

# BAB I

## PENDAHULUAN

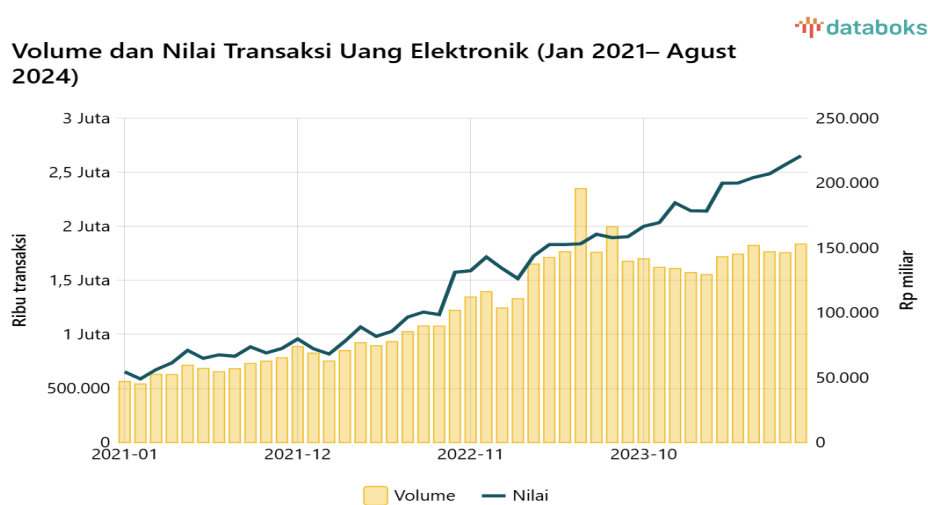
### 1.1 Latar Belakang

Transformasi digital telah menjadi pendorong utama perubahan perilaku ekonomi dan sosial di seluruh dunia, mengarah pada fenomena *cashless society* yaitu kondisi di mana transaksi tunai semakin tergantikan oleh sistem pembayaran digital (Huda dkk., 2024). Di era digital ini, aktivitas ekonomi mengalami pergeseran fundamental: masyarakat tidak lagi sepenuhnya mengandalkan uang tunai dalam melakukan transaksi, melainkan beralih ke instrumen pembayaran berbasis teknologi seperti dompet digital (*e-wallet*), *mobile banking*, kartu debit/kredit, dan sistem pembayaran berbasis aplikasi. Fenomena *cashless society* muncul sebagai respons terhadap kebutuhan akan efisiensi, keamanan, dan kecepatan dalam bertransaksi. Organisasi global seperti World Bank dan McKinsey & Company menunjukkan bahwa transisi menuju transaksi digital dapat meningkatkan produktivitas nasional, memperluas inklusi keuangan, serta mendorong efisiensi fiskal dan transparansi ekonomi. Selain itu, pandemi COVID-19 telah mempercepat proses adopsi teknologi digital, termasuk di sektor keuangan. Pembayaran tanpa kontak (*contactless*) menjadi pilihan utama masyarakat sebagai bentuk adaptasi terhadap pembatasan sosial dan kebutuhan menjaga jarak fisik, sehingga memperkuat preferensi terhadap transaksi digital.

Cashless society tidak merujuk pada periode waktu tertentu, melainkan menggambarkan kondisi atau fenomena ketika masyarakat semakin mengurangi penggunaan uang tunai dan beralih ke berbagai instrumen pembayaran non-tunai berbasis teknologi digital. Perkembangan internet, smartphone, fintech, dan sistem pembayaran elektronik telah mempercepat transformasi tersebut sehingga transaksi digital menjadi bagian yang semakin melekat dalam aktivitas ekonomi masyarakat. Dalam penelitian ini, istilah *era cashless society* digunakan untuk menegaskan konteks penelitian, yaitu kondisi ketika masyarakat semakin terbiasa melakukan

transaksi melalui instrumen pembayaran digital seperti mobile banking, dompet digital, kartu elektronik, dan QRIS. Dengan demikian, penggunaan QRIS pada kalangan Generasi Z menjadi relevan untuk diteliti karena berkembang di tengah perubahan pola transaksi masyarakat yang semakin mengarah pada sistem pembayaran non-tunai.

Di Indonesia, tren *cashless society* mengalami pertumbuhan pesat dalam satu dekade terakhir. Adapun data dari Bank Indonesia dalam (Huda dkk., 2024) menunjukkan perkembangan volume dan nilai transaksi uang elektronik (*e-money*) yang terus meningkat sejak awal tahun 2021 hingga Agustus 2024, memperlihatkan bahwa nilai transaksi *e-money* mengalami pertumbuhan signifikan dari sekitar Rp1,18 kuadriliun pada Januari–Agustus 2023 menjadi Rp1,6 kuadriliun pada periode yang sama tahun 2024. Meski volume transaksi mengalami sedikit penurunan sebesar 0,29%, peningkatan nilai menunjukkan tingginya intensitas dan nominal penggunaan per transaksi. Grafik berikut menggambarkan tren pertumbuhan tersebut secara visual



Sumber : Kusnandar (2024)

Gambar 1.1 *Volume dan Nilai Transaksi Uang Elektronik (Jan 2021-Agust 2024)*

Laporan yang dirilis dalam *Outlook Ekonomi Digital 2025* menyebutkan bahwa nilai transaksi *digital payment* Indonesia diproyeksikan mencapai Rp2.906,6 triliun pada 2025, yang berarti setara hampir seluruh nilai APBN Indonesia tahun itu (Huda dkk., 2024). Hal ini menunjukkan bahwa transaksi digital bukan lagi pelengkap, melainkan telah menjadi arus utama

dalam sistem perekonomian nasional. Pendorong lain dari pertumbuhan pembayaran digital di Indonesia adalah pesatnya penetrasi internet dan perangkat pintar (smartphone). Menurut laporan dari APJII (2023) jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai lebih dari 215 juta jiwa, dengan lebih dari 170 juta di antaranya merupakan pengguna aktif perangkat mobile. Fenomena ini membuka akses luas terhadap layanan digital, termasuk keuangan berbasis aplikasi, dan mendorong tumbuhnya ekosistem *fintech*. Data OJK (2024b) menunjukkan bahwa terdapat lebih dari 300 perusahaan *fintech* yang beroperasi di Indonesia, dengan layanan utama mencakup pembayaran digital, pinjaman online, dan *wealth management*. Ekosistem digital yang berkembang juga didorong oleh regulasi pemerintah yang progresif, melalui strategi Sistem Pembayaran Indonesia (SPI) 2025, Bank Indonesia menargetkan integrasi sistem pembayaran nasional dengan prinsip *open banking* dan interoperabilitas layanan, untuk mendukung efisiensi, keamanan, serta inklusi yang lebih tinggi (BI, 2019). Inisiatif ini menjadi fondasi dalam memperluas jangkauan sistem pembayaran digital hingga ke masyarakat lapisan bawah dan wilayah terpencil.

Seiring dengan semakin masifnya transformasi menuju *cashless society* di Indonesia, diperlukan dukungan infrastruktur dan instrumen pembayaran yang mampu menjangkau seluruh lapisan masyarakat secara efisien dan inklusif. Pemerintah melalui Bank Indonesia merespons tantangan tersebut dengan meluncurkan berbagai inisiatif strategis dalam mendukung ekosistem pembayaran digital yang terintegrasi. Salah satu inovasi paling signifikan dalam lanskap pembayaran digital nasional adalah hadirnya *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS). QRIS diluncurkan secara resmi oleh Bank Indonesia pada tahun 2019 sebagai sistem pembayaran berbasis QR code yang terstandarisasi secara nasional dengan implementasi luas dimulai pada 1 Januari 2020. QRIS berfungsi sebagai standar nasional untuk mengintegrasikan berbagai sistem pembayaran digital, bertujuan untuk efisiensi dan inklusivitas yang lebih besar di seluruh negeri. Pengembangannya merupakan langkah krusial dalam transformasi ekonomi digital Indonesia dan mempercepat pencapaian tujuan inklusi keuangan

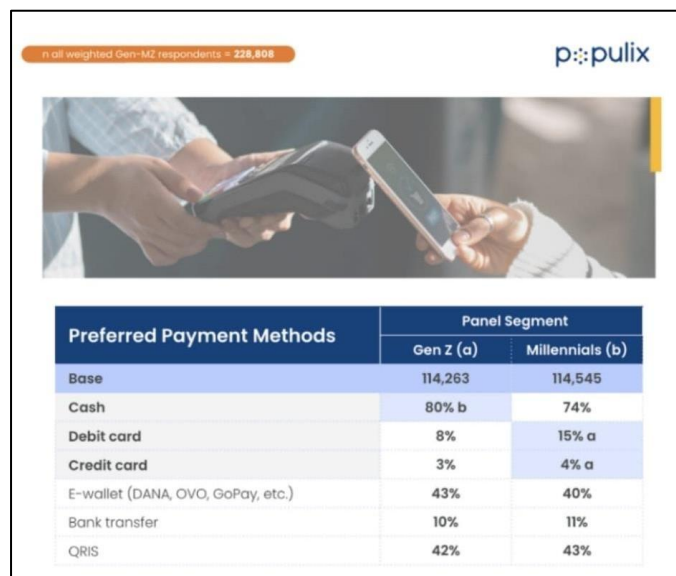
nasional. Inisiatif ini bertujuan menyatukan berbagai sistem pembayaran digital yang sebelumnya terfragmentasi, baik dari *e-wallet*, *mobile banking*, maupun layanan pembayaran daring lainnya, ke dalam satu format terpadu yang lebih efisien dan mudah digunakan (Bank Indonesia, 2019). QRIS menawarkan berbagai keunggulan seperti kemudahan, kecepatan, interoperabilitas, serta peningkatan keamanan bertransaksi secara digital. Tak hanya untuk konsumen, QRIS juga memberikan kemudahan bagi pelaku usaha termasuk UMKM dalam menerima pembayaran non-tunai tanpa memerlukan perangkat keras tambahan seperti mesin EDC, sehingga mendorong perluasan inklusivitas keuangan di seluruh wilayah Indonesia (Pulungan dkk., 2025). Dalam konteks penguatan struktur ekonomi digital, QRIS menjadi instrumen yang sangat strategis karena berada di titik temu antara kebutuhan konsumen akan transaksi yang praktis dan tujuan kebijakan negara untuk mendorong digitalisasi sistem keuangan. Berdasarkan data Bank Indonesia per akhir 2023, tercatat lebih dari 30 juta merchant telah menggunakan QRIS, dan jumlah pengguna aktif terus meningkat seiring integrasi dengan sistem *open banking* dalam kerangka Sistem Pembayaran Indonesia (SPI) 2025.

Dalam konteks sosiodemografi, Generasi Z (Gen Z) muncul sebagai kelompok yang sangat strategis dalam memperkuat ekosistem *digital payment*, termasuk penggunaan QRIS. Generasi Z merupakan generasi yang lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an, yang secara lebih spesifik berada pada rentang tahun 1997 hingga 2012 (Dimock, 2019). Definisi tersebut juga sejalan dengan pendapat Kamil dan Laksmi (2023) yang menyatakan bahwa Generasi Z adalah individu yang lahir pada rentang tahun 1997 hingga 2012. Generasi ini dikenal sebagai *digital native* karena tumbuh dalam lingkungan yang sangat terhubung dengan internet dan teknologi digital, sehingga memiliki tingkat kedekatan dan kemampuan adaptasi yang tinggi terhadap perkembangan teknologi, termasuk penggunaan sistem pembayaran digital (Budiarti, 2025). Karakteristik Gen Z yang terbiasa dengan perangkat mobile, aplikasi digital, serta eksposur tinggi terhadap media sosial membuat mereka sangat akrab dan cepat beradaptasi terhadap

perkembangan teknologi pembayaran modern. Data dari IDN Research Institute (2022) menunjukkan bahwa lebih dari 70% Gen Z di Indonesia telah menggunakan alat pembayaran non-tunai dalam kehidupan sehari-hari. Bahkan, 51% dari mereka telah memiliki dompet digital aktif sebagai sarana utama dalam bertransaksi (Perdana, 2022). Akses yang luas terhadap teknologi, ditambah dengan gaya hidup yang cepat dan serba instan, menjadikan Gen Z sebagai pengguna potensial QRIS yang signifikan. Mereka cenderung mencari solusi yang mudah digunakan, dapat diakses kapan pun, dan terintegrasi lintas platform yang merupakan karakteristik melekat pada sistem QRIS. Selain itu, pola konsumsi Gen Z juga dipengaruhi oleh dinamika sosial digital. Mereka seringkali terpapar informasi, tren, dan rekomendasi melalui media sosial dan lingkungan digital yang sangat aktif. Hal ini memperkuat potensi mereka dalam mengadopsi layanan pembayaran seperti QRIS karena faktor pengaruh sosial dan ekspektasi terhadap pengalaman pengguna yang praktis dan modern. Oleh karena itu, melihat semakin luasnya adopsi QRIS dan pesatnya perkembangan digitalisasi keuangan, khususnya di kalangan generasi muda, pemahaman yang lebih mendalam terhadap keterkaitan antara karakteristik Gen Z dan penggunaan QRIS menjadi sangat relevan. Segmen ini tidak hanya menjadi pengguna aktif teknologi, tetapi juga berperan sebagai penggerak utama dalam membentuk pola transaksi masa depan Indonesia yang lebih digital, inklusif, dan efisien. Dalam penelitian ini, Generasi Z yang menjadi fokus penelitian dibatasi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha yang termasuk dalam rentang usia Generasi Z. Pemilihan kelompok tersebut didasarkan pada pertimbangan bahwa mahasiswa merupakan bagian dari Generasi Z yang aktif berinteraksi dengan teknologi digital dalam berbagai aktivitas sehari-hari, termasuk dalam penggunaan layanan pembayaran digital. Selain itu, pembatasan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha dilakukan untuk memberikan ruang lingkup penelitian yang lebih spesifik dan terukur sehingga memungkinkan peneliti memperoleh gambaran yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan QRIS pada kalangan Generasi Z. Dengan demikian, mahasiswa Fakultas Ekonomi

Universitas Pendidikan Ganesha dipandang relevan sebagai representasi Generasi Z dalam konteks penelitian ini.

Meskipun QRIS menawarkan kemudahan, kecepatan, dan interoperabilitas yang menjadi nilai jual utamanya, kenyataannya adopsi di kalangan Generasi Z belum sepenuhnya optimal. Sebelumnya telah dijelaskan bahwa Gen Z memiliki karakteristik yang sangat mendukung adopsi teknologi digital seperti QRIS mulai dari gaya hidup serba cepat hingga ketergantungan terhadap perangkat digital dan media sosial. Namun, kenyataan di lapangan menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi dan realisasi penggunaan. Berdasarkan data *online panel* Populix yang dikumpulkan pada 1–12 Februari 2025, penggunaan QRIS di kalangan Gen Z mencapai 42%, sementara 80% responden Gen Z masih menggunakan uang tunai sebagai metode pembayaran utama, yang menunjukkan dominannya preferensi terhadap transaksi non-digital meskipun sarana pembayaran digital telah tersedia luas, fenomena ini dapat dihubungkan dengan status sosial ekonomi Gen Z yang banyak berstatus sebagai pelajar atau mahasiswa serta kebiasaan bertransaksi dalam nominal kecil yang cenderung mendorong penggunaan metode pembayaran yang dianggap lebih familiar atau praktis (Tanip, 2025). Gambaran perbandingan preferensi metode pembayaran tersebut disajikan secara lebih rinci pada gambar tabel berikut, yang menunjukkan proporsi penggunaan berbagai instrumen pembayaran di kalangan Generasi Z.



Sumber: Populix (2025)

Gambar 1.2 proporsi penggunaan berbagai instrumen pembayaran

Literasi keuangan tidak mencegah dorongan beli cepat (*impulsive buying*), yang sering dipicu oleh kemudahan pembayaran digital seperti QRIS (Qomariyah dkk., 2022). Hal ini menegaskan bahwa kemudahan akses tanpa disiplin finansial dapat menyebabkan perilaku konsumtif, bukan hanya kemudahan bertransaksi (Mas'udiyah & Sutjahyani, 2025). Masalah potensial lainnya adalah ketidapkahaman mendalam terkait mekanisme dan manfaat QRIS, adapun studi dari Universitas Indonesia (UI Academic Hub) mencatat bahwa meskipun 98% responden Gen Z mengerti cara kerja umum QRIS, mereka belum benar-benar memahami kekuatan fungsionalitas dan batasan keamanan sistem tersebut. Artinya, pengetahuan permukaan tentang QRIS tidak serta-merta mengarah ke penggunaan yang disiplin dan bertanggung jawab (Andriyani dkk., 2025).

Menurut Davis (1989) dalam *Technology Acceptance Model (TAM)*, serta didukung oleh teori *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)* oleh Venkatesh dkk. (2003), penerimaan dan penggunaan teknologi, termasuk teknologi keuangan, sangat dipengaruhi oleh faktor internal seperti persepsi kemudahan dan kompetensi pengguna, serta faktor eksternal seperti tekanan sosial, norma, dan eksposur informasi. Dalam konteks penggunaan QRIS di kalangan Gen Z, faktor-faktor ini menjadi

penting untuk dianalisis secara mendalam karena membentuk sikap dan perilaku aktual terhadap adopsi sistem pembayaran digital tersebut. Dalam penelitian ini mengkaji faktor-faktor berindikasi mempengaruhi penggunaan QRIS yaitu dua faktor internal berupa persepsi kemudahan dan literasi keuangan, serta dua faktor eksternal, yakni *Fear of Missing Out* (FOMO) dan *Media Sosial Exposure*. Pemilihan keempat variabel ini didasarkan pada urgensi dan relevansi terhadap perilaku keuangan digital Gen Z yang sangat dipengaruhi oleh teknologi, kecepatan informasi, dan dinamika sosial digital.

Salah satu faktor internal yang memengaruhi adopsi QRIS adalah persepsi kemudahan (*perceived ease of use*). Dalam konteks *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan oleh Davis (1989), persepsi kemudahan didefinisikan sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa penggunaan suatu teknologi tidak memerlukan usaha yang besar. Bagi Generasi Z yang terbiasa menggunakan perangkat digital, persepsi bahwa QRIS mudah diakses dan digunakan semestinya menjadi pendorong utama dalam proses adopsi. QRIS sendiri dirancang untuk dapat digunakan tanpa perangkat tambahan seperti mesin EDC, cukup dengan memindai kode melalui aplikasi digital. Fitur ini seharusnya memperkuat persepsi kemudahan pengguna. Namun demikian, data menunjukkan bahwa masih banyak Gen Z yang lebih memilih dompet digital tertentu karena dianggap lebih *user-friendly* atau menawarkan tampilan antarmuka yang lebih familiar (Qomariyah dkk., 2022). Hal ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan bersifat subjektif dan tidak hanya ditentukan oleh spesifikasi teknis, tetapi juga oleh pengalaman pengguna dan preferensi pribadi. Oleh karena itu, pemahaman terhadap sejauh mana Gen Z merasa QRIS itu mudah digunakan menjadi penting untuk mengidentifikasi pengaruhnya dalam perilaku penggunaan QRIS secara nyata.

Disisi lain, *Fear of Missing Out* (FOMO) merupakan salah satu faktor eksternal yang memengaruhi perilaku Gen Z dalam menggunakan teknologi keuangan. FOMO adalah perasaan takut tertinggal dari tren atau pengalaman sosial tertentu (Przybylski dkk., 2013). Bagi Generasi Z, yang sangat terhubung dengan lingkaran digital, FOMO dapat mendorong keputusan

impulsif untuk mengikuti apa yang dianggap sedang “viral” atau digunakan oleh banyak orang termasuk dalam hal metode pembayaran. Studi Ambarwati & Indriastuti (2024) menunjukkan bahwa FOMO bisa mempercepat adopsi teknologi digital termasuk QRIS, karena adanya tekanan sosial dari teman sebaya atau paparan konten promosi. Namun, jika tidak diimbangi dengan kontrol diri yang baik, FOMO juga dapat menimbulkan perilaku konsumtif. Oleh karena itu, penting untuk menganalisis sejauh mana FOMO memengaruhi keputusan Gen Z dalam menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran digital.

Faktor eksternal lain yang turut memengaruhi perilaku penggunaan QRIS pada Gen Z adalah Media Sosial *Exposure*, yaitu tingkat paparan individu terhadap konten, informasi, dan interaksi yang terjadi di platform media sosial. Gen Z merupakan generasi yang tumbuh dalam era digital dan hampir seluruh aktivitas sosial maupun konsumtifnya dipengaruhi oleh media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Twitter. Media sosial tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga sumber informasi, rekomendasi produk, serta pengaruh sosial dari teman sebaya dan *influencer*. Menurut Hatimatunnisani dkk. (2024), paparan terhadap konten promosi, gaya hidup, dan testimoni pengguna lain di media sosial secara signifikan dapat membentuk persepsi dan keputusan keuangan Gen Z, termasuk dalam memilih alat pembayaran digital. Dalam konteks QRIS, Media Sosial *Exposure* dapat menjadi kekuatan yang mendorong adopsi apabila narasi yang ditampilkan bersifat positif dan informatif. Namun sebaliknya, jika eksposur lebih banyak mengarah pada platform lain yang lebih populer atau menawarkan promo eksklusif, QRIS bisa saja terpinggirkan. Oleh karena itu, penting untuk meneliti bagaimana tingkat eksposur media sosial memengaruhi preferensi dan keputusan penggunaan QRIS pada kalangan Gen Z.

Lebih lanjut, literasi keuangan memainkan peran penting sebagai landasan dalam mengelola perilaku keuangan, terutama di tengah kemudahan akses transaksi digital. Meningkatnya penggunaan sistem pembayaran seperti QRIS menuntut kemampuan individu, khususnya Generasi Z, untuk

memahami cara mengelola keuangan secara bijak. Namun, data dari Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2024 menunjukkan bahwa meskipun indeks inklusi keuangan Indonesia telah mencapai 75,02%, indeks literasi keuangan baru berada di angka 65,43% (OJK, 2024a). Kesenjangan ini mengindikasikan bahwa sebagian besar masyarakat, termasuk Gen Z, sudah memiliki akses terhadap layanan keuangan digital, tetapi belum sepenuhnya memahami cara penggunaan yang efektif dan bertanggung jawab. Literasi keuangan tidak hanya berkaitan dengan pemahaman terhadap produk keuangan, tetapi juga kemampuan mengelola keuangan secara strategis dalam menghadapi perubahan ekonomi dan teknologi. Hal ini sejalan dengan pendapat Masdiantini dkk. (2024) bahwa literasi keuangan memungkinkan individu untuk mengambil keputusan finansial yang bijak, meningkatkan kinerja, dan mendukung keberlanjutan, baik dalam konteks individu maupun pelaku usaha. Dalam konteks penggunaan QRIS sebagai instrumen pembayaran digital yang kini sedang didorong luas oleh pemerintah melalui berbagai inisiatif *cashless society*, aspek literasi menjadi sangat penting untuk menghindari risiko perilaku konsumtif dan pengelolaan uang yang tidak sehat. Seperti yang diungkapkan dalam artikel oleh Herawati dkk. (2018), kurangnya pemahaman keuangan di kalangan generasi muda dapat menyebabkan penggunaan layanan digital secara impulsif dan tidak disertai kontrol keuangan yang memadai. Oleh karena itu, penguatan literasi keuangan di kalangan Gen Z menjadi kebutuhan mendesak yang tak terpisahkan dari upaya mendorong transformasi ekonomi digital yang inklusif dan berkelanjutan.

Tinjauan terhadap literatur terdahulu menunjukkan bahwa sebagian besar studi hanya berfokus pada satu atau dua variabel, seperti persepsi kemudahan atau kepercayaan, tanpa mengintegrasikan aspek eksternal yang relevan dengan dinamika perilaku generasi digital saat ini. Keberbaharuan dalam penelitian ini terletak pada penggabungan faktor internal dan eksternal dalam menganalisis perilaku penggunaan QRIS di kalangan Generasi Z pada era *cashless society*. Faktor internal yang dikaji meliputi persepsi kemudahan dan literasi keuangan, sementara faktor eksternal mencakup *Fear of Missing Out* (FOMO) dan Media Sosial *Exposure*. Kombinasi variabel ini masih jarang

diteliti secara terpadu dalam konteks sistem pembayaran digital nasional, khususnya terhadap objek QRIS sebagai instrumen resmi yang dikembangkan oleh Bank Indonesia.

Dengan demikian, penelitian berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan, *Fear of Missing Out (FOMO)*, Media Sosial *Exposure* dan Literasi Keuangan terhadap Penggunaan QRIS pada Kalangan Gen Z di Era *Cashless Society*” tidak hanya bertujuan untuk mengisi kekosongan literatur, tetapi juga memberikan kontribusi praktis bagi regulator, penyedia *fintech*, dan pelaku pendidikan keuangan dalam merancang strategi adopsi sistem pembayaran digital yang lebih efektif dan inklusif.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan, beberapa permasalahan utama dapat diidentifikasi terkait penggunaan QRIS pada kalangan Gen Z yaitu:

- a. Penggunaan QRIS belum optimal pada Gen Z, meskipun Gen Z dikenal sebagai generasi *digital native* yang akrab dengan teknologi pembayaran digital, tingkat penggunaan QRIS di kalangan mereka masih belum optimal. Hal ini menimbulkan pertanyaan mengenai faktor-faktor apa saja yang menghambat pemanfaatan QRIS secara maksimal oleh kelompok pengguna potensial ini.
- b. QRIS dirancang untuk menyederhanakan proses transaksi digital. Namun, sebagian Gen Z menilai dompet digital lain lebih mudah dan familiar digunakan. Belum dapat dipastikan apakah persepsi ini benar-benar menghambat penggunaan QRIS, atau hanya dipengaruhi oleh preferensi terhadap merek/platform tertentu yang lebih dulu dikenal.
- c. Fenomena FOMO terbukti mendorong perilaku pembelian impulsif di kalangan Gen Z untuk mengikuti tren digital dan gaya hidup yang viral. Namun, belum teridentifikasi secara spesifik bagaimana FOMO ini memengaruhi penggunaan QRIS sebagai bagian dari tren, atau malah menyebabkan penggunaan yang impulsif dan tidak berkelanjutan karena hanya bersifat sesaat dan berbasis tekanan sosial.

- d. Media sosial memainkan peran penting dalam membentuk keputusan konsumsi Gen Z, termasuk dalam memilih metode pembayaran. Namun, belum jelas sejauh mana paparan konten di media sosial mendorong minat terhadap penggunaan QRIS, mengingat banyak platform pembayaran digital lain lebih dominan dalam kampanye dan promosi digital.
- e. QRIS sebagai alat pembayaran digital memerlukan pemahaman dasar mengenai keuangan. Ketika literasi keuangan belum terbentuk dengan baik, penggunaan QRIS berisiko dilakukan tanpa pertimbangan yang matang. Hal ini memunculkan pertanyaan apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap tingkat penggunaan QRIS secara aktif dan bertanggung jawab.

### 1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan, agar penelitian ini lebih terfokus, sistematis, dan dapat dikaji secara mendalam, maka peneliti membatasi permasalahan penelitian ini sebagai berikut:

- a. Fokus Variabel: Penelitian ini hanya akan memfokuskan pada empat variabel independen, yaitu Persepsi Kemudahan, *Fear of Missing Out* (FOMO), Media Sosial *Exposure*, dan Literasi Keuangan, serta satu variabel dependen yaitu Penggunaan QRIS. Variabel lain yang mungkin memengaruhi penggunaan QRIS tidak akan diteliti dalam studi ini.
- b. Subjek Penelitian adalah individu yang termasuk dalam kategori Generasi Z, yakni mereka yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012.

### 1.4 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap penggunaan QRIS oleh kalangan Gen Z?

- b. Apakah *Fear of Missing Out* (FOMO) berpengaruh positif terhadap penggunaan QRIS oleh kalangan Gen Z?
- c. Apakah Media Sosial *Exposure* berpengaruh positif terhadap penggunaan QRIS oleh kalangan Gen Z?
- d. Apakah literasi keuangan berpengaruh positif terhadap penggunaan QRIS oleh kalangan Gen Z?

### 1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh beberapa faktor terhadap penggunaan QRIS oleh kalangan Generasi Z. Secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk:

- a. Menganalisis apakah persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap penggunaan QRIS oleh Generasi Z.
- b. Menganalisis apakah *Fear of Missing Out* (FOMO) berpengaruh positif terhadap penggunaan QRIS oleh Generasi Z.
- c. Menganalisis apakah Media Sosial *Exposure* berpengaruh positif terhadap penggunaan QRIS oleh Generasi Z.
- d. Menganalisis apakah literasi keuangan berpengaruh positif terhadap penggunaan QRIS oleh Generasi Z.

### 1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

- A. Manfaat Teoritis: Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian ilmiah di bidang ekonomi digital dan perilaku keuangan masyarakat. Dengan mengkaji pengaruh persepsi kemudahan, *Fear of Missing Out* (FOMO), Media Sosial *Exposure*, dan literasi keuangan terhadap penggunaan QRIS, studi ini menawarkan pendekatan yang menyeluruh terhadap faktor-faktor yang memengaruhi adopsi sistem pembayaran digital oleh generasi muda. Secara khusus, penelitian ini berfokus pada Generasi Z sebagai kelompok pengguna potensial terbesar dalam ekosistem digital Indonesia. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memperkaya teori terkait adopsi teknologi keuangan, serta memberikan landasan empiris

bagi pengembangan model perilaku pengguna dalam konteks *cashless society* yang terus berkembang. Selain itu, integrasi antara faktor internal dan eksternal dalam model analisis menjadikan penelitian ini sebagai referensi teoritis yang bermanfaat untuk studi-studi lanjutan di bidang serupa.

B. Manfaat Praktis:

1. Bagi Bank Indonesia/Penyedia QRIS: Memberikan masukan untuk strategi peningkatan adopsi dan penggunaan QRIS di kalangan Gen Z.
2. Bagi Pelaku *Fintech* dan Penyedia QRIS: Memberikan pemahaman lebih baik tentang faktor-faktor yang memengaruhi perilaku Gen Z, sehingga mereka dapat mengembangkan layanan dan fitur yang sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik generasi tersebut.
3. Bagi Masyarakat/Gen Z: Meningkatkan kesadaran akan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan QRIS.

