

PENGARUH PENGGUNAAN CASHLESS PAYMENT DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z KOTA JAMBI

Atika Ratu Kinanti¹, Paulina Lubis²,

Arfah³, Nurida Isnaeni⁴

Universitas Jambi^{1,2,3,4}

Email: atikaratu2606@gmail.com¹, paulina_lubis@unja.ac.id²,
arfah88@unja.ac.id³, nurida_isnaeni@unja.ac.id⁴

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh cashless payment dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kota Jambi. Perubahan kecenderungan perilaku belanja dan pesatnya perkembangan teknologi pendukung transaksi keuangan, membawa pengaruh nyata dalam mempengaruhi perubahan perilaku pelanggan di tengah era transaksi digital. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survey. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 97 responden yang merupakan generasi Z di Kota Jambi. Analisis data dilakukan dengan metode regresi linier berganda menggunakan software SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial cashless payment (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku perilaku konsumtif generasi Z dan Literasi keuangan (X2) berpengaruh signifikan terhadap perilaku perilaku konsumtif generasi Z. Secara simultan pengaruh cashless payment dan literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku perilaku konsumtif generasi Z di Kota Jambi.

Kata kunci: Cashless Payment, Literasi Keuangan, Perilaku Konsumtif dan Generasi Z.

Abstract

This research aims to examine the influence of cashless payment and financial literacy on the consumer behavior of generation Z in Jambi City. Changes in shopping behavior trends and the rapid development of technology supporting financial transactions have a real influence in influencing changes in customer behavior in the digital transaction era. This study uses a quantitative method with a survey approach. Data were obtained through distributing questionnaires to 97 respondents who are generation Z in Jambi City. Data analysis was carried out using multiple linear regression methods using SPSS software. The results of the study indicate that partially cashless payment (X1) has no significant effect on the consumer behavior of generation Z and financial literacy (X2) has a significant effect on the consumer behavior of generation Z. Simultaneously, the influence of cashless payment and financial literacy has an effect on the consumer behavior of generation Z in Jambi City.

Keyword: Cashless Payment, Financial Literacy, Consument Behavior and Generation Z.

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan yang signifikan dalam semua aspek kehidupan, termasuk sistem pembayaran. Munculnya pembayaran non-tunai atau *cashless payment* menjadi tren global yang menawarkan kemudahan dan efisiensi dalam bertransaksi. Sebagai hasilnya, penggunaan transaksi tanpa tunai atau metode pembayaran non-tunai dapat membuat transaksi menjadi lebih mudah dan aman bagi pengguna atau konsumen.¹

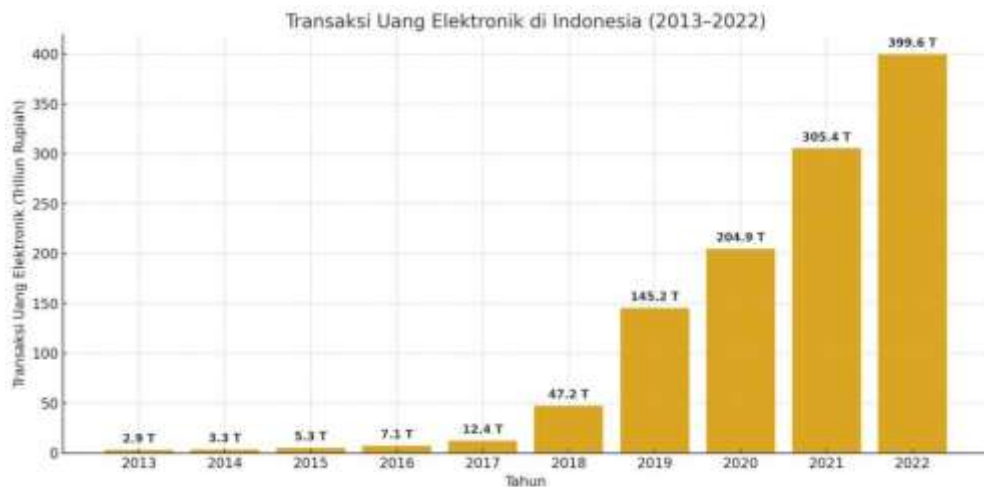
Di Indonesia, cara pembayaran berkembang pesat dan semakin baik. Instrumen pembayaran mencakup pembayaran tunai dan non-tunai, seperti pembayaran kertas seperti cek dan transfer tagihan, yang ditangani oleh prosedur pembayaran dan kliring. Selain itu, masih ada cara pembayaran tanpa kertas, seperti dengan transfer dana elektronik, kartu ATM, kartu kredit, kartu debit, dan kartu prabayar (berbasis kartu). Digitalisasi telah berkembang pesat dalam sepuluh tahun terakhir, dan penyebarannya ke dalam kehidupan masyarakat telah membuat perbedaan besar bagi individu saluran.²

Generasi Z adalah kelompok muda yang lahir antara tahun 1995 dan 2000, dan perkembangan mereka sangat dipengaruhi oleh teknologi. Generasi Z adalah generasi yang muncul pada era yang lebih baru ketika semua orang dapat mengakses internet. Generasi Z sangat bergantung pada teknologi, mereka menggunakan berbagai sumber informasi, tidak pernah sehari pun tanpa smartphone, dan selalu terhubung ke internet. Salah satu perubahan yang menonjol adalah pergeseran dari transaksi tunai ke pembayaran non-tunai atau *cashless payment*. Penggunaan e-money memiliki dampak yang signifikan terhadap perilaku konsumen Generasi Z. Kemudahan dan kecepatan yang ditawarkan oleh pembayaran digital mendorong kebiasaan belanja impulsif generasi muda. Hal ini sejalan dengan temuan Kompas pada tahun 2023 yang mengindikasikan bahwa 89% generasi muda di Indonesia lebih memilih menggunakan dompet digital dalam transaksi sehari-hari. Namun, peningkatan akses dan kemudahan dalam bertransaksi tidak selalu diimbangi dengan literasi keuangan yang memadai.³

¹ Dewi Sartika Nasution dkk, *Ekonomi Digital*. (Mataram: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Mataram, 2019).

² Andriani Astri Dwi, Rosdita Indah Yuniawati, Pandriadi, Dini Hamidin, Aji Priambono, Suhardi, Maman Sulaeman, Leni Susanti, Arif Darmawan, & Samuel Martono. (2022). *Transformasi Indonesia Menuju Cashless Society*, Makassar : Tohar Media.

³ Agustian, Muhammad dkk. (2024). "Pengaruh Gaya Hidup, Media Sosial, Literasi Keuangan dan E-Money terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Pada Generasi Z di Kota Jambi).



Berdasarkan data nasional, masyarakat Indonesia menunjukkan trend peningkatan dalam penggunaan metode pembayaran non-tunai atau *cashless*. Hal ini tercermin dari lonjakan nilai transaksi uang elektronik yang mencapai Rp399,6 triliun, meningkat sebesar 30,84% dibandingkan tahun 2021. Jika dibandingkan dengan tahun 2012, volume transaksi menggunakan mata uang elektronik hanya sekitar 100,63 juta, sementara nilai transaksinya mencapai Rp 1,98 triliun. Namun, pada tahun 2021, jumlah transaksi meningkat secara drastis menjadi 5,45 juta, dengan total nilai Rp305 triliun. Hal ini berarti bahwa dalam satu dekade, volume transaksi mata uang elektronik meningkat sebesar 5,316%, sementara nilai transaksinya meningkat sebesar 15,392%. Pertumbuhan yang signifikan juga terjadi selama pandemi COVID-19 pada tahun 2020, ketika transaksi mata uang elektronik meningkat sebesar 41,16% dibandingkan dengan tahun sebelumnya, dengan total transaksi mencapai Rp204,9 triliun. Mengacu pada proyeksi Bank Indonesia, nilai transaksi uang elektronik diperkirakan akan terus meningkat hingga mencapai Rp495,2 triliun pada tahun berjalan, atau tumbuh sebesar 23,9% dibandingkan dengan tahun 2021.⁴

Berdasarkan hasil penelitian Rahmatika dan kawan kawan 2024, yang berjudul “Pengaruh *Cashless Society* dan Literasi keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Gen Z di Kota Padang” menunjukkan *cashless society* secara signifikan mampu mempengaruhi perilaku konsumtif Gen Z. Fenomena meningkatnya masyarakat tanpa uang tunai (*cashless society*) meningkatkan kesediaan Generasi Z untuk melakukan transaksi non-tunai melalui penggunaan aplikasi pembayaran digital. Kemudahan sistem pembayaran digital dan berbagai promosi, seperti *cashback*, membuat gaya hidup seseorang menjadi lebih konsumtif. Kedua, literasi keuangan dapat mempengaruhi pola konsumtif Generasi Z. Berdasarkan hasil riset yang positif, masih terdapat sedikit ruang untuk perbaikan diri yang dapat meningkatkan tingkat konsumsi. Sebagian besar Generasi Z adalah mahasiswa, sehingga mereka sebaiknya mengikuti kelas atau

⁴ Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia. (2024). *Generasi alfa: Cashless atau uang fisik, mana yang lebih baik?* https://www.setneg.go.id/baca/index/generasi_alfa_cashless_atau_uang_fisik_mana_yang_lebih_baik

seminar untuk meningkatkan pemahaman dan penguasaan literasi keuangan mereka, serta menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari. Ketiga, kurangnya uang tunai dan pemahaman yang buruk tentang uang dapat berdampak negatif pada perilaku konsumen.⁵

Berdasarkan hasil pengamatan di lapangan, penggunaan *Cashless Payment* pada Generasi Z di Kota Jambi menunjukkan adanya kecenderungan yang berkaitan dengan perubahan perilaku konsumsi, sistem pembayaran non-tunai menawarkan kemudahan, kecepatan, serta efisiensi dalam melakukan berbagai transaksi sehari-hari sehingga semakin banyak digunakan oleh generasi muda. Namun demikian, kemudahan tersebut secara tidak langsung dapat mendorong munculnya perilaku konsumtif apabila tidak disertai dengan pengendalian diri dan pemahaman pengelolaan keuangan yang baik, Generasi Z cenderung melakukan transaksi secara impulsif karena proses pembayaran yang praktis serta tidak adanya uang fisik yang secara langsung terlihat saat melakukan pembelian. Kondisi tersebut menyebabkan sebagian Generasi Z lebih mudah memenuhi keinginan dibandingkan mempertimbangkan kebutuhan, oleh karena itu, fenomena penggunaan cashless payment dapat menjadi salah satu faktor yang memengaruhi meningkatnya perilaku konsumtif pada Generasi Z apabila tidak diimbangi dengan literasi keuangan yang memadai.

Berdasarkan fenomena yang terjadi penulis ingin mengkaji lebih dalam terhadap pengaruh penggunaan cashless payment terhadap perilaku konsumtif generasi Z kota Jambi. Selain itu, menelaah lebih jauh pemahaman literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif generasi Z kota Jambi.

B. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan di sini adalah kuantitatif dengan pendekatan asosiatif, yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan cashless payment dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di kota Jambi. Objek penelitian ini mencakup Generasi Z di kota Jambi yang aktif menggunakan transaksi nontunai, dengan fokus bagaimana tingkat pemahaman mereka terhadap literasi keuangan dan kebiasaan dalam menggunakan cashless payment mempengaruhi pola konsumsi mereka sesuai dengan jenis dan sumber data. Jenis data yang digunakan dalam studi ini meliputi data primer yang diperoleh melalui kuesioner dan data sekunder yang diambil dari jurnal akademik dan literatur yang relevan dengan fenomena yang diteliti. Data yang diperoleh dari analisis diolah menggunakan metode statistik untuk menganalisis hubungan dan dampak antar variabel.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Hasil dan Pembahasan Pertama

Nilai koefisien dari regresi cashless payment t hitung $-1,633 < t$ tabel $1,985$ dan nilai signifikan $0,106 > 0,05$, hal ini menunjukkan bahwa variabel cashless payment tidak berpengaruh positif dan signifikan

⁵ Rahmatika, R., Ariani, F., & Susanti, R. (2024). *Pengaruh cashless society dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif Gen Z di Kota Padang*. Shar-E: Jurnal Kajian Ekonomi Hukum Syariah, 10(2), 172–185. <https://doi.org/10.37567/shar-e.v10i2.3116>

terhadap perilaku konsumen generasi Z. Artinya semakin rendah cashless payment tidak mempengaruhi perilaku konsumen. Kemajuan teknologi telah memudahkan masyarakat umum untuk berkomunikasi dan bertransaksi dengan bank melalui teknologi seluler. Maka dapat melakukan pembayaran, mentransfer uang, dan berinvestasi menggunakan berbagai alat baru yang tidak tersedia beberapa tahun yang lalu. Lembaga keuangan yang sudah mapan dan pemain baru di pasar telah mengembangkan model bisnis dan layanan baru berdasarkan big data, komputasi awan, media sosial, mesin pembelajaran, dan aplikasi seluler. Perubahan kecenderungan perilaku belanja dan pesatnya perkembangan teknologi pendukung transaksi keuangan, membawa pengaruh nyata dalam mempengaruhi perubahan perilaku pelanggan di tengah era transaksi digital. Kebiasaan belanja *offline* secara langsung di toko kelontong, restoran, rumah makan, minimarket, supermarket, atau pasar pengganti dengan belanja online yang hanya mengandalkan sentuhan layar. Perubahan perilaku pelanggan ini pun berdampak pada para pelanggan lebih senang melakukan pembayaran cashless dibandingkan dengan pembayaran tunai karena kemudahan yang ditawarkan baik pada pelanggan maupun penyedia barang atau jasa.⁶

2. Hasil dan Pembahasan Kedua

Nilai koefisien dari regresi literasi keuangan t hitung $6,088 > t$ tabel $1,985$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, hal ini menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan berpengaruh positif artinya semakin tinggi literasi keuangan maka perilaku konsumen akan meningkat. Literasi keuangan merupakan komponen penting dalam perkembangan ekonomi dan pribadi. Tujuan utama literasi keuangan adalah memberikan pengetahuan, keterampilan, dan kepercayaan diri yang diperlukan untuk mengambil keputusan keuangan yang bijak. Hal ini mencakup informasi tentang berbagai produk dan layanan keuangan serta cara mengelola uang secara efektif untuk mencapai tujuan keuangan, baik jangka pendek maupun jangka panjang. Dalam upaya meningkatkan literasi keuangan, OJK dan berbagai lembaga keuangan di Indonesia telah mengembangkan berbagai program edukasi dan kampanye literasi keuangan. Program-program ini meliputi pelatihan, seminar dan penyebaran informasi melalui media cetak dan digital. Tujuannya adalah untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang keuangan dan membantu mengembangkan keterampilan yang diperlukan untuk mengelola keuangan dengan baik. Secara keseluruhan, peningkatan literasi keuangan di Indonesia adalah langkah penting menuju kesejahteraan finansial yang lebih baik. Dengan memahami dan

⁶ Andriani Astri Dwi, Rosdita Indah Yuniawati, Pandriadi, Dini Hamidin, Aji Priambono, Suhardi, Maman Sulaeman, Leni Susanti, Arif Darmawan, & Samuel Martono. (2022). *Transformasi Indonesia Menuju Cashless Society*, Makassar : Tohar Media.

menerapkan dasar-dasar literasi keuangan, masyarakat umum dapat mengambil keputusan yang lebih baik, mengurangi risiko keuangan, dan mencapai tujuan jangka panjang Perilaku Konsumtif. Konsumsi manusia, yang juga dikenal sebagai konsumsi konsumen, merujuk pada aktivitas individu yang dilakukan secara diam-diam dalam penggunaan barang dan jasa. Selain itu, perilaku konsumen mengganggu proses pengembangan responsivitas terhadap aktivitas terkait.⁷

3. Hasil dan Pembahasan Ketiga

Secara simultan ke dua variabel diatas yaitu cashless payment dan literasi keuangan berpengaruh secara bersama-sama. Hal ini dibuktikan dengan hasil regresi yang menunjukkan bahwa dari dua variabel cashless payment dan literasi keuangan hasil uji statistik nilai F hitung $> F$ tabel atau $245,029 > 3,093$ dan signifikansi $0,000 < \alpha 0,05$. Hal ini berarti cashless payment dan literasi keuangan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif Gen Z di Kota Jambi. Perkembangan teknologi cashless saat ini telah mempermudah berbagai transaksi baik offline maupun online di seluruh dunia. Perkembangan ini seiring dengan berbagai inovasi layanan ttrransaksi dan keamanan transaksinya, seperti EMV, biometrik, AI, NFT dan *crypto*.⁸

D. Penutup

Berdasarkan hasil analisis tersebut, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan memiliki peran yang lebih dominan dalam memengaruhi perilaku konsumtif generasi Z dibandingkan dengan penggunaan cashless payment. Meskipun sistem pembayaran non-tunai semakin berkembang dan digunakan secara luas, keberadaannya tidak secara langsung mendorong perilaku konsumtif apabila tidak disertai dengan tingkat literasi keuangan yang memadai. Sebaliknya, individu dengan literasi keuangan yang baik cenderung lebih mampu mengelola pengeluaran dan mengambil keputusan konsumsi secara rasional. Secara simultan, kombinasi antara cashless payment dan literasi keuangan tetap memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumtif, yang menunjukkan bahwa kemajuan teknologi finansial perlu diimbangi dengan pemahaman keuangan yang baik agar tidak menimbulkan dampak negatif bagi konsumen, khususnya generasi Z. Implikasi dari penelitian ini adalah pentingnya peningkatan edukasi literasi keuangan bagi generasi muda, baik melalui pendidikan formal maupun program sosialisasi oleh pemerintah dan lembaga keuangan. Selain itu, penyedia layanan cashless payment juga diharapkan dapat berperan aktif dalam memberikan edukasi terkait penggunaan yang bijak. Dengan demikian, perkembangan teknologi keuangan dapat memberikan manfaat optimal tanpa mendorong perilaku konsumtif yang berlebihan.⁹

DAFTAR PUSTAKA

- Agustian, Muhammad dkk. (2024). *“Pengaruh Gaya Hidup, Media Sosial, Literasi Keuangan dan E-Money terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Pada Generasi Z di Kota Jambi).*
- Andriani Astri Dwi, Rosdita Indah Yuniawati, Pandriadi, Dini Hamidin, Aji Priambono, Suhardi, Maman Sulaeman, Leni Susanti, Arif Darmawan, & Samuel Martono. (2022). *Transformasi Indonesia Menuju Cashless Society*, Makassar : Tohar Media.
- Dewi Sartika Nasution dkk, *Ekonomi Digital*. (Mataram: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Mataram, 2019.
- Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia. (2024). *Generasi alfa: Cashless atau uang fisik, mana yang lebih baik?* https://www.setneg.go.id/baca/index/generasi_alfa_cashless_atau_uang_fisik_mana_yang_lebih_baik
- Rahmatika, R., Ariani, F., & Susanti, R. (2024). *Pengaruh cashless society dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif Gen Z di Kota Padang*. Shar-E: Jurnal Kajian Ekonomi Hukum Syariah, 10(2), 172–185. <https://doi.org/10.37567/shar-e.v10i2.3116>