

BAB I

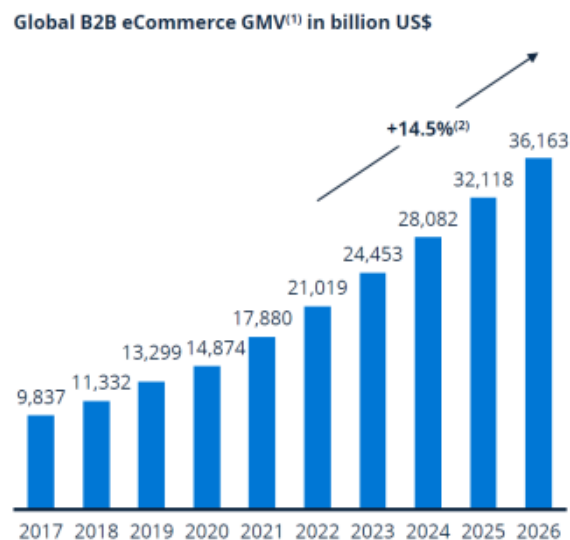
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah merevolusi sektor keuangan global, dengan *e-payment* menjadi pilar utama dalam *e-commerce*. Menurut laporan *Bank for International Settlements*, volume transaksi pembayaran digital global mencapai miliaran transaksi per detik pada 2021 didorong oleh integrasi platform seperti *mobile wallet* dan *blockchain* (Botta *et al.*, 2022). Fenomena ini memperlihatkan bahwa sistem pembayaran elektronik (*e-payment*) tidak hanya mempercepat transaksi tetapi juga menjadi pilar utama dalam aktivitas ekonomi digital global. Lebih lanjut, *World Economic Forum* (2023) menegaskan bahwa digitalisasi keuangan berperan strategis dalam memperluas partisipasi ekonomi masyarakat global melalui peningkatan akses terhadap layanan keuangan berbasis teknologi.

Seiring dengan itu, revolusi *e-commerce* global semakin memperkuat peran sistem pembayaran digital. Berdasarkan laporan *International Trade Administration* (2024), pendapatan *business-to-consumer* (B2C) *e-commerce* dunia diproyeksikan mencapai USD 5,5 triliun pada tahun 2027 dengan laju pertumbuhan tahunan sekitar 14,4%. Data dari Oberlo (2024) juga menunjukkan bahwa pada tahun 2024, nilai pasar *e-commerce* global diperkirakan mencapai USD 6,09 triliun dan akan terus meningkat hingga mendekati USD 7 triliun dalam beberapa tahun mendatang. Selain itu, eMarketer (2025) memperkirakan bahwa pada tahun 2025 *e-commerce* akan

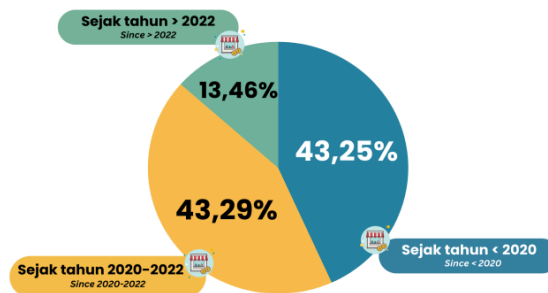
berkontribusi sekitar 20,5% dari total penjualan ritel dunia, menandakan terjadinya pergeseran besar dari transaksi konvensional menuju transaksi digital.



Gambar 1. 1 Pertumbuhan Global B2B e-Commerce Gross Merchandise Value (GMV) tahun 2017–2026

Sumber : International Trade Administration. (2024). Global ecommerce sales and forecast 2024–2027.

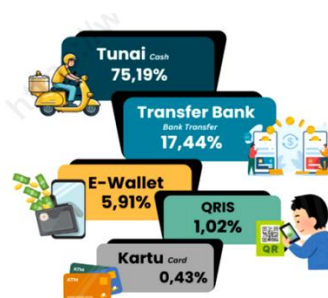
Indonesia mengalami pertumbuhan pesat dalam penggunaan layanan keuangan *digital*, terutama pada platform *e-commerce*. Indonesia mengalami lonjakan penggunaan *e-commerce* sebesar 43,29% selama pandemi COVID-19 (BPS, 2025). Teknologi finansial di Indonesia cara masyarakat melakukan transaksi berubah dari menggunakan uang tunai menjadi sistem non-tunai. Perkembangan teknologi *digital* membawa perubahan besar pada berbagai aspek kehidupan masyarakat, terutama dalam sektor keuangan.



Gambar 1. 2 Persentase Usaha E-commerce Menurut Tahun Berjualan Online, 2023

Sumber : BPS. (2025). Statistik E-Commerce 2023

Sebagaimana tercatat dalam data *Statistik E-Commerce 2023 e-payment* digunakan untuk transaksi online, dengan platform seperti transfer bank 17,44%, *E-wallet* 5,91%, *Qris* 1,02% dan Kartu 0,43% (BPS, 2025). Inovasi *e-payment* sebagai metode pembayaran *elektronik* menghadirkan kemudahan bagi masyarakat untuk bertransaksi tanpa membawa uang tunai. Kemudahan ini tidak hanya meningkatkan efisiensi pembayaran tetapi juga memperkuat ekosistem transaksi digital diberbagai sektor ekonomi. Dengan demikian, perkembangan *e-payment* berperan menggerakkan proses transformasi digital dalam berbagai kegiatan ekonomi masyarakat (Yang *et al.*, 2023).



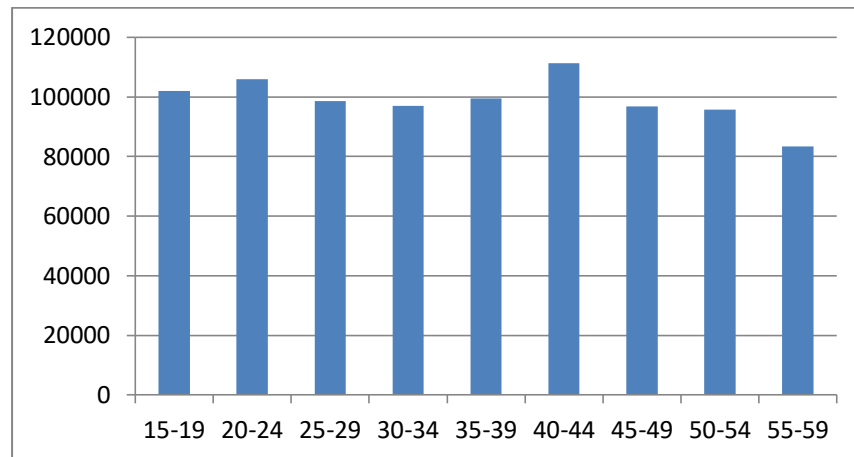
Gambar 1. 3 Persentase Usaha E-Commerce Menurut Metode Pembayaran Yang Paling Sering Digunakan, 2023

Sumber : BPS. (2025). Statistik E-Commerce 2023

Kabupaten Jombang yang perkembangan teknologinya terus meningkat memiliki potensi besar dalam adopsi *e-payment*. Sebagai salah satu pusat perdagangan di Jawa Timur kabupaten Jombang memiliki kontribusi sektor ritel sebesar 15% terhadap PDRB lokal (BPS Jombang, 2023). Selain itu, Jombang sedang mengalami peningkatan adopsi layanan pembayaran digital. Data Pekan QRIS Nasional 2024 menunjukkan terdapat 78.791 merchant QRIS dengan nilai transaksi mencapai Rp 28,63 miliar pada Juni 2024 (Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Jombang, 2024). Meski demikian tingkat pemahaman dan kesediaan masyarakat terhadap layanan ini masih beragam.

Kabupaten Jombang dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki proporsi penduduk usia produktif yang tinggi serta potensi signifikan dalam aktivitas transaksi digital. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kabupaten Jombang, sekitar 65,27% dari total penduduk berada pada kelompok usia produktif, yaitu 18–59 tahun (BPS-Statistics Indonesia Jombang Regency, 2023). Rentang usia tersebut sejalan dengan ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan Pasal 68 yang menetapkan usia minimum pekerja 18 tahun serta larangan mempekerjakan anak di bawah usia tersebut. Sementara itu, menurut Kementerian Ketenagakerjaan Republik Indonesia atau Kemnaker (2025) dan Peraturan Pemerintah Nomor 45 Tahun 2015, usia maksimum kerja atau usia pensiun ditetapkan pada 59 tahun. Berdasarkan data BPS-Statistics Indonesia Jombang Regency (2023), jumlah penduduk usia produktif di wilayah ini mencapai 781.197 jiwa, sehingga

menjadikannya kawasan strategis untuk mengkaji perilaku keuangan digital, khususnya dalam penggunaan layanan *e-payment* pada *platform e-commerce*.



Gambar 1. 4 Grafik Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur di Kabupaten Jombang, 2023

Sumber : BPS Jombang (2024)

Di Kabupaten Jombang, tingkat pengetahuan digital masyarakat serta ketersediaan infrastruktur teknologi masih menunjukkan kondisi yang beragam sehingga penggunaan *e-payment* belum sepenuhnya merata. Penelitian di Sukabumi menunjukkan bahwa pemahaman teknologi yang baik dan dukungan infrastruktur digital yang memadai mampu meningkatkan pemanfaatan teknologi digital di kalangan masyarakat (Ginanjari *et al.*, 2025). Selain itu, analisis di tingkat nasional menunjukkan bahwa pelatihan, dukungan perangkat, dan akses internet memiliki peran penting dalam meningkatkan *digital financial knowledge* masyarakat (Sabrina *et al.*, 2024). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pemahaman masyarakat terhadap teknologi keuangan digital menjadi salah satu faktor penting dalam mendukung penerimaan layanan *e-payment* di tingkat daerah. Dengan memahami kondisi tersebut,

penyusunan strategi pemasaran maupun kebijakan terkait layanan keuangan digital diharapkan dapat dilakukan secara lebih tepat sesuai kebutuhan masyarakat.

Digital financial knowledge (DFK) merupakan kemampuan individu dalam memahami dan menggunakan layanan keuangan digital secara efektif melalui pemanfaatan teknologi, termasuk pemahaman mengenai fungsi, manfaat, risiko, dan keamanan transaksi elektronik. Konsep ini mencakup kemampuan menggunakan layanan seperti *e-wallet*, *mobile banking*, dan *digital payment system* secara aman dan efisien (OECD, 2022). *Digital financial knowledge* (DFK) tidak hanya mencakup pemahaman keuangan tradisional tetapi juga kecakapan teknologi, kesadaran keamanan digital dan kemampuan menganalisis risiko keuangan di era digital (Vieira *et al.*, 2024).

Digital financial knowledge berperan sebagai faktor kognitif yang membentuk perilaku dan sikap individu dalam menggunakan layanan keuangan digital. Pengetahuan ini tidak hanya mencakup pemahaman mengenai produk dan layanan keuangan digital, tetapi juga berkaitan dengan kesadaran terhadap keamanan data, risiko penipuan daring, serta kemampuan menggunakan platform pembayaran elektronik secara aman dan efisien (Zaimovic *et al.*, 2025). Individu dengan *tingkat digital financial knowledge* yang baik cenderung lebih rasional dan bijak dalam mengambil keputusan transaksi digital, termasuk dalam memilih metode pembayaran pada platform *e-commerce*. Menurut Normawati *et al.* (2021) *digital financial knowledge* merupakan konsep pengetahuan keuangan multidimensi yang menggabungkan

pemahaman keuangan dengan kemampuan digital dalam memanfaatkan layanan keuangan berbasis teknologi. Pengetahuan ini tidak hanya mencakup kemampuan memahami produk dan layanan keuangan digital, tetapi juga kesadaran terhadap risiko keamanan data, perlindungan konsumen, serta kecakapan dalam menggunakan layanan transaksi digital secara aman dan efisien. Semakin baik tingkat *digital financial knowledge* yang dimiliki individu, semakin besar pula kemampuannya dalam mengambil keputusan keuangan digital secara rasional, bijak, dan bertanggung jawab sesuai dengan perkembangan ekosistem ekonomi digital yang terus berkembang.

Digital financial knowledge tidak hanya berkaitan dengan kemampuan teknis dalam menggunakan platform keuangan digital, tetapi juga menyangkut kesadaran terhadap keamanan informasi pribadi, kewaspadaan terhadap penipuan daring, serta kemampuan mengambil keputusan keuangan yang cermat (Azaria *et al.*, 2024). Individu yang memiliki tingkat *digital financial knowledge* baik cenderung lebih mampu memahami risiko digital, mengenali sistem keamanan transaksi, serta memanfaatkan teknologi keuangan secara optimal untuk mendukung kebutuhan dan tujuan finansialnya. Dengan demikian, *digital financial knowledge* menjadi dasar penting dalam membentuk pengelolaan keuangan yang aman, efisien, dan sesuai dengan perkembangan ekonomi digital. Bagi mahasiswa, pemahaman keuangan digital juga berperan dalam membentuk perilaku keuangan yang lebih terarah dan rasional, karena membantu mereka mengelola pendapatan, pengeluaran, dan

tabungan dengan lebih efektif serta meningkatkan kepercayaan diri dalam mengambil keputusan keuangan (Azaria *et al.*, 2024).

Digital financial knowledge menjadi faktor penting yang menentukan keberhasilan penggunaan layanan keuangan digital. Pemahaman yang baik terhadap produk, risiko serta risiko layanan keuangan digital dapat membantu penggunaan memanfaatkan teknologi pembayaran yang lebih optimal dan bijak. Sebaliknya, keterbatasan pemahaman dapat menimbulkan keraguan, rasa tidak aman, hingga meningkatkan risiko kesalahan dalam penggunaan layanan digital (Dewi *et al.*, 2025). Meskipun demikian, tantangan terkait *perceived security* masih menjadi perhatian dalam penggunaan layanan digital. Kementrian Komunikasi dan Informasi mengindikasikan bahwa 43 % responden masih khawatir akan risiko keamanan *e-commerce* (Komdigi, 2020).

Seiring dengan kemajuan teknologi, tantangan baru seperti ancaman kejahatan siber juga muncul dan memengaruhi *perceived security* pengguna aplikasi pembayaran digital. Kejahatan digital seperti pencurian data, phishing, dan penipuan daring dapat menurunkan kepercayaan masyarakat terhadap layanan keuangan digital. Oleh karena itu, penyedia layanan dan regulator harus memastikan keamanan transaksi yang tinggi, transparan, dan dapat dipertanggungjawabkan agar pengguna merasa terlindungi (Rabbani *et al.*, 2023). Menurut Belanche *et al.* (2022) menjelaskan bahwa *perceived security* berhubungan dengan persepsi individu terhadap keandalan dan kredibilitas sistem pembayaran digital. Pengguna yang yakin terhadap mekanisme

keamanan sistem cenderung memiliki tingkat kepercayaan dan loyalitas yang lebih tinggi terhadap layanan digital tersebut. Sementara itu, Aribake & Aji (2020) mendefinisikan *perceived security* sebagai keyakinan bahwa layanan perbankan digital dapat menjaga kerahasiaan informasi dan menjamin keaslian transaksi. Keamanan ini menjadi penentu utama keputusan pengguna dalam memanfaatkan layanan internet banking.

Penelitian Siagian *et al.* (2022) menyebutkan bahwa *perceived security* merupakan persepsi terhadap kemampuan sistem untuk mencegah potensi penyalahgunaan dan memastikan transaksi berjalan aman. Dalam konteks pembayaran digital, rasa aman ini berkontribusi langsung terhadap peningkatan kepercayaan pengguna (*trust*). Menurut Primadineska & Jannah (2021), *perceived security* merupakan persepsi individu mengenai jaminan keamanan yang disediakan sistem *e-payment* untuk melindungi pengguna dari potensi risiko keuangan digital. Pengguna yang merasa aman cenderung memiliki tingkat kepercayaan dan kepuasan yang lebih tinggi terhadap sistem.

Menurut Hapsoro (2023) *perceived security* meliputi keyakinan pengguna bahwa sistem *e-wallet* memberikan perlindungan data yang kuat dan keamanan transaksi yang dapat dipercaya. Persepsi keamanan ini turut menentukan tingkat kepuasan dan keberlanjutan penggunaan (*continuance intention*) layanan digital. Sedangkan menurut Keni *et al.* (2020), *perceived security* adalah sejauh mana pengguna percaya bahwa sistem *mobile payment* dapat memberikan perlindungan terhadap data pribadi. Selain itu, sistem tersebut

juga diyakini dapat menghindarkan pengguna dari potensi ancaman penipuan daring.

Keamanan siber menjadi perhatian penting dalam pengembangan layanan keuangan digital. Laporan Lanskap Keamanan Siber Indonesia yang diterbitkan oleh Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN) mencatat bahwa aktivitas serangan siber, anomali trafik, dan indikasi ancaman siber terus meningkat yang dapat berdampak pada kepercayaan publik terhadap layanan keuangan digital (Badan Siber Dan Sandi Negara RI, 2023). Regulasi keamanan juga diperkuat, salah satunya melalui Peraturan BSSN Nomor 10 Tahun 2023 tentang Pengukuran Tingkat Kematangan Keamanan Siber yang bertujuan memastikan sistem elektronik dan layanan digital memenuhi standar keamanan siber tertentu (Badan Siber dan Sandi Negara, 2023). *Perceived security* tidak hanya dibentuk dari pengalaman pribadi tetapi juga dari paparan terhadap informasi publik. Berita mengenai insiden keamanan digital seperti peretasan akun, *phishing*, dan penipuan *online* dapat secara signifikan memengaruhi sikap dan perilaku masyarakat terhadap layanan *e-payment*. Oleh karena itu, komunikasi yang efektif mengenai fitur keamanan menjadi prioritas bagi penyelenggara layanan.

Perceived security dapat disimpulkan sebagai persepsi individu mengenai kemampuan sistem digital untuk melindungi data pribadi, menjaga keamanan transaksi, dan mencegah risiko kejahatan siber. Persepsi tersebut menjadi landasan awal dalam pembentukan *trust* terhadap layanan pembayaran elektronik. Ketika pengguna meyakini bahwa sistem memiliki perlindungan

teknis yang memadai dan mampu meminimalkan risiko, maka kepercayaan terhadap penyedia layanan akan terbentuk secara lebih kuat. *Trust* kemudian berkembang sebagai keyakinan yang lebih mendalam terhadap integritas, kompetensi, dan komitmen penyedia layanan dalam menjaga keamanan serta keandalan sistem. Oleh karena itu, *perceived security* dan *trust* merupakan konsep yang saling berkaitan dalam menjelaskan keputusan penggunaan *e-payment*.

Trust merupakan keyakinan individu terhadap integritas, kemampuan, dan niat baik penyedia layanan dalam memenuhi harapan pengguna, baik pada masa kini maupun masa mendatang. Menurut Ariningsih (2022) *trust* didefinisikan sebagai kesediaan pengguna untuk tetap setia kepada penyedia layanan berdasarkan ekspektasi positif terhadap perilaku di masa depan. Konsep ini mencakup *ability*, *integrity*, dan *benevolence* yang menggambarkan kompetensi, kejujuran, serta kepedulian penyedia layanan terhadap konsumen. Penelitian Noer *et al.* (2023) menegaskan bahwa *trust* menjadi fondasi utama dalam interaksi berbasis teknologi karena mencerminkan tingkat keyakinan individu terhadap reliabilitas sistem pembayaran digital. Dengan demikian, *trust* dapat dipahami sebagai dasar psikologis yang membentuk hubungan antara pengguna dan penyedia layanan *e-payment*.

Trust dalam pembayaran digital juga berkaitan dengan keyakinan bahwa sistem mampu melindungi data pribadi serta menjalankan transaksi secara aman dan efisien. Dalam penelitian Primadineska & Jannah (2021) menjelaskan bahwa transaksi elektronik tidak dapat berjalan secara optimal

tanpa adanya kepercayaan pengguna terhadap keamanan dan kestabilan sistem yang digunakan. Menurut Ningtias *et al.* (2025) *trust* merupakan sikap yakin konsumen bahwa layanan digital payment mampu memenuhi janji layanan serta menjaga kerahasiaan data transaksi. *Trust* tersebut menjadi faktor penting dalam proses pengambilan keputusan bertransaksi secara online. Oleh karena itu, *trust* mencerminkan persepsi keamanan sekaligus komitmen penyedia layanan terhadap perlindungan pengguna.

Trust juga dipandang sebagai faktor yang mendorong terbentuknya minat dan intensi penggunaan pembayaran digital. Penelitian Alfian & Widodo (2024) menjelaskan bahwa *trust* memberikan harapan terhadap keberhasilan transaksi sehingga meningkatkan minat penggunaan *digital payment*. *Trust* merupakan tingkat keyakinan individu terhadap keandalan, keamanan, dan integritas sistem dalam melakukan transaksi digital, yang mampu mengurangi persepsi risiko serta meningkatkan niat penggunaan *mobile wallet* (Putra & Salim, 2023). Dengan demikian, *trust* berperan sebagai faktor utama dalam menjelaskan perilaku keputusan penggunaan *e-payment*.

Keputusan penggunaan *e-payment* merupakan hasil dari proses psikologis dan kognitif individu dalam menilai, menerima, serta memutuskan untuk menggunakan sistem pembayaran berbasis elektronik dalam aktivitas transaksi keuangan. Dalam konteks perilaku konsumen digital, keputusan ini tidak hanya merepresentasikan tindakan ekonomi tetapi juga bentuk adopsi teknologi finansial yang dipengaruhi oleh persepsi manfaat, kemudahan, keamanan, dan kepercayaan terhadap penyedia layanan (Siagian *et al.*, 2022). Berdasarkan

Technology Acceptance Model (TAM), keputusan penggunaan *e-payment* dipandang sebagai faktor eksternal yang terbentuk melalui persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), serta faktor sosial dan kepercayaan terhadap sistem yang digunakan (Keni *et al.*, 2020). Dengan demikian, keputusan penggunaan *e-payment* bukan hanya sekadar tindakan transaksional, melainkan juga manifestasi dari keyakinan kognitif individu terhadap nilai manfaat, keamanan, dan keandalan teknologi finansial digital.

Menurut Hilale & Chakor (2024), keputusan penggunaan *e-payment* perlu dipahami dalam kerangka adopsi teknologi yang mencakup dimensi fungsional, emosional, dan sosial. Kedua peneliti tersebut menegaskan bahwa keputusan untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik berakar pada ekspektasi kinerja, kebiasaan digital, kepercayaan pada teknologi, serta persepsi keamanan yang memengaruhi niat dan perilaku aktual pengguna. Studi tersebut juga menyoroti pentingnya konstruk *trust in technology* dan *perceived security* sebagai determinan utama yang mengurangi ketidakpastian pengguna terhadap risiko finansial dan privasi, sehingga memperkuat kecenderungan untuk mengadopsi layanan pembayaran digital. Semakin tinggi tingkat kepercayaan dan persepsi keamanan yang dirasakan pengguna, semakin kuat pula keputusan individu tersebut untuk menggunakan dan mempertahankan penggunaan *e-payment*.

Penelitian Dewi *et al.* (2025) menegaskan bahwa keputusan penggunaan *e-payment* dipengaruhi oleh disposisi finansial pengguna, khususnya dari

aspek pengetahuan keuangan digital dan toleransi terhadap risiko. Pengetahuan keuangan digital membentuk pemahaman individu mengenai manfaat, biaya, dan risiko yang melekat pada sistem pembayaran elektronik, yang mendorong individu membuat keputusan secara sadar dan rasional. Selain itu, faktor psikologis berupa *trust* berperan penting dalam membentuk keputusan penggunaan *e-payment*, karena kepercayaan mencerminkan keyakinan pengguna terhadap keamanan, keandalan, dan integritas penyedia layanan digital. Kepercayaan yang tinggi mampu mengurangi persepsi risiko transaksi serta meningkatkan keyakinan individu dalam menggunakan layanan pembayaran elektronik. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan penggunaan *e-payment* merupakan hasil integrasi antara kapasitas kognitif (pengetahuan), keyakinan psikologis pengguna (*trust*), dan persepsi keamanan (*perceived security*) yang secara bersama-sama memengaruhi kesediaan individu berpartisipasi dalam sistem keuangan digital (Alfian & Widodo, 2024)

Dari sudut pandang yang lebih luas, keputusan penggunaan *e-payment* juga berkaitan dengan nilai efisiensi dan kepraktisan yang mendasari perilaku adopsi teknologi *modern* (Hilale & Chakor, 2024). Di wilayah dengan tingkat pengetahuan digital tinggi keputusan penggunaan didorong oleh persepsi manfaat dan kemudahan, sementara di daerah dengan literasi digital yang masih berkembang keputusan lebih dipengaruhi oleh faktor kepercayaan dan keamanan sistem. Selanjutnya, Kilay *et al.* (2022) menambahkan bahwa keputusan penggunaan *e-payment* memiliki implikasi strategis terhadap efisiensi rantai pasok dan integrasi digital dalam ekosistem bisnis, terutama

bagi sektor usaha kecil dan menengah. Dengan demikian keputusan individu untuk menggunakan *e-payment* tidak hanya berdampak pada perilaku finansial pribadi, tetapi juga pada produktivitas ekonomi yang lebih luas.

Keputusan penggunaan *e-payment* dapat dipahami sebagai bentuk perilaku keuangan digital yang menandai tingkat penerimaan teknologi oleh pengguna (Siagian *et al.*, 2022). Pengguna yang memiliki pengetahuan digital tinggi, merasa aman, dan mampu menoleransi risiko akan lebih mungkin membuat keputusan positif terhadap penggunaan *e-payment*, baik untuk transaksi pribadi maupun aktivitas ekonomi berbasis *e-commerce*. Untuk memahami lebih jauh faktor-faktor yang memengaruhi keputusan tersebut, sejumlah penelitian empiris telah mengkaji peran pengetahuan keuangan digital terhadap sikap dan perilaku finansial individu di era digital.

Menurut penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *Digital financial knowledge* memiliki pengaruh signifikan terhadap sikap dan perilaku keuangan masyarakat di era digital. Penelitian oleh Normawati *et al.* (2022) menemukan bahwa *digital financial knowledge* berpengaruh positif terhadap *financial attitude* dan *financial behaviour milenial* di Indonesia, yang pada akhirnya meningkatkan *financial satisfaction*. Penelitian lain oleh Bhuvaneshwari & Vinitha (2025) menunjukkan bahwa *digital financial knowledge* berpengaruh langsung terhadap keputusan penggunaan aplikasi pinjaman digital (*lending application adoption*). Individu dengan tingkat *digital financial knowledge* tinggi lebih mampu menilai manfaat, kemudahan, serta keamanan layanan digital secara kritis sebelum melakukan transaksi. Penelitian ini sejalan dengan

Normawati *et al.* (2021) melalui studi konferensi internasional yang menyimpulkan bahwa *digital financial knowledge* memiliki peran strategis dalam membangun kesiapan masyarakat untuk beradaptasi dengan perkembangan sistem keuangan digital, khususnya pada kelompok usia produktif.

Penelitian Vieira *et al.* (2024) menunjukkan pentingnya pengembangan *digital Financial Knowledge Scale* (DFKS) sebagai alat ukur multidimensi yang mencakup kemampuan teknis, kesadaran keamanan transaksi, serta kemampuan mendeteksi potensi penipuan digital. Selain itu, penelitian oleh Zaimovic *et al.* (2025) membuktikan bahwa *digital financial knowledge* berpengaruh positif terhadap pemerataan akses keuangan digital. Dalam model yang telah dikembangkan dalam penelitian tersebut, *digital financial knowledge* meningkatkan *digital financial attitude* dan *digital financial behaviour* yang berujung pada peningkatan partisipasi keuangan digital masyarakat. Penelitian oleh Azaria *et al.* (2024) menunjukkan bahwa *digital financial knowledge* memiliki pengaruh positif terhadap perilaku keuangan mahasiswa. Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa peningkatan pemahaman keuangan berbasis teknologi membantu individu mengelola pendapatan, pengeluaran, serta tabungan dengan lebih efisien. Selain itu, pengetahuan keuangan digital yang baik juga memperkuat *self-esteem*, yang kemudian berdampak pada kemampuan mengambil keputusan finansial secara rasional dan aman dalam penggunaan layanan keuangan digital. Sejalan dengan pentingnya faktor kognitif tersebut, beberapa penelitian juga

menekankan pentingnya peran dari sudut pandang yang berkaitan dengan tingkat kepercayaan dan rasa aman pengguna terhadap sistem keuangan digital.

Penelitian oleh Belanche *et al.* (2022) menunjukkan bahwa *perceived security* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan sistem pembayaran *peer-to-peer*. Semakin tinggi persepsi keamanan pengguna terhadap sistem, semakin kuat niat individu tersebut untuk menggunakan layanan tersebut. Hasil serupa ditemukan oleh Aribake & Aji (2020) yang menyatakan bahwa *perceived security* berperan sebagai variabel mediasi antara *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* terhadap penggunaan layanan internet banking di Indonesia. Artinya, kemudahan dan kemanfaatan baru dapat berdampak positif apabila sistem dianggap aman.

Penelitian Siagian *et al.* (2022) menegaskan bahwa *perceived security* secara signifikan meningkatkan *trust*, yang kemudian memengaruhi niat pengguna dalam menggunakan layanan *digital payment*. Temuan ini menunjukkan peran ganda keamanan sebagai faktor kognitif dan emosional. Penelitian oleh Primadineska & Jannah (2021) menemukan bahwa *perceived security* memiliki pengaruh positif terhadap kepercayaan pengguna yang berdampak pada keputusan penggunaan *e-payment* selama pandemi COVID-19. Dalam situasi ketidakpastian, aspek keamanan menjadi kunci utama bagi pengguna.

Menurut penelitian yang dilakukan Hapsoro (2023) disimpulkan bahwa *perceived security* meningkatkan *e-satisfaction* pengguna ShopeePay, yang berimplikasi pada niat berkelanjutan untuk terus menggunakan layanan

tersebut. Selain itu, Keni *et al.* (2020) menunjukkan bahwa *perceived security* bersama *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* memiliki pengaruh positif terhadap niat penggunaan layanan *mobile payment* di Indonesia. Pengguna yang merasa aman menunjukkan tingkat adopsi digital yang lebih tinggi. Selain faktor persepsi terhadap keamanan, sejumlah penelitian juga menegaskan pentingnya aspek psikologis dan preferensi risiko dalam memengaruhi keputusan individu untuk menggunakan layanan keuangan digital.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa *trust* memiliki peran penting dalam membentuk perilaku penggunaan layanan pembayaran digital. Penelitian Ariningsih (2022) membuktikan bahwa *trust* berpengaruh signifikan terhadap *intention to use e-wallet*, sehingga semakin tinggi tingkat kepercayaan maka semakin besar kecenderungan individu untuk menggunakan layanan tersebut. Penelitian tersebut menempatkan *trust* sebagai faktor utama yang secara langsung mendorong terbentuknya niat penggunaan. Temuan ini menegaskan bahwa kepercayaan menjadi landasan psikologis dalam pengambilan keputusan penggunaan dompet digital.

Penelitian Noer *et al.* (2023) menjelaskan bahwa *trust* berpengaruh positif terhadap *intention to use e-payment*, khususnya pada penggunaan *mobile banking* dan dompet digital di kalangan generasi muda. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap sistem dan penyedia layanan meningkatkan kesiapan individu untuk mengadopsi pembayaran elektronik. Sementara itu, pada penelitian Primadineska & Jannah

(2021) menegaskan bahwa *trust* berkontribusi terhadap keputusan penggunaan *electronic payment system*, terutama dalam situasi meningkatnya transaksi digital selama pandemi. Kedua penelitian tersebut memperlihatkan bahwa *trust* tidak hanya memengaruhi niat, tetapi juga keputusan penggunaan secara nyata.

Di sisi lain, Alfian & Widodo (2024) menemukan bahwa *trust* berperan sebagai variabel mediasi antara persepsi manfaat dan persepsi risiko terhadap minat penggunaan digital payment. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa manfaat dan risiko tidak secara langsung memengaruhi minat penggunaan. Pengaruh kedua variabel tersebut terjadi melalui pembentukan *trust* pengguna terhadap sistem pembayaran digital. Temuan ini menegaskan bahwa *trust* memiliki posisi strategis dalam menjelaskan perilaku penggunaan digital payment.

Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa hubungan antara *digital financial knowledge*, *perceived security*, dan *trust* terhadap keputusan penggunaan *e-payment* masih menunjukkan hasil yang beragam dan belum konsisten secara empiris. Dalam beberapa konteks, variabel-variabel tersebut bahkan menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan terhadap perilaku aktual pengguna dalam memanfaatkan layanan keuangan digital. Studi yang dilakukan oleh Shehadeh *et al.* (2025) menyoroti bahwa dimensi *digital financial knowledge* yang diwakili oleh *subjective knowledge* dan *digital legal framework* tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan sistem pembayaran tanpa uang tunai. Hasil ini menunjukkan bahwa pengetahuan digital yang dimiliki individu belum cukup mendorong perilaku aktual dalam

memanfaatkan *e-payment*. Faktor pengalaman dan keterampilan digital justru lebih berperan dalam meningkatkan penggunaan sistem pembayaran elektronik. Kondisi ini memperlihatkan adanya kesenjangan antara tingkat pengetahuan keuangan digital dan penerapan nyata dalam penggunaan layanan keuangan digital, khususnya di kalangan masyarakat terdidik di sektor akademik.

Penelitian Oyelami *et al.* (2020) juga menunjukkan temuan serupa bahwa meskipun variabel keamanan (*perceived security*) berpengaruh positif terhadap adopsi *e-payment*, tingkat pengaruhnya tidak selalu signifikan ketika dibandingkan dengan faktor kenyamanan dan pengaruh sosial. Dengan demikian keamanan bukan lagi determinan utama yang memotivasi konsumen untuk menggunakan *e-payment*, sehingga menunjukkan bahwa aspek persepsi terhadap keamanan digital belum sepenuhnya membentuk keputusan penggunaan *e-payment*. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa masih ada celah untuk memahami bagaimana persepsi keamanan memengaruhi keputusan pengguna di konteks sosial dan teknologi yang berbeda.

Penelitian Putra & Salim (2023) menemukan bahwa *trust* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan *mobile wallet* di Kota Batam. Temuan tersebut menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan pengguna tidak selalu secara langsung menentukan keputusan penggunaan pembayaran digital. Hasil ini mengindikasikan bahwa *trust* bukan satu-satunya faktor yang memengaruhi keputusan penggunaan *e-payment*, melainkan dipengaruhi oleh faktor lain yang membentuk kepercayaan

pengguna. Oleh karena itu, pemahaman individu terhadap sistem keuangan digital serta persepsi terhadap keamanan teknologi menjadi aspek penting yang perlu dikaji untuk menjelaskan terbentuknya keputusan penggunaan *e-payment*.

Sejalan dengan kebutuhan untuk memahami faktor pembentuk *trust*, pemahaman terhadap sistem keuangan digital menjadi salah satu aspek penting dalam membangun kepercayaan pengguna terhadap layanan pembayaran elektronik. Pengetahuan keuangan digital berfungsi sebagai kemampuan dasar individu dalam memahami, mengelola, dan menggunakan layanan keuangan berbasis teknologi secara cerdas dan aman. Tingkat pengetahuan yang tinggi memungkinkan pengambilan keputusan keuangan digital yang rasional, sedangkan persepsi terhadap keamanan (*perceived security*) turut menentukan tingkat kepercayaan serta loyalitas terhadap sistem pembayaran elektronik. Maka keamanan siber menjadi elemen penting yang harus dijaga oleh penyedia layanan guna membangun kepercayaan publik terhadap sistem keuangan digital. Dengan demikian kerjasama antara pengguna, penyedia layanan, dan regulator menjadi penting dalam memperkuat ekosistem transaksi digital yang berkelanjutan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini berfokus pada analisis pengaruh *digital financial knowledge*, *perceived security*, dan *trust* terhadap keputusan penggunaan *e-payment* pada masyarakat Kabupaten Jombang. Faktor psikologis seperti tingkat toleransi risiko keuangan berperan penting dalam menentukan sejauh mana individu berani menghadapi ketidakpastian transaksi

digital. Pengetahuan keuangan digital yang baik serta persepsi keamanan yang tinggi diharapkan mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat dalam menggunakan layanan *e-payment*. Namun, hasil penelitian sebelumnya menunjukkan ketidakkonsistenan pengaruh ketiga faktor tersebut terhadap perilaku penggunaan *e-payment*. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi keuangan digital di Kabupaten Jombang.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *digital financial knowledge* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-payment* pada pengguna *e-commerce* di Kabupaten Jombang?
2. Apakah *perceived security* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-payment* pada pengguna *e-commerce* di Kabupaten Jombang?
3. Apakah *trust* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-payment* pada pengguna *e-commerce* di Kabupaten Jombang?
4. Apakah *digital financial knowledge*, *perceived security*, dan *trust* berpengaruh secara bersamaan terhadap keputusan penggunaan *e-payment* pada pengguna *e-commerce* di Kabupaten Jombang?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai latar belakang dan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh *digital financial knowledge* terhadap keputusan penggunaan *e-payment* pada pengguna *e-commerce* di Kabupaten Jombang.
2. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh *perceived security* terhadap keputusan penggunaan *e-payment* pada pengguna *e-commerce* di Kabupaten Jombang.
3. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh *trust* terhadap keputusan penggunaan *e-payment* pada penggunaan *e-commerce* di Kabupaten Jombang.
4. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh *digital financial knowledge*, *perceived security*, dan *trust* secara bersamaan terhadap keputusan penggunaan *e-payment* pada pengguna *e-commerce* di Kabupaten Jombang.

D. Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini, penulis berharap hasil studi ini bermanfaat untuk :

1. Manfaat Teoritis
 - a) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian ilmiah dalam bidang keuangan digital dan perilaku konsumen, khususnya yang berkaitan dengan pengaruh *digital financial knowledge*,

perceived security, dan *trust* terhadap keputusan penggunaan *e-payment*.

- b) Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi dan bahan pertimbangan bagi penelitian selanjutnya yang membahas topik serupa di bidang ekonomi digital dan perilaku adopsi teknologi finansial (*fintech*).

2. Manfaat Praktis

a) Bagi Peneliti dan Peneliti Sebelumnya

Penelitian ini dapat menjadi bahan pembelajaran dan referensi ilmiah untuk memperdalam pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan penggunaan *e-payment*, serta menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya dalam mengembangkan penelitian dengan variabel lain seperti kepercayaan pengguna, pengalaman digital, atau regulasi *fintech*.

b) Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya pengetahuan keuangan digital (*digital financial knowledge*) dan pemahaman terhadap keamanan transaksi digital agar masyarakat dapat menggunakan layanan *e-payment* secara bijak, aman, dan efisien.

c) Bagi Pemerintah dan Regulator

Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi pemerintah daerah, Bank Indonesia, dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam

merumuskan strategi peningkatan pengetahuan keuangan digital dan keamanan transaksi elektronik, guna memperkuat pemerataan akses keuangan serta mendorong pertumbuhan ekonomi digital di Kabupaten Jombang.