

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Generasi z atau gen-z merupakan sekelompok orang yang tumbuh dan berkembang di era digital. Generasi ini juga dikenal sebagai generasi internet atau *i-gen*. Pada bukunya Stillman & Stillman, (2017) yang berjudul *How The Next Generation is Transforming The Workplace* dijelaskan bahwa salah satu perbedaan gen Y dan gen Z adalah terletak pada penguasaan teknologi yang lebih maju serta pemikiran mereka yang lebih terbuka. Gen-z atau generasi z ini lahir antara tahun 1996 - 2010 (Purnomo et al., 2019). Generasi ini dikatakan sejak lahir sudah mengenal teknologi dan ketika tumbuh dewasa tak luput juga menggunakan teknologi (Nur Pratiwi et al., 2022). Karakteristik generasi z yang mahir dalam penggunaan teknologi dan sering berinteraksi dengan dunia digital, tentunya sudah tak asing lagi dengan yang namanya *fintech* (Faddila et al., 2021).

Financial technology atau *fintech* merupakan inovasi teknologi yang dikembangkan di bidang finansial, selain memberi kemudahan dalam bertransaksi, *fintech* juga memberikan manfaat secara praktis, mudah, dan efektif (Faddila et al., 2021). Saat ini berbagai kalangan generasi sudah merasakan kemudahan dari adanya *fintech* terutama pada pembayaran jasa (Nur Pratiwi et al., 2022). Dahulu, jika masyarakat bertransaksi masih menggunakan uang fisik sekarang muncul metode baru dimana pembayaran bisa dilakukan dengan praktis hanya dengan menggunakan dompet digital. Penggunaan metode pembayaran dengan menggunakan dompet digital inilah yang dinamakan dengan transaksi *cashless* atau pembayaran non tunai (Firmansyah & Susanti, 2023).

Istilah *cashless* tentunya sudah tidak asing lagi ditelinga masyarakat. Istilah *cashless* ini merujuk pada transaksi non tunai dimana masyarakat lebih memilih bertransaksi barang maupun jasa menggunakan uang elektronik tanpa melibatkan uang fisik (Rif'ah, 2019). Lebih lanjut, menurut (Fabris, 2019)

dalam penelitiannya yang berjudul *Cashless Society – The future of money or a utopia* menjelaskan bahwa perilaku transaksi non tunai merupakan kebiasaan atau kecenderungan individu atau masyarakat dalam melakukan pembayaran atau transaksi tanpa menggunakan uang tunai fisik, melainkan menggunakan metode pembayaran digital seperti kartu kredit, transfer bank, atau pembayaran online. Di Indonesia pemerintah mendorong sistem transaksi non tunai melalui Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) yang telah di canangkan oleh Bank Indonesia (BI) pada tanggal 14 Agustus 2014 tahun kemarin. Dimana sistem pembayaran tersebut bertujuan menciptakan transaksi yang dilakukan masyarakat dapat berjalan efisien, aman dan lancar.

Ada berbagai macam jenis sistem pembayaran *cashless* ini, ada yang namanya uang digital (*digital money*), uang elektronik (*e-money*), kartu pembayaran (*payment card*), dan transfer langsung (*electronic funds transfer*) (Tumpal Manik, 2019). Survey menunjukkan diantara model pembayaran *cashless* yang paling dominan digunakan adalah uang digital atau akrab disebut dompet digital.

Tabel 1.1. Produk Perbankan & Keuangan yang digunakan

	Total	Gen Y	Gen Z
Jumlah Responden	5,204	2,862	1,692
Dompet digital (gopay,ovo, shopeepay, dana, dll)	67,8%	68,8%	68,0%
ATM Bank (Konvensional & digital)	51,1%	57,1%	35,4%
Rekening Bank Konvensional	38,1%	45,7%	19,6%
Mobile Banking	32,7%	38,7%	20,7%
Rekening Bank Digital (Jenius,Jago,BCA Digital, dll)	24,3%	27,5%	18,5%
internet banking	15,6%	19,0%	7,8%
paylater	13,8%	16,5%	9,7%
e-money	13,6%	16,5%	7,3%
kartu kredit	7,6%	9,3%	2,9%
sms banking	7,4%	9,5%	2,9%
lain nya	0,7%	0,5%	0,9%
tidak satupun diatas	5,6%	4,0%	9,4%

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan Tabel 1.1. menunjukkan bahwa hasil survei penelitian yang dilakukan oleh Katadata Insight Center & Zigi, (2021) penggunaan produk keuangan dompet digital paling banyak digunakan oleh kalangan generasi muda, tercatat penggunaan dompet digital mencapai 67,8% pada aplikasi dompet digital seperti Go-pay, Ovo, Shopeepay, Dana, dll. Didukung oleh pernyataan Bank Indonesia (BI) bahwa tiap tahun nya nilai transaksi uang elektronik terus meningkat, tercatat Desember 2020 nilai transaksi uang elektronik mencapai Rp. 22,13 triliun dan Desember 2021 nilai transaksi uang elektronik naik lagi mencapai Rp.35,10 triliun (Annur, 2022). Hal ini dapat diasumsikan bahwa pembayaran non tunai sangatlah populer di kalangan masyarakat.

Fenomena ini juga didukung dengan pra survey yang peneliti lakukan terhadap 30 responden mahasiswa dari Prodi Bisnis Digital. Hasil survey menunjukkan bahwa penggunaan pembayaran *cashless* cukup tinggi dikalangan mahasiswa.

Tabel 1.2. Hasil Pra Survei Mengenai Cashless Transaction Behavior Pada Generasi Z

Pernyataan <i>Cashless Transaction Behavior</i>	Jawaban				Jumlah Orang
	SS	S	KS	TS	
Minat bertransaksi non tunai					
Saya lebih memilih untuk melakukan transaksi non cash daripada uang tunai.	10	12	8	-	30
Kemudahan Penggunaan					
Saya merasa mudah menggunakan metode pembayaran non-tunai.	18	10	2	-	30
Persepsi Manfaat					
Saya merasa metode pembayaran non-tunai membantu mengurangi risiko kehilangan uang	15	10	4	1	30
Jumlah	43	32	14	1	90
Persentase %	47,8	35,6	15,6	1,1	

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan Tabel 1.2. diatas menunjukkan 30 responden dari mahasiswa memiliki tingkat penggunaan transaksi non tunai yang cukup tinggi.

Terlihat dari persentase perilaku keuangan mahasiswa yang menunjukkan 47,8% dari mahasiswa menyatakan sangat setuju terkait perilaku bertransaksi *cashless*. Selain menaruh minat terhadap bertransaksi secara non tunai, mahasiswa juga merasa bertransaksi secara non tunai jauh lebih praktis dan efisien ketimbang bertransaksi secara tunai. Hal ini tentunya dapat diartikan bahwa pembayaran non tunai sangat populer dikalangan mahasiswa.

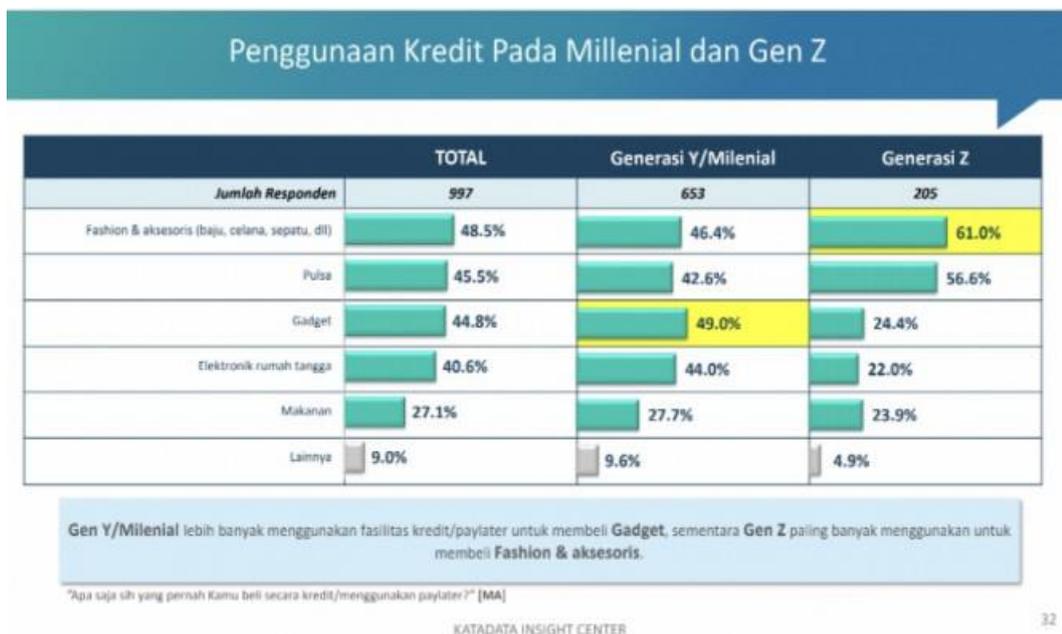
Adanya keberadaan alat pembayaran *cashless* ini menawarkan banyak keuntungan bagi perekonomian, selain mampu mendorong aktivitas sektor riil melalui peningkatan konsumsi terhadap barang dan jasa (Muliati et al., 2021). Keberadaan alat pembayaran non tunai ini juga membantu masyarakat semakin mudah dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari seperti memesan tiket, hotel, makanan dan transportasi lain nya hanya melalui sistem pembayaran non tunai sehingga transaksi menjadi lebih praktis (Ridarana Sari et al., 2022). Namun perlu disadari alat pembayaran non tunai ini nyatanya juga bisa memengaruhi pola hidup masyarakat, terlebih pada kalangan mahasiswa (Nirmala et al., 2020). Pola hidup generasi milenial yang cenderung akrab dengan teknologi, memiliki budaya malas dan menginginkan semua serba praktis (Hazbiyah & Wuyanta, 2019), mendukung terjadinya pergeseran pola perilaku transaksi masyarakat yang semula bersifat konvensional kini berganti menjadi *cashless* atau non tunai (Sulistiyowati et al., 2020). Lebih lanjut, penelitian yang dilakukan oleh (Ramadanti et al., 2021) generasi muda menjadi salah satu kalangan pemakai transaksi non tunai terbesar. Peningkatan pada penggunaan dompet digital ini berhubungan dengan adanya kegiatan belanja daring di *e-commerce* (Wenerda & Hariyanti, 2024).

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Thunes pada Finantier kepada 6.500 generasi Z di 16 negara bahwa sekitar 50% generasi z sudah mempunyai dompet digital untuk melakukan transaksi pembayarannya. dalam survey ini menunjukkan bahwa sekitar 55% pengeluaran yang dilakukan oleh generasi z untuk memenuhi keinginan (belanja, hiburan dan liburan) sedangkan 45%

ditunjukkan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari (makanan, kesehatan, dan transportasi) (Finantier, 2022). Lebih lanjut, menurut (Fungky et al., 2021) generasi z sangat gemar melakukan pembelian online dikarenakan gaya hidup mereka yang mewah, secara tidak langsung membentuk kebiasaan generasi z dalam aspek memenuhi kebutuhan primer, sekunder, tersier dan bahkan memunculkan rasa gengsi yang tinggi jika tidak mengikuti trend atau membeli sesuatu. Kebutuhan seperti ini apabila bisa dikendalikan, maka dapat menyebabkan perilaku konsumsi. Sebaliknya, jika tidak dapat dikendalikan maka dapat menyebabkan perilaku konsumtif.

Terbukti Survey penelitian yang dilakukan oleh Katadata Insight Center dan Zigi tahun 2021. Riset ini menggali bahwa alokasi transaksi belanja non tunai (*Paylater*) paling banyak dilakukan oleh generasi muda. Sebanyak 49% generasi milenial menggunakan *paylater* untuk belanja *smartphone*. Sedangkan 61% mayoritas gen z menggunakan *paylater* untuk belanja kebutuhan fashion dan aksesoris.

Gambar 1.1. Metode Pembayaran yang digemari generasi z

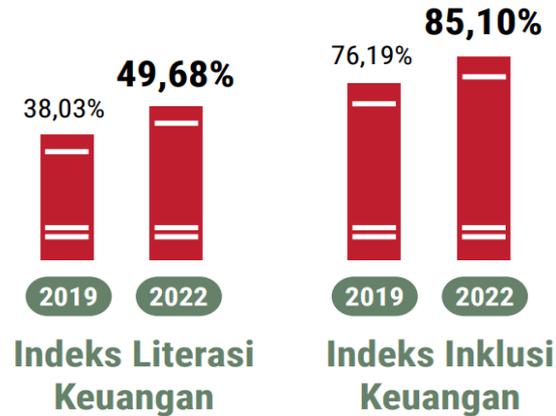


Sumber : (Katadata Insight Center & Zigi, 2021)

Perilaku konsumtif merupakan pembelian yang dilakukan berdasarkan atas keinginan semata tanpa memerhatikan kegunaan serta manfaat dari barang ataupun jasa yang dikonsumsi (Firmansyah & Susanti, 2023). Biasanya perilaku konsumtif mengacu pada individu atau kelompok yang terlibat dalam kegiatan konsumsi produk, jasa, merek, atau perusahaan tertentu, dengan menggunakan jumlah uang lebih dari yang dibutuhkan, baik sadar ataupun tanpa sadar dan akan berkelanjutan. Semakin gemar generasi muda bertransaksi menggunakan *cashless* maka akan semakin besar kemungkinan mereka berperilaku konsumtif (Fungky et al., 2021). Adanya Fenomena ini tentunya penting untuk diimbangi dengan pengetahuan keuangan, karna pengetahuan keuangan sendiri merupakan bagian dari pemahaman terhadap konsep keuangan yang nantinya berpengaruh terhadap keputusan atas keuangan (Normawati et al., 2021). Selain agar individu bisa menjadi lebih bijak dalam mengelola keuangan, mereka juga dapat lebih memerhatikan lagi terkait kebutuhan yang sesuai dengan mereka. Adapun penyebab dari ketidakpahaman seseorang akan pentingnya mengelola keuangan ini dapat dipicu oleh berbagai faktor, salah satunya yaitu literasi keuangan (Choerudin et al., 2023).

Berdasarkan hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) yang dilakukan oleh (OJK, 2022), diketahui hanya 49,68% dari masyarakat Indonesia yang memiliki pengetahuan memadai. Meskipun tingkat inklusi keuangan mencapai 85,10%, namun angka tersebut mengindikasikan bahwa masih terdapat banyak generasi muda yang belum memahami pentingnya penggunaan produk serta layanan keuangan nya..

Gambar 1.2. Data Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan 2019-2022



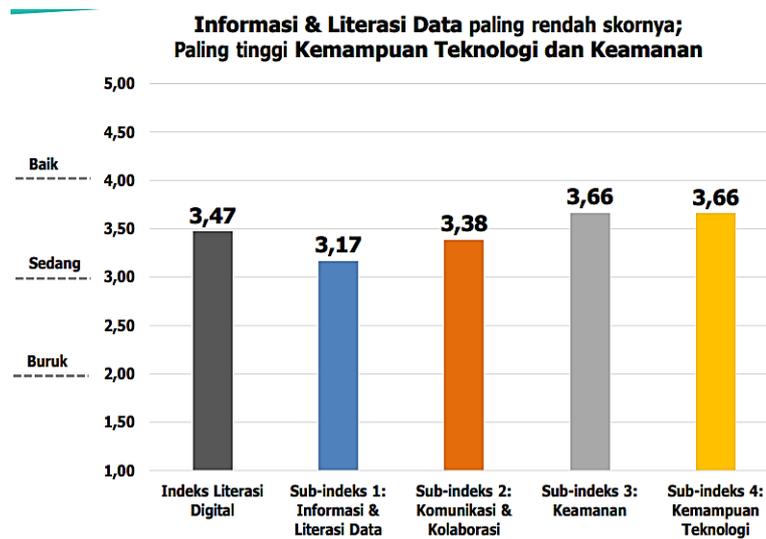
Sumber : Data Diolah

Individu yang memiliki pemahaman terkait literasi keuangan sudah pasti akan lebih mampu dalam mengelola keuangannya dengan lebih baik lagi dan juga dapat membuat keputusan yang lebih tepat saat melakukan pembelian barang maupun jasa (Manik & Dalimunthe, 2019). Namun pada kenyataannya penggunaan metode pembayaran non tunai pada mahasiswa justru mengakibatkan mereka terkadang melakukan pembelian tanpa pertimbangan yang matang, kehilangan kendali terhadap pengeluaran, dan hal ini bertentangan dengan prinsip-prinsip teoritis yang ada. Meskipun transaksi non tunai pada masyarakat memiliki potensi untuk meningkatkan efisiensi keuangan melalui berbagai promo yang ditawarkan, sayangnya, mahasiswa terkadang terjebak dalam pola konsumtif yang tidak terkontrol (Nirmala et al., 2020). Terdapat beberapa penelitian yang mengulas topik pengaruh literasi keuangan terhadap *cashless transaction behavior*, seperti dalam penelitian (Muttasari & Lukiastuti, 2020), (Ridarana Sari et al., 2022), dan (Firmansyah & Susanti, 2023). Hasil studi menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif terhadap *cashless transaction behavior*. Disisi lain, (Nirmala et al., 2020) menyatakan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh negatif terhadap *cashless transaction behavior*.

Pengetahuan akan literasi keuangan sangatlah penting bagi para mahasiswa, melalui literasi keuangan mahasiswa dapat mengembangkan kemampuan serta motivasi dalam mengatur keuangan pribadi mereka. Hal ini juga mendorong mereka dalam membuat keputusan yang lebih bijak terkait pengeluaran serta membuat mereka lebih berfikir mengenai kebutuhan dan manfaat yang akan mereka terima (Rasyid & Mayangsari, 2022). Faktor lain yang mempengaruhi *cashless transaction* adalah literasi digital. Literasi digital sendiri merupakan pengetahuan dan kecakapan seseorang dalam penggunaan berbagai macam media digital seperti internet, alat komunikasi, dan sejenisnya. Kecakapan literasi digital ini meliputi keterampilan dalam menggunakan, menemukan, mengevaluasi dan membuat konten dengan bijak, cerdas, dan sesuai dengan kebutuhan (Suherdi et al., 2021). Literasi digital juga tidak hanya berkaitan dengan cara seseorang menggunakan media digital saja, melainkan juga berkaitan erat dengan berbagai aspek lain dalam kehidupan (Adnyani et al., 2023). Hasil penelitian Pradini & Susanti (2021) mengungkap bahwa pemahaman literasi digital membantu seseorang lebih memahami tentang suatu teknologi dan tahu cara mengoperasikannya serta sadar akan hal yang ditimbulkan. Selain itu, literasi digital membantu seseorang untuk lebih efektif dan lebih produktif terhadap pengelolaan keuangan secara digital atau non tunai.

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Kemkominfo (2020), menyatakan bahwa tingkat literasi digital di Indonesia berada pada angka sedang yaitu 3,47. Apabila dilihat lebih spesifik lagi aspek-aspek sub-indeks seperti informasi dan literasi data, komunikasi dan kolaborasi, keamanan dan kemampuan teknologi masih dibawah 4 (kategori baik). Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat masyarakat yang belum memahami literasi digital dengan baik.

Gambar 1.3. Informasi dan Literasi Data



Sumber : (Kemkominfo, 2020)

Di Indonesia literasi digital masih belum merata (APJII, 2022). Lebih lanjut, dalam penelitian (Ardhia Rahmania et al., 2022) pentingnya peningkatan pemahaman akan literasi digital membantu masyarakat untuk lebih berpikir kritis tentang pengelolaan keuangan serta manfaat dari bertransaksi secara non tunai melalui *e-wallet* atau dompet digital. Terlebih dengan segala kemudahan dan risiko yang terkait dengan produk-produk keuangan digital (non tunai) tentunya akan berdampak pada perilaku transaksi seseorang (Rahayu. R, 2022). Adapun beberapa penelitian yang mengulas topik pengaruh literasi digital terhadap *cashless transaction behavior*. Seperti hasil penelitian (Rizkiyah et al., 2021), (Sekarsari et al., 2021), dan (Alfiana et al., 2023) menyatakan bahwa literasi digital secara signifikan berpengaruh positif terhadap *cashless transaction behavior*. Sementara menurut (O. dwi S. Sari et al., 2023), dalam penelitian nya menyatakan literasi digital tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku transaksi non tunai berupa dompet digital.

Sehingga dalam penelitian ini objek riset yang dianggap relevan untuk dijadikan penelitian adalah mahasiswa dari Prodi Bisnis Digital dikarenakan mereka termasuk kedalam golongan generasi z atau gen-z. Selain itu mahasiswa

Prodi Bisnis Digital juga mempelajari tentang literasi keuangan, *fintech*, literasi digital, *programming*, dan seperangkat mata kuliah lain nya yang berhubungan dengan literasi digital. Dengan demikian sangat strategis untuk melihat bagaimana tingkat literasi keuangan dan literasi digital pada mahasiswa Prodi Bisnis Digital tentang perilaku transaksi secara *cashless*. Berikut data mahasiswa prodi bisnis digital: a) Angkatan 2021 berjumlah 15 orang; b) angkatan 2022 berjumlah 31 orang; dan c) Angkatan 2023 berjumlah 74 orang.

Prodi ini merupakan prodi baru difakultas ekonomi dan bisnis (FEB) dan sudah menerima tiga angkatan. Pengambilan data mahasiswa prodi bisnis digital sebagai objek penelitian di anggap relevan dengan variabel yang ingin diteliti. Berdasarkan pemaparan fenomena dan permasalahan pada latar belakang inilah sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Literasi Keuangan dan Literasi Digital Terhadap *Cashless Transaction Behavior* Pada Generasi Z (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Jambi Prodi Bisnis Digital Angkatan 2021-2023)”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, di identifikasi masalah penelitian sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh literasi keuangan terhadap *Cashless transaction behavior* pada mahasiswa generasi z Prodi Bisnis Digital angkatan 2021-2023?
2. Adakah pengaruh literasi digital terhadap *Cashless transaction Behavior* pada mahasiswa generasi z Prodi Bisnis Digital angkatan 2021-2023?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dari permasalahan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap *cashless transaction behavior* pada mahasiswa generasi z Prodi Bisnis Digital angkatan 2021-2023.
2. Mengetahui pengaruh literasi digital terhadap *cashless transaction behavior* pada mahasiswa generasi z Prodi Bisnis Digital angkatan 2021-2023.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat yaitu:

1. Secara teoritis, hasil dari penelitian ini dapat berkontribusi dalam riset empiris terhadap perilaku non tunai (*Cashless*) dan dapat menjadi acuan bagi peneliti-peneliti selanjutnya mengenai pengaruh literasi keuangan dan literasi digital terhadap *cashless transaction behavior* generasi z.
2. Secara Praktis, Penelitian ini diharapkan dapat membantu peneliti selanjutnya dalam mengembangkan variabel-variabel yang berpengaruh terhadap *cashless transaction behavior*. Bagi Mahasiswa

diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai *cashless transaction behavior* di era digital saat ini.