

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Generasi Z (lahir tahun 1997–2012) kini menjadi bagian penting dalam ekosistem keuangan digital karena karakteristik mereka yang melek teknologi dan aktif menggunakan aplikasi berbasis finansial. Kabupaten Bojonegoro dengan total penduduk 1.367.980 jiwa dan persentase Generasi Z sebesar 23,18%, diperkirakan populasi Gen Z mencapai sekitar 317.131 jiwa. Fenomena ini membuka peluang besar bagi industri *fintech* untuk menjangkau segmen ini. Namun, sekaligus muncul tantangan bagaimana Gen Z mengelola keuangan mereka, termasuk dalam hal transaksi melalui teknologi. Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *fintech* sangat memengaruhi manajemen keuangan Gen Z.

Perkembangan teknologi finansial (*financial technology* atau *fintech*) telah mengubah cara masyarakat bertransaksi dan mengelola keuangan. *Fintech* memungkinkan aktivitas keuangan seperti pembayaran, transfer maupun transaksi dilakukan secara digital dengan lebih mudah dan cepat (Oliveira et al., 2016). Pertumbuhan pengguna *fintech* di Indonesia meningkat pesat, terutama di kalangan generasi muda yang adaptif terhadap teknologi digital (Kajol et al., 2022). Generasi Z, yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, menjadi kelompok paling aktif menggunakan aplikasi pembayaran digital seperti *GoPay*, *OVO*, *Dana*, dan *ShopeePay* untuk transaksi sehari-hari (Hidayat-ur-Rehman et al., 2022).

Gaya hidup konsumtif yang mengakar di kalangan Gen Z menjadi salah satu aspek yang menarik untuk diteliti. Gaya hidup ini tidak hanya mencakup pola konsumsi barang dan pengalaman, tetapi juga perilaku digital, orientasi sosial, dan kebiasaan keuangan yang cepat berubah. Sebagai contoh, penelitian oleh Prawitasari et al., (2023) menemukan bahwa gaya hidup dan rasa takut ketinggalan (*FOMO*) berdampak pada perilaku keuangan Gen Z sehingga cenderung konsumtif.

Perkembangan teknologi finansial (*fintech*) telah menghadirkan inovasi signifikan dalam cara masyarakat melakukan transaksi keuangan, terutama melalui layanan pembayaran digital atau dompet elektronik (*e-wallet*). Penggunaan *fintech* menawarkan kemudahan, efisiensi dan fleksibilitas yang sebelumnya tidak tersedia dalam sistem pembayaran konvensional. Sebagai contoh, penelitian menunjukkan bahwa adopsi pembayaran mobile sangat dipengaruhi oleh faktor-kemudahan yang ditawarkan dan sejauh mana teknologi tersebut sesuai dengan gaya hidup pengguna (Oliviera et al., 2016). Di tengah dinamika tersebut, generasi muda khususnya generasi Z yang tumbuh bersama teknologi digital menjadi target utama layanan *fintech*. Oleh karena itu, pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat mereka untuk melakukan transaksi berbasis *fintech* sangat penting.

Salah satu faktor yang semakin banyak dibahas dalam penelitian adalah gaya hidup atau pola hidup konsumsi generasi Z yang sangat dipengaruhi oleh teknologi, media sosial, dan kecepatan akses layanan. Gaya hidup ini mencakup aspek kesesuaian teknologi dengan aktivitas sehari-hari, keinginan untuk cepat

dan praktis, serta preferensi terhadap layanan digital. Sebuah studi *review* menyimpulkan bahwa *lifestyle compatibility* menjadi salah satu faktor motivasi utama adopsi transaksi keuangan digital (Kajol et al., 2022). Konteks *fintech*, gaya hidup ini memengaruhi bagaimana Gen Z melihat transaksi berbasis *fintech* bukan hanya sebagai kebutuhan fungsional, tetapi juga sebagai bagian dari identitas dan kebiasaan sehari-hari.

Variabel gaya hidup dalam konteks transaksi *fintech* antara lain dapat mencakup kebiasaan menggunakan dompet elektronik, preferensi untuk transaksi tanpa tunai, kesukaan terhadap promosi dan fitur nyaman, serta tingkat innovativeness dalam mencoba layanan baru. Penelitian internasional menunjukkan bahwa kesesuaian teknologi (*compatibility*) dan aspek hedonik (*hedonic motivation*) sangat berpengaruh terhadap niat menggunakan layanan pembayaran mobile (Oliviera et al., 2016). Oleh karena itu, memasukkan gaya hidup sebagai variabel independen dalam penelitian mengenai minat transaksi *fintech* sangat relevan terutama di kalangan Gen Z yang secara demografis lebih lincah dalam mengadopsi teknologi.

Fenomena meningkatnya transaksi berbasis *fintech* tidak terlepas dari gaya hidup yang semakin melekat pada generasi muda. Gen Z cenderung mengutamakan kemudahan, kecepatan, dan efisiensi dalam melakukan transaksi (Pradana & Nugroho, 2022). Gaya hidup konsumtif yang didukung oleh kemajuan teknologi dan media sosial juga mendorong mereka untuk lebih aktif menggunakan layanan digital (Rahayu, 2021). Menurut Fitriyani & Oktavia (2023), gaya hidup hedonisme dan digital memengaruhi perilaku

keuangan, di mana individu cenderung lebih sering melakukan transaksi non-tunai melalui *platform fintech*.

Faktor pendapatan juga menjadi penentu penting dalam minat seseorang menggunakan *fintech*. Pendapatan memberikan kemampuan finansial untuk melakukan berbagai transaksi digital, seperti pembayaran tagihan, belanja daring, atau investasi *online* (Muntiah et al., 2021). Penelitian Sari & Hartono (2020) menemukan bahwa pendapatan berpengaruh positif terhadap minat investasi dan transaksi keuangan mahasiswa. Fitriyah & Nugraha (2024) membuktikan bahwa semakin tinggi pendapatan seseorang, semakin besar pula niatnya untuk berinvestasi dan bertransaksi melalui *platform* digital.

Penelitian oleh Kurniawan & Helen (2024) menegaskan bahwa kepercayaan dan persepsi kemudahan penggunaan *fintech* berperan penting dalam meningkatkan minat transaksi digital, sementara gaya hidup modern menjadi faktor pendukung. Gaya hidup yang dinamis, praktis, dan berorientasi teknologi menjadikan *fintech* sebagai bagian dari kebutuhan hidup sehari-hari (Fitriani & Prasetyo, 2021). Generasi Z di Indonesia menunjukkan minat tinggi dalam memanfaatkan *fintech* tidak hanya untuk belanja, tetapi juga untuk pengelolaan keuangan pribadi (Jesi, 2025).

Secara psikologis, motivasi hedonik juga mendorong individu untuk menggunakan teknologi baru seperti *mobile payment* dan *E-wallet* (Hidayat-ur-Rehman et al., 2022). Penggunaan *fintech* sering kali tidak hanya karena kebutuhan fungsional, tetapi juga karena gaya hidup yang mengedepankan kemudahan, gengsi sosial, dan kesenangan dalam bertransaksi (Nabila & Huda,

2024). Kajian Oliveira et al., (2016) menegaskan bahwa *compatibility* atau kesesuaian antara gaya hidup seseorang dengan teknologi pembayaran digital merupakan faktor kunci dalam meningkatkan niat menggunakan *fintech*.

Kajol et al., (2022) melalui tinjauan literatur sistematis menemukan bahwa gaya hidup, kepercayaan, dan pendapatan memiliki pengaruh signifikan terhadap adopsi transaksi keuangan digital. Faktor sosial dan lingkungan juga berperan karena Gen Z mudah terpengaruh oleh tren dan rekomendasi rekan sebaya. Santoso (2023) mendukung temuan ini dengan menyatakan bahwa gaya hidup modern dan sosialisasi keuangan di kalangan Gen Z mampu meningkatkan minat berinvestasi dan bertransaksi secara digital.

Pendapatan yang meningkat tidak hanya memberikan kemampuan finansial, tetapi juga menumbuhkan rasa percaya diri dalam menggunakan layanan keuangan digital Putra et al., (2021). Wulandari (2024) menambahkan bahwa akses terhadap *platform fintech* menjadi perantara penting antara pendapatan dan keputusan keuangan, termasuk keputusan untuk bertransaksi menggunakan aplikasi digital. Gaya hidup maupun pendapatan memiliki keterkaitan erat terhadap minat transaksi berbasis *fintech*, terutama bagi generasi yang terbiasa dengan teknologi seperti Gen Z.

Generasi Z di Bojonegoro menunjukkan potensi besar dalam adopsi *fintech*. Bojonegoro sebagai wilayah dengan pertumbuhan ekonomi yang stabil dan perkembangan digital yang mulai meningkat, menjadi daerah menarik untuk meneliti perilaku transaksi generasi muda. Penelitian Jesi (2025) menunjukkan bahwa perilaku keuangan dan gaya hidup memengaruhi intensitas

penggunaan *fintech* di kalangan Gen Z, sejalan dengan temuan Manggala Journal (2025) yang menyebutkan bahwa adopsi *fintech* berpengaruh signifikan terhadap minat investasi generasi muda.

Minat terhadap *fintech* meningkat tetapi belum semua generasi Z memanfaatkan layanan ini secara optimal untuk kebutuhan keuangan yang produktif. Beberapa di antaranya hanya menggunakan *fintech* untuk konsumsi sehari-hari tanpa memahami manfaat ekonomi jangka panjang (Fitriyani & Oktavia, 2023). Penelitian oleh Kajol et al., (2022) menyoroti perlunya peningkatan literasi keuangan agar pengguna *fintech* dapat mengoptimalkan teknologi ini secara bijak dan berkelanjutan.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa gaya hidup dan tingkat pendapatan menjadi faktor penting dalam mendorong minat transaksi berbasis *fintech*, khususnya di kalangan generasi Z. Penelitian mengenai *fintech*, sebagian besar masih berfokus pada aspek literasi dan kepercayaan, sementara hubungan antara gaya hidup, pendapatan, dan minat transaksi digital di tingkat lokal seperti Bojonegoro masih jarang dikaji.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian fenomena dan permasalahan diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap minat transaksi berbasis *fintech* pada Gen Z di Bojonegoro?
2. Apakah pendapatan berpengaruh terhadap minat transaksi berbasis *fintech* pada Gen Z di Bojonegoro?

3. Apakah gaya hidup dan pendapatan secara simultan berpengaruh terhadap minat transaksi berbasis *fintech* pada Gen Z di Bojonegoro?

C. Tujuan Penelitian

Bedasarkan permasalahan penelitian yang telah di rumuskan maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian antara lain:

1. Mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap minat transaksi berbasis *fintech* pada Gen Z di Bojonegoro
2. Mengetahui pengaruh pendapatan terhadap minat transaksi berbasis *fintech* pada Gen Z di Bojonegoro.
3. Mengetahui pengaruh gaya hidup dan pendapatan secara simultan terhadap minat transaksi berbasis *fintech* pada Gen Z di Bojonegoro.

D. Manfaat penelitian

Bedasarkan permasalahan dan tujuan penelitian yang telah di rumuskan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Manfaat Teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang manajemen keuangan dan perilaku konsumen dalam konteks transaksi berbasis teknologi.

2. Manfaat Praktis

- Bagi Masyarakat (Gen Z): Memberikan pemahaman tentang pentingnya mengelola pendapatan dan mengatur gaya hidup untuk meningkatkan minat investasi.

- Bagi Perusahaan *Fintech*: Menjadi bahan pertimbangan dalam merancang strategi pemasaran yang tepat untuk menarik minat investor muda.
- Bagi Peneliti Selanjutnya: Menjadi referensi dan dasar penelitian lanjutan terkait perilaku investasi generasi muda.