidak hanya bagi konsumen, tetapi juga bagi pelaku

usaha agar tercipta integrasi teknologi yang menyeluruh. (BAPENDA Kota Padang, 2025; Bank Indonesia Provinsi Sumatera Barat, 2024).

Salah satu faktor utama yang diprediksi memengaruhi penerimaan teknologi ini adalah Literasi Keuangan Digital. Kemudahan bertransaksi non-tunai seringkali diiringi risiko keuangan, seperti kebiasaan berbelanja impulsif, kesulitan mengelola pengeluaran, bahkan risiko terjerat utang melalui fitur *Paylater* (djkn.kemenkeu.go.id,2025) Oleh karena itu, pemahaman dan kemampuan Generasi Z dalam menangani, mengenali risiko, dan mengevaluasi layanan digital menjadi krusial. Tingkat literasi yang memadai diperlukan agar penggunaan pembayaran non-tunai dilakukan secara bijak dan hati-hati, bukan sekadar mengikuti tren (Shar-e, 2024)

Faktor penting lainnya adalah Kemudahan Penggunaan, yang merupakan fondasi utama *Technology Acceptance Model* (TAM). Khususnya bagi Generasi Z, pilihan mereka untuk mengadopsi teknologi baru sangat dipengaruhi oleh persepsi bahwa alat tersebut mudah digunakan, responsif, dan membutuhkan upaya mental yang minimal. Sistem pembayaran non-tunai dengan antarmuka yang mudah dipahami, langkah transaksi yang efisien, dan kemampuan untuk beroperasi di berbagai platform (misalnya, QRIS) biasanya lebih mudah diterima oleh pengguna dibandingkan opsi yang kompleks.

Faktor ketiga ini secara langsung mencakup dimensi ekonomi, yaitu Nilai Harga, yang juga dikenal sebagai nilai yang dirasakan. Dalam lingkungan pasar yang kompetitif, daya tarik utama pembayaran non-tunai seringkali berasal dari insentif finansial yang diberikan. Persepsi bahwa manfaat seperti promosi, diskon,

atau pengembalian dana lebih besar daripada biaya atau pengorbanan yang dikeluarkan, seperti biaya layanan atau waktu, secara signifikan memengaruhi niat pembelian dan adopsi teknologi ini. Beberapa studi telah menunjukkan bahwa promosi dan *cashback* berperan sebagai pendorong yang kuat dalam mendorong penerimaan jangka panjang, terutama di kalangan konsumen muda (Rosanti & Hutami, 2022).

Dengan demikian, penerimaan pembayaran nontunai oleh Generasi Z merupakan hasil interaksi yang kompleks antara aspek kognitif (Literasi Keuangan Digital), aspek teknis (Kemudahan Penggunaan), dan aspek ekonomi (Nilai Harga). Pengujian dampak ketiga variabel independen ini, baik secara terpisah maupun simultan, diperlukan. Hingga saat ini, hanya sedikit penelitian yang menggabungkan ketiga variabel ini, terutama dengan fokus utama pada Generasi Z dan kota Padang sebagai lokasi spesifik. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki nilai empiris dan manajerial yang signifikan.

Merujuk pada konteks di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan membuktikan secara empiris **Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Kemudahan Penggunaan, dan Nilai Harga terhadap Adopsi Cashless Payment pada Generasi Z di Kota Padang**. Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi secara akademis dengan memperkaya model penerimaan teknologi dan menawarkan saran praktis bagi penyedia layanan FinTech dan regulator dalam merancang strategi edukasi dan pemasaran yang tepat sasaran bagi generasi muda.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apakah Literasi Keuangan Digital berpengaruh terhadap Adopsi *Cashless Payment* pada Generasi Z di Kota Padang?
- b. Apakah Kemudahan Penggunaan berpengaruh terhadap Adopsi *Cashless Payment* pada Generasi Z di Kota Padang?
- c. Apakah Nilai Harga berpengaruh terhadap Adopsi *Cashless Payment* pada Generasi Z di Kota Padang?
- d. Apakah Literasi Keuangan Digital, Kemudahan Penggunaan, dan Nilai Harga secara simultan berpengaruh terhadap Adopsi *Cashless Payment* pada Generasi Z di Kota Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

- a. Untuk menganalisis pengaruh Literasi Keuangan Digital terhadap Adopsi *Cashless Payment*.
- b. Untuk menganalisis pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Adopsi *Cashless Payment*.
- c. Untuk menganalisis pengaruh Nilai Harga terhadap Adopsi *Cashless Payment*.
- d. Untuk menganalisis pengaruh Literasi Keuangan Digital, Kemudahan Penggunaan, dan Nilai Harga secara simultan terhadap Adopsi *Cashless Payment*.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini sebagai berikut :

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pengembangan teori adopsi teknologi, dengan fokus khusus pada pengujian integrasi antara konsep Literasi Keuangan Digital, *Technology Acceptance Model* (TAM), dan persepsi nilai atau harga di kalangan pengguna.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi Perusahaan *Cashless Payment*: Memberikan rekomendasi strategis dalam meningkatkan edukasi (Literasi Keuangan Digital) dan pengembangan fitur (Kemudahan Penggunaan) yang menargetkan Gen Z.
2. Bagi Pemerintah/ Regulator: Sebagai masukan dalam penyusunan kebijakan terkait inklusi dan literasi keuangan digital bagi generasi muda.
3. Bagi Lembaga Akademik/Peneliti Selanjutnya: Sebagai referensi dan pijakan awal untuk penelitian sejenis dengan fokus lokasi atau variabel moderasi/ mediasi yang berbeda.

1.5 Batasan Penelitian

Batasan penelitian ini diperlukan agar fokus penelitian menjadi lebih spesifik dan hasil yang diperoleh lebih terarah, yaitu:

- a. Variabel Penelitian: Penelitian ini hanya memfokuskan pada pengujian pengaruh dari tiga variabel independen utama yaitu, Literasi Keuangan Digital (X1), Kemudahan Penggunaan (X2), dan Nilai Harga (X3) terhadap satu variabel dependen yaitu Adopsi

Cashless Payment (Y). Variabel lain di luar model regresi ini tidak diteliti.

- b. Objek Penelitian: Objek penelitian adalah perilaku dan persepsi individu dari kelompok Generasi Z yang menggunakan layanan *cashless payment*. Definisi rentang usia Generasi Z yang menjadi populasi yaitu usia 13 tahun hingga 28 tahun saat penelitian dilakukan.
- c. Lokasi Penelitian: Penelitian ini berfokus pada mahasiswa Universitas Dharma Andalas yang sedang menempuh pendidikan pada tingkat diploma maupun sarjana. Mahasiswa dipilih sebagai responden karena berada pada tahap perkembangan yang menuntut kemampuan dalam mengelola keuangan secara mandiri.
- d. Metode Analisis: Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis Regresi Linier Berganda untuk menguji hubungan kausalitas antar variabel.