

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka pada bab ini akan dijelaskan mengenai berbagai pengertian dan uraian terkait variabel literasi keuangan, *risk perception*, *digital financial service*, *digital self-efficacy*, dan *financial behavior*.

2.1.1 Literasi Keuangan

Literasi keuangan merupakan kemampuan individu dalam memahami konsep, risiko, dan pengelolaan keuangan sehingga mampu mengambil keputusan finansial yang tepat dan bertanggung jawab (Lusardi & Mitchell, 2019). Literasi ini mencakup pengetahuan tentang perencanaan anggaran, tabungan, investasi, utang, hingga pengelolaan risiko keuangan dalam kehidupan sehari-hari. Di era modern yang ditandai dengan kemudahan akses layanan keuangan digital dan beragam produk keuangan, literasi keuangan menjadi semakin penting. Urgensinya terletak pada kebutuhan masyarakat untuk melindungi diri dari kesalahan pengambilan keputusan finansial, perilaku konsumtif, serta risiko penipuan keuangan (Morgan & Trinh, 2020). Dengan tingkat literasi keuangan yang baik, individu tidak hanya mampu meningkatkan kesejahteraan pribadi, tetapi juga berkontribusi pada stabilitas ekonomi secara lebih luas (OECD, 2020).

2.1.1.1 Pengertian Literasi Keuangan

Literasi Keuangan adalah pengetahuan, keterampilan, keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku keuangan seseorang untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan (OJK, 2022). Literasi keuangan merupakan kemampuan untuk menggunakan pengetahuan dan keterampilan dalam membuat keputusan keuangan yang efektif, mencakup pemahaman dasar mengenai konsep-konsep keuangan serta kemampuan untuk menerapkannya dalam situasi nyata (Khairani & Fauzan, 2023). Literasi keuangan merupakan suatu proses untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan seseorang atau organisasi dalam merencanakan dan mengelola keuangannya, dengan tujuan untuk menghindari risiko kesalahan dalam pengelolaan keuangan sehingga dapat tercapai kesejahteraan keuangan (Ardiansyah et al., 2022). Dengan kata lain, literasi keuangan bukan hanya sekadar memahami konsep dasar seperti menabung atau mengatur pengeluaran, tetapi juga memahami kemampuan menganalisis produk keuangan, memahami risiko, hingga memilih layanan keuangan yang sesuai kebutuhan.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas maka dapat disimpulkan literasi keuangan tidak hanya mencakup pengetahuan dasar dan informasi keuangan, tetapi juga sikap, keyakinan, dan perilaku yang memengaruhi pengelolaan uang secara efektif. Elemen-elemen ini saling terkait untuk membentuk kemampuan individu dalam membuat keputusan finansial yang bijak di berbagai kondisi, dengan tujuan utama meningkatkan kesejahteraan pribadi dan masyarakat secara berkelanjutan.

2.1.1.2 Teori Literasi Keuangan

Teori-teori yang membahas tentang literasi keuangan di antaranya adalah (Rehman & Mia, 2024) , Teori pembelajaran sosial (*social learning theory*) menyatakan bahwa literasi dan perilaku keuangan dibentuk oleh lingkungan seperti keluarga, teman, dan media. Melalui interaksi dan pengamatan sejak dini, individu meniru serta mempelajari kebiasaan keuangan yang kemudian memengaruhi sikap finansialnya hingga dewasa.

Selanjutnya, teori efikasi diri (*self-efficacy theory*) menekankan bahwa literasi keuangan dipengaruhi oleh keyakinan seseorang terhadap kemampuannya mengelola tantangan finansial. Keyakinan ini terbentuk dari pengalaman, dukungan sosial, dan kondisi emosional, serta berkaitan dengan rasa percaya diri dan orientasi masa depan. Semakin tinggi efikasi diri, semakin baik individu memahami dan memanfaatkan produk serta layanan keuangan.

Teori hipotesis siklus hidup (*life cycle hypothesis theory*) menyatakan bahwa individu yang rasional akan menabung sebagian pendapatannya untuk memenuhi kebutuhan masa depan. Literasi keuangan berperan penting karena membantu seseorang mengelola konsumsi dan memanfaatkan layanan keuangan secara bijak di setiap tahap kehidupan. Dengan pemahaman keuangan yang baik, individu dapat mengambil keputusan yang mendukung kesejahteraan jangka panjang.

2.1.1.3 Dimensi Literasi Keuangan

Literasi keuangan adalah kemampuan komprehensif seseorang untuk memahami, mengelola, dan mengambil keputusan cerdas dalam konteks keuangan

pribadi. Konsep ini melalui tiga dimensi yang saling terkait, menciptakan kerangka holistik untuk memahami kematangan finansial individu (OECD, 2022: 6).

1. *Financial Knowledge* (Pengetahuan Keuangan)

Pengetahuan keuangan ibarat peta dalam perjalanan finansial seseorang. Ini merupakan fondasi intelektual yang memungkinkan individu membaca, memahami, dan menginterpretasikan berbagai fenomena ekonomi. Seperti seorang navigator yang memahami peta sebelum memulai perjalanan, seseorang dengan pengetahuan keuangan yang kuat mampu membaca laporan keuangan, memahami konsep bunga majemuk, inflasi, dan berbagai instrumen investasi.

Dimensi ini mencakup pemahaman mendalam tentang:

- a) Konsep dasar ekonomi
- b) Mekanisme produk keuangan
- c) Risiko dan keuntungan berbagai instrumen investasi
- d) Prinsip manajemen uang

2. *Financial Behavior* (Perilaku Keuangan)

Perilaku keuangan adalah manifestasi konkret dari pengetahuan yang dimiliki. Ini seperti proses mengemudi, di mana pengetahuan teoritis diterjemahkan menjadi tindakan praktis. Seseorang dengan perilaku keuangan yang sehat akan:

- a) Membuat anggaran bulanan
- b) Mencatat setiap pengeluaran

- c) Memiliki rencana tabungan yang konsisten
- d) Membayar tagihan tepat waktu
- e) Mempersiapkan dana darurat

Ini bukan sekadar kegiatan matematis, melainkan refleksi disiplin dan kontrol diri dalam mengelola sumber daya keuangan. Perilaku keuangan mencerminkan kemampuan seseorang untuk menunda kepuasan, membuat keputusan cerdas, dan menyelaraskan tindakan dengan tujuan finansial jangka panjang.

3. *Financial Attitude* (Sikap Keuangan)

Sikap keuangan adalah komponen psikologis yang paling abstrak namun fundamental. Ini adalah kompas yang mengarahkan seseorang dalam perjalanan finansial. Sikap keuangan mencerminkan pandangan mendalam tentang uang, investasi, dan kesejahteraan ekonomi.

Karakteristik utamanya meliputi:

- a) Perspektif positif terhadap perencanaan keuangan
- b) Kesadaran akan pentingnya investasi jangka panjang
- c) Kemampuan melihat uang sebagai alat untuk mencapai tujuan, bukan sekadar komoditas
- d) Keberanian menghadapi risiko yang terukur
- e) Motivasi intrinsik untuk terus belajar dan berkembang secara finansial

Ketiga dimensi ini tidak berdiri sendiri, melainkan membentuk ekosistem keuangan personal yang dinamis. Pengetahuan membentuk sikap, sikap

mendorong perilaku, dan perilaku pada gilirannya memperdalam pengetahuan. Ini adalah siklus berkelanjutan dari pertumbuhan finansial. Model Lusardi tidak sekadar kerangka akademis, melainkan peta jalan menuju kemerdekaan finansial. Ini mengajak setiap individu untuk tidak sekadar memahami uang, tetapi membangun hubungan yang sehat, cerdas, dan bermakna dengan sumber daya keuangan pribadinya. Perjalanan menuju literasi keuangan adalah proses berkelanjutan, membutuhkan kesadaran, dedikasi, dan kemampuan beradaptasi dengan dinamika ekonomi yang terus berubah.

2.1.2 Risk Perception

Risk perception (persepsi risiko) adalah cara individu menilai dan memahami kemungkinan kerugian atau ketidakpastian dalam suatu keputusan, khususnya keputusan keuangan. Persepsi ini dipengaruhi oleh pengalaman, pengetahuan, serta kondisi psikologis seseorang, sehingga setiap individu dapat menilai risiko secara berbeda (Weber et al., 2022). Dalam konteks keuangan, persepsi risiko berperan penting karena memengaruhi pilihan investasi, perilaku menabung, dan pengambilan keputusan finansial secara keseluruhan (Kahneman & Tversky, 2019). Semakin baik pemahaman seseorang terhadap risiko, semakin rasional dan terukur keputusan keuangan yang diambil.

2.1.2.1 Pengertian Risk Perception

Persepsi berasal dari kata *perception* (Inggris) yang artinya menerima atau mengambil. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, persepsi adalah tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu. Proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca inderanya. Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa

atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan (Danang, 2014: 49). Persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh penginderaan, yaitu suatu stimulus yang diterima oleh individu melalui alat reseptor yaitu indera. Alat indera merupakan penghubung antara individu dengan dunia luarnya. Persepsi merupakan stimulus yang diindra oleh individu, diorganisasikan kemudian diinterpretasikan sehingga individu menyadari dan mengerti tentang apa yang diindra.

Perceived Risk (Persepsi Risiko), dalam kepustakaan pemasaran dan perilaku konsumen sering disebut dengan istilah Risk Perception atau Perception of Risk. Persepsi risiko didefinisikan sebagai suatu kondisi ketika ketidakpastian yang dihadapi oleh konsumen tidak dapat diprediksi konsekuensinya saat melakukan keputusan pembelian. Dalam konteks perilaku konsumen, persepsi risiko mencerminkan ekspektasi individu terhadap potensi kerugian yang mungkin timbul dari suatu keputusan pembelian, baik yang bersifat finansial, fungsional, maupun psikologis (Jacoby & Kaplan, 2022). Ada dua dimensi penting dalam persepsi risiko ini, yaitu ketidakpastian dan konsekuensi. Definisi awal bahwa konsumen dipengaruhi oleh risiko yang mereka persepsikan, tanpa mempedulikan apakah risiko itu ada atau tidak. Risiko yang tidak ada dalam persepsi konsumen tidak akan memengaruhi perilaku konsumen (Schiffman & Kanuk, 2018: 88).

Persepsi risiko merupakan bagian dari faktor psikologis yang memengaruhi keputusan pembelian (Sangadji & Sopiah, 2013: 78). Secara teori keputusan, resiko dan ketidakpastian dibedakan berdasarkan pengetahuan tentang probabilitas terjadinya. Davis dan Olson risiko didefinisikan sebagai suatu situasi

di mana pembuat keputusan memiliki pengetahuan apriori konsekuensi yang merugikan dan kemungkinan terjadinya (Shiffman & Kanuk, 2018).

Selain itu, ketidakpastian didefinisikan sebagai suatu situasi di mana keputusan-pembuat tahu bahwa hasil yang mungkin untuk setiap alternatif dapat diidentifikasi, namun tidak ada pengetahuan tentang probabilitas yang melekat pada masing-masing. *Perceived risk* berarti keyakinan subjektif individu tentang potensi konsekuensi negatif dari keputusan yang diambil oleh konsumen (Nazir et al., 2021). Tingkat risiko yang dirasakan konsumen dan toleransi mereka sendiri untuk pengambilan risiko merupakan faktor yang memengaruhi strategi pembelian mereka. Harus ditekankan bahwa para konsumen dipengaruhi oleh berbagai risiko yang mereka rasakan, apakah semua risiko itu betul-betul ada atau tidak. Risiko yang dirasakan adalah konsep fundamental dalam perilaku konsumen yang menyiratkan pengalaman konsumen pra-pembelian ketidakpastian mengenai jenis dan tingkat kerugian yang diperkirakan akibat dari pembelian dan penggunaan produk (Reepu & Arora, 2022).

Perceived Risk merupakan konsekuensi negatif yang diantisipasi oleh konsumen terkait dengan situasi pembelian suatu produk (Schiffman & Wisenblit, 2019). Konsep penting dalam *perceived risk* adalah bahwa risiko yang dirasakan konsumen, baik dari segi keberadaan maupun tingkatannya, bersifat sangat subjektif. Artinya, pada situasi pembelian yang sama, dua individu yang berbeda dapat memiliki persepsi risiko yang berbeda tergantung pada pengalaman, pengetahuan, dan kondisi psikologis masing-masing. Selain itu, probabilitas objektif atau kemungkinan nyata terjadinya kerugian tidak selalu menjadi faktor

utama dalam respons konsumen terhadap risiko, karena persepsi risiko lebih banyak dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu yang membentuk penilaian subjektif individu (Slovic, 2017). Oleh karena itu, persepsi risiko dapat dipahami sebagai persepsi negatif konsumen dalam berbelanja yang mengacu pada potensi hasil yang merugikan serta kemungkinan terjadinya hasil tersebut.

Persepsi risiko sebagai ketidakpastian yang dihadapi oleh konsumen ketika mereka tidak dapat meramalkan konsekuensi yang mungkin dialami dari keputusan pembelian mereka (Schiffman et al, 2015). Hasil dari keputusan pembelian yang sering kali tidak pasti tersebut, membuat konsumen merasakan adanya tingkat risiko tertentu dalam keputusan pembeliannya. Persepsi risiko juga diartikan sebagai penilaian subjektif oleh seseorang terhadap kemungkinan dari sebuah kejadian kecelakaan dan seberapa khawatir individu dengan konsekuensi atau dampak yang ditimbulkan kejadian tersebut. Konsep persepsi risiko berhubungan dengan sejumlah risiko atas pembelian suatu produk atau jasa. Oleh karena itu semakin tinggi harga produk dengan semakin tinggi keterlibatan konsumen maka akan semakin tinggi persepsi risiko konsumen.

Dari pengertian-pengertian diatas yang telah dikemukakan oleh para ahli, maka penulis mengambil kesimpulan bahwa persepsi risiko adalah penilaian dari pelanggan terhadap konsekuensi negatif yang kemungkinan akan diterima ketika menggunakan sebuah produk yang akan ia konsumsi.

2.1.2.2 Indikator *Risk Perception*

Terdapat 6 (enam) macam komponen yang dapat dijadikan indikator persepsi risiko (Sumarwan & Palupi, 2017: 88), adalah:

1. Keuangan (*Financial*),

Komponen persepsi risiko finansial berhubungan dengan kekhawatiran akan kerugian finansial atau moneter yang akan dialami sebagai konsekuensi konsumen. Resiko finansial dapat dialami ketika kondisi keuangan konsumen memburuk akibat suatu keputusan untuk melakukan pembiayaan yang menurutnya dapat merugikan.

2. Sosial (*social*),

Risiko sosial dapat didefinisikan sebagai suatu kemungkinan kerugian yang berhubungan dengan pengaruh nilai-nilai sosial maupun pandangan dari teman atau keluarga. Resiko sosial yang berhubungan dengan kekhawatiran akan pendapat orang lain atas pekerjaan yang telah dilakukannya. Secara umum penilaian negatif tersebut oleh kalangan sosialnya sebagai akibat dari suatu keputusan yang menerangkan resiko sosial yang dalam hal ini disebut dengan resiko sosial bagi para nasabah yang telah melakukan kredit pembiayaan.

3. Kinerja (*performance*),

Risiko kinerja yaitu kemungkinan produk atau layanan tidak sesuai dengan yang diharapkan. Berhubungan dengan kekhawatiran yang dialami oleh para pedagang tersebut apakah suatu produk atau pinjaman yang diberikan oleh rentenir tersebut berkinerja sebagaimana yang diharapkan, atau bahkan menimbulkan kerugian bagi para pedagang pasar. Karena setiap hari harus menyisihkan sisa keuntungan hasil penjualan untuk membayar angsuran kepada Bank.

4. Psikologis (*Psychology*),

Dalam resiko psikologis yang berhubungan dengan kekhawatiran yang memungkinkan kehilangan citra diri akibat terlalu sering meminjam kepada Perbankan. Bahkan bisa jadi karena ketidaksesuaiannya produk pinjaman yang diberikan kepada Perbankan serta terlalu besarnya bunga cicilan pembayaran pinjaman tersebut.

5. Fisik (*Physical*),

Resiko fisik yang berhubungan dengan kekhawatiran mengenai kemungkinan merasa tidak nyaman secara fisik yang dirasakan oleh para nasabah yang meminjam kepada Perbankan. Berhubungan dengan kekhawatiran mengenai keamanan dan potensi membahayakan diri atau orang lain jika ada penagihan dari Perbankan.

6. Waktu/Kemudahan (*Time/Convenience*).

Dimensi risiko selanjutnya adalah masalah waktu. Risiko kehilangan waktu yaitu risiko adanya waktu yang terbuang percuma akibat proses pembelian produk/layanan.

2.1.3 *Digital Financial Service*

Digital financial service adalah layanan keuangan berbasis teknologi digital yang memungkinkan individu melakukan transaksi, pembayaran, tabungan, investasi, dan pengelolaan keuangan secara online (OECD, 2020). Layanan ini mencakup *mobile banking*, dompet digital, *fintech*, dan berbagai platform keuangan digital lainnya (Lee & Shin, 2018). Kehadirannya meningkatkan kemudahan akses, efisiensi, dan kecepatan layanan keuangan, sekaligus

mendorong inklusi keuangan masyarakat. Namun, pemanfaatannya tetap memerlukan literasi digital dan keuangan yang memadai agar pengguna dapat mengelola risiko dan mengambil keputusan secara aman dan bijak (Morgan & Trinh, 2020).

2.1.3.1 Pengertian *Digital Financial Service*

Digital Financial Service (DFS) atau Layanan Keuangan Digital adalah rangkaian produk, layanan, proses, dan model bisnis dalam ekosistem keuangan yang memanfaatkan teknologi digital untuk menyediakan layanan keuangan secara elektronik. DFS memungkinkan masyarakat mengakses layanan keuangan seperti pembayaran, transfer uang, kredit, tabungan, investasi, dan asuransi tanpa membutuhkan interaksi fisik dengan lembaga keuangan tradisional. DFS sering kali dijalankan melalui perangkat digital seperti telepon seluler, internet, aplikasi *mobile*, atau *platform online* lainnya.

Menurut Peraturan Anggota Dewan Gubernur Bank Indonesia Nomor 24/7/PADG/2022, *digital financial services* adalah kegiatan layanan jasa sistem pembayaran dan keuangan yang dilakukan oleh Penyedia Jasa Pembayaran yang menyelenggarakan aktivitas penatausahaan sumber dana berupa penerbitan uang elektronik melalui kerja sama dengan pihak ketiga serta menggunakan sarana dan perangkat teknologi berbasis mobile atau piranti digital lainnya untuk ekonomi digital dan keuangan inklusif.

Digital financial services merupakan inovasi di sektor keuangan yang memanfaatkan teknologi informasi untuk meningkatkan inklusi keuangan, efisiensi transaksi, serta transparansi layanan keuangan (Ghosh, 2020),. Sementara

itu, *digital financial services* berfokus pada penggunaan teknologi digital untuk menjangkau kelompok masyarakat yang sebelumnya sulit mengakses layanan keuangan formal, termasuk di daerah terpencil (Donovan, 2012).

Digital financial services adalah beragam layanan keuangan yang dapat diakses melalui kanal digital, yang didalamnya termasuk transaksi pembayaran, kredit, tabungan, pengiriman dana, dan asuransi (*Alliance for Financial Inclusion*, 2016). Sedangkan, *digital financial services* didefinisikan sebagai layanan keuangan yang memanfaatkan teknologi digital untuk penyampaian dan kegunaannya (Pazarbasioglu, 2020).

2.1.3.2 Dimensi *Digital Financial Service*

Digital Financial Service tidak hanya dapat dilihat sebagai konsep tunggal, tetapi juga dapat dianalisis melalui beberapa dimensi utama yang menggambarkan kualitas, efektivitas, dan pengalaman pengguna dalam memanfaatkan layanan keuangan digital (Ghosh, 2020), dimensi *Digital Financial Service* dapat dibagi sebagai berikut:

1. Kemudahan Akses (*Accessibility*)

Dimensi ini menggambarkan sejauh mana pengguna dapat dengan mudah mengakses layanan keuangan digital. *Digital Financial Service* yang baik harus memungkinkan pengguna melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja, tanpa batasan geografis atau waktu. Indikator: kemudahan registrasi, ketersediaan aplikasi di berbagai platform, layanan 24/7.

2. Keamanan dan Privasi (*Security and Privacy*)

Keamanan merupakan dimensi krusial dalam *Digital Financial Service* karena menyangkut perlindungan data pribadi dan finansial pengguna. Sistem *Digital Financial Service* yang andal harus memiliki mekanisme keamanan seperti enkripsi data, autentikasi ganda (*two-factor authentication*), dan perlindungan terhadap ancaman siber. Indikator: keamanan transaksi, proteksi data pribadi, mitigasi risiko penipuan.

3. Efisiensi Transaksi (*Transaction Efficiency*)

Dimensi ini menilai sejauh mana *Digital Financial Service* dapat memproses transaksi secara cepat, tepat, dan hemat biaya dibandingkan layanan keuangan konvensional. Indikator: kecepatan transfer, ketepatan jumlah transaksi, biaya transaksi rendah.

4. Fleksibilitas Layanan (*Service Flexibility*)

Digital Financial Service ideal memberikan fleksibilitas bagi pengguna untuk memilih jenis layanan sesuai kebutuhan finansial mereka, termasuk pembayaran, investasi, pinjaman, atau pengelolaan portofolio. Indikator: variasi produk, opsi personalisasi, integrasi dengan platform lain.

5. Inovasi Teknologi (*Technological Innovation*)

Dimensi ini menekankan kemampuan *Digital Financial Service* untuk mengadopsi teknologi terbaru dalam memberikan layanan yang lebih cepat, aman, dan relevan bagi pengguna. Contohnya penggunaan *AI*, *blockchain*, *big data*, dan *API integration* untuk meningkatkan pengalaman pengguna.

Indikator: penggunaan fitur teknologi terbaru, integrasi layanan digital, kemampuan prediksi kebutuhan pengguna.

6. Kemudahan Penggunaan / *User Experience (Usability)*

Dimensi ini menilai sejauh mana antarmuka (*interface*) dan pengalaman pengguna (*user experience*) memudahkan masyarakat dalam menggunakan *Digital Financial Service*. Semakin mudah dan intuitif aplikasi atau platform digunakan, semakin tinggi tingkat adopsi *Digital Financial Service*. Indikator: desain antarmuka sederhana, navigasi mudah, panduan penggunaan jelas.

2.1.4 *Digital Self-efficacy*

Digital self-efficacy adalah keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam menggunakan teknologi digital secara efektif dan aman (Eastin & LaRose, 2020). Konsep ini mencerminkan rasa percaya diri dalam mengoperasikan aplikasi, memahami fitur digital, serta menyelesaikan permasalahan yang muncul saat menggunakan layanan berbasis teknologi. Tingkat *digital self-efficacy* yang tinggi mendorong individu untuk lebih aktif memanfaatkan layanan digital, termasuk layanan keuangan, serta lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi (Hsu & Chiu, 2024).

2.1.4.1 Pengertian *Digital Self-efficacy*

Digital Self-Efficacy (DSE) adalah keyakinan individu terhadap kemampuan dirinya untuk menggunakan teknologi digital secara efektif untuk menyelesaikan tugas, mencapai tujuan, atau memecahkan masalah tertentu. Konsep ini merupakan adaptasi dari teori *self-efficacy* Bandura (2017), yang pada dasarnya menggambarkan kepercayaan diri seseorang dalam kemampuan untuk

melaksanakan tindakan yang diperlukan untuk mencapai hasil yang diinginkan, namun diterapkan dalam konteks digital.

Self efficacy adalah keyakinan pada kekuatan, keahlian, atau kapasitas diri sendiri untuk melakukan suatu tugas, dimana di dalamnya terjadi perubahan bakat untuk sebuah tugas yang dilakukan (Luarn & Lin, 2025). Oleh karena itu, semakin banyak pengetahuan dan pengalaman yang diperoleh seseorang, semakin besar pula perubahan self-efficacy seseorang (Marakarkandy et al., 2017).

Self-efficacy adalah keyakinan seseorang terhadap kemampuan dirinya, yang umumnya cenderung menerima teknologi baru (Compeau dan Higgins, 2018). Selain itu, efikasi diri adalah keyakinan bahwa seseorang dapat menggunakan komputer untuk memperoleh data dan sumber daya yang dibutuhkannya. *Self-efficacy* dianggap sebagai faktor penting ketika mengkaji perilaku pribadi, khususnya di bidang teknologi digital (Schunk & DiBenedetto, 2021).

Dalam era digital saat ini, *Digital Self-Efficacy* menjadi faktor penting karena hampir semua aktivitas sehari-hari, baik pendidikan, pekerjaan, maupun interaksi sosial, melibatkan penggunaan teknologi digital. Individu dengan *Digital Self-Efficacy* tinggi cenderung lebih percaya diri dalam menggunakan aplikasi, platform online, perangkat digital, serta mampu menavigasi masalah teknis yang muncul. Sebaliknya, individu dengan *Digital Self-Efficacy* rendah cenderung merasa cemas, takut gagal, atau menghindari penggunaan teknologi digital.

2.1.4.2 Dimensi *Digital Self-Efficacy*

Digital Self-Efficacy (DSE) tidak hanya dipahami sebagai keyakinan umum seseorang terhadap kemampuan digitalnya, tetapi juga dapat dianalisis melalui beberapa dimensi utama yang menggambarkan berbagai aspek kemampuan dan kepercayaan diri individu dalam menggunakan teknologi digital (Compeau & Higgins, 2018). Berdasarkan literatur, dimensi *Digital Self-Efficacy* antara lain:

1. *Digital Confidence* (Kepercayaan Diri Digital)

Dimensi ini mengukur sejauh mana individu percaya diri dalam menggunakan teknologi digital untuk menyelesaikan tugas atau aktivitas tertentu. Indikator: keyakinan dalam menjalankan aplikasi, platform, atau perangkat digital; percaya diri menghadapi tantangan teknis.

2. *Digital Competence* (Kompetensi Digital)

Dimensi ini menekankan kemampuan individu untuk menggunakan teknologi digital secara efektif dan efisien, termasuk keterampilan dasar dan lanjutan. Indikator: kemampuan menavigasi aplikasi, memanfaatkan fitur-fitur digital, melakukan troubleshooting sederhana.

3. *Learning Efficacy* (Efikasi Belajar Digital)

Dimensi ini mencerminkan keyakinan individu dalam kemampuan belajar dan menguasai teknologi baru secara mandiri. Indikator: kemampuan mempelajari aplikasi baru, menyesuaikan diri dengan sistem digital yang berubah, membaca manual atau tutorial.

4. *Adaptability* (Kemampuan Beradaptasi)

Dimensi ini mengukur kemampuan individu untuk menyesuaikan diri dengan perubahan teknologi digital, termasuk mengatasi hambatan atau masalah teknis. Indikator: kemampuan menghadapi kegagalan teknis, berinovasi dengan fitur baru, fleksibilitas dalam penggunaan teknologi.

5. *Digital Problem-Solving* (Pemecahan Masalah Digital)

Dimensi ini menilai sejauh mana individu mampu memecahkan masalah yang muncul saat menggunakan teknologi digital. Indikator: kemampuan *troubleshooting*, mencari solusi mandiri, memanfaatkan sumber informasi digital untuk menyelesaikan masalah.

Digital Self-Efficacy dapat dianalisis melalui lima dimensi utama: *digital confidence*, *digital competence*, *learning efficacy*, *adaptability*, dan *digital problem-solving*. Kelima dimensi ini saling terkait dan bersama-sama menentukan sejauh mana individu dapat menggunakan teknologi digital secara efektif, percaya diri, dan adaptif terhadap inovasi baru.

2.1.5 *Financial Behavior*

Financial behavior adalah pola tindakan individu dalam mengelola keuangan, seperti kebiasaan menabung, mengatur pengeluaran, berutang, dan berinvestasi (OECD, 2020). Perilaku ini mencerminkan bagaimana seseorang menerapkan pengetahuan dan sikap keuangan dalam kehidupan sehari-hari. *Financial behavior* yang baik membantu individu dalam mencapai stabilitas dan kesejahteraan finansial dalam jangka panjang (Lusardi & Mitchell, 2019).

2.1.5.1 Pengertian *Financial Behavior*

Financial Behavior (Perilaku Keuangan) adalah pola tindakan, kebiasaan, dan keputusan individu atau kelompok dalam mengelola sumber daya keuangan, termasuk penghasilan, tabungan, pengeluaran, investasi, dan penggunaan kredit (OECD, 2020). Perilaku keuangan tidak hanya mencakup tindakan nyata dalam transaksi keuangan, tetapi juga mencerminkan sikap, nilai, dan pengetahuan finansial yang dimiliki seseorang. Dengan demikian, perilaku keuangan merupakan hasil dari interaksi antara faktor kognitif, afektif, dan pengalaman individu dalam mengelola keuangan sehari-hari (Lusardi & Mitchell, 2019).

Financial behavior mempelajari bagaimana manusia berperilaku secara aktual dalam sebuah penentuan keuangan, khususnya mempelajari bagaimana psikologi mempengaruhi keputusan keuangan, perusahaan dan pasar keuangan (Analycia, 2021). Perilaku keuangan merupakan suatu pendekatan yang menjelaskan bagaimana manusia melakukan investasi atau berhubungan dengan keuangan dipengaruhi oleh faktor psikologi (Wicaksono, 2015). Lebih lanjut, perilaku keuangan dengan bagaimana seseorang memperlakukan, mengelola, dan menggunakan sumber daya keuangan yang apa adanya. Sumber daya tersebut dapat berasal dari berbagai sumber keuangan. Khususnya, mempelajari bagaimana psikologi mempengaruhi keputusan keuangan, perusahaan, dan pasar keuangan (Arsanti & Riyadi, 2018).

Financial behavior merupakan manifestasi dari literasi keuangan dan keputusan yang dibuat seseorang dalam kehidupan sehari-hari terkait pengelolaan uang. Seseorang dengan perilaku keuangan yang baik biasanya memiliki

pengelolaan keuangan yang terencana, disiplin dalam menabung, bijak dalam pengeluaran, dan mampu membuat keputusan investasi yang rasional (Lusardi & Mitchell, 2019).

Financial behavior juga dipengaruhi oleh faktor psikologis, sosial, dan lingkungan, seperti kepercayaan diri finansial, tekanan sosial, budaya konsumsi, dan pengalaman finansial sebelumnya (Luthar & Kumar, 2020). Dengan kata lain, perilaku keuangan bukan hanya soal kemampuan matematika atau literasi keuangan, tetapi juga dipengaruhi sikap, motivasi, dan pengalaman individu dalam menghadapi uang.

Selain itu, *financial behavior* berkaitan dengan kebiasaan keuangan jangka panjang, misalnya kemampuan menunda kepuasan, pengelolaan risiko, dan pengambilan keputusan finansial yang konsisten dengan tujuan keuangan (Borghans et al., 2018).

Berdasarkan definisi yang telah diuraikan di atas maka dapat disimpulkan bahwa perilaku keuangan (*financial behavior*) adalah ilmu yang menjelaskan perilaku bagaimana individu dapat memperlakukan, mengelola, dan menggunakan sumber daya keuangan yang ada. Individu yang memiliki perilaku keuangan yang bertanggung jawab cenderung efektif dalam penggunaan uang dan mengelola secara efisien untuk kesejahteraan kehidupan serta disesuaikan dengan pendapatan yang ada dengan bertanggung jawab dalam penggunaan uang tersebut.

2.1.5.2 Dimensi *Financial Behavior*

Financial Behavior (Perilaku Keuangan) dapat dianalisis melalui beberapa dimensi yang mencerminkan aspek-aspek utama dalam pengelolaan keuangan

individu (Lusardi & Mitchell, 2019). Berdasarkan literatur, dimensi *financial behavior* antara lain:

1. Pengelolaan Pengeluaran (*Spending Management*)

Dimensi ini mencakup kemampuan individu untuk mengontrol pengeluaran sesuai dengan kemampuan finansial dan prioritas kebutuhan. Indikator: kemampuan membuat anggaran, menghindari pengeluaran impulsif, memisahkan kebutuhan dan keinginan.

2. Kebiasaan Menabung (*Saving Behavior*)

Menabung adalah bagian penting dari *financial behavior*, mencerminkan kemampuan individu untuk menunda kepuasan jangka pendek demi tujuan finansial jangka panjang. Indikator: rutin menabung, memiliki dana darurat, menetapkan tujuan tabungan.

3. Pengelolaan Utang dan Kredit (*Debt Management*)

Dimensi ini berkaitan dengan bagaimana individu mengelola utang atau kewajiban finansial, termasuk pinjaman dan kartu kredit. Indikator: kemampuan membayar utang tepat waktu, menghindari utang konsumtif, menggunakan kredit secara bijak.

4. Investasi dan Perencanaan Keuangan (*Investment and Financial Planning*)

Dimensi ini menilai sejauh mana individu mampu merencanakan keuangan jangka panjang dan melakukan investasi secara bijak. Indikator: membuat rencana keuangan jangka panjang, memahami instrumen investasi, mengevaluasi risiko dan imbal hasil.

5. Pengambilan Keputusan Finansial Rasional (*Financial Decision-Making*)

Dimensi ini menekankan kemampuan individu dalam mengambil keputusan keuangan yang tepat berdasarkan informasi dan pertimbangan risiko. Indikator: menimbang keuntungan dan risiko sebelum membeli atau berinvestasi, mengutamakan keputusan logis dibanding emosional.

2.1.6 Penelitian Terdahulu

Sebagai bahan perbandingan, penelitian merujuk pada penelitian terdahulu terkait literasi keuangan, *risk perception*, *digital financial service*, *digital self-efficacy*, serta perilaku keuangan Generasi Z dalam penggunaan layanan *paylater*, untuk melihat letak perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan.

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti,Tahun Dan Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1	Yahya et al., (2023) <i>The Influence of Digital Literacy and Financial Self-Efficacy on Risky Credit Behavior in Using Shopee Pay Later</i>	Variabel Independen: Literasi digital & <i>self-efficacy</i> Variabel Depeden: perilaku kredit	Tidak adanya Variabel: <i>Digital Financial Service</i>	Literasi Digital dan Efikasi Diri Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Kredit Berisiko.	<i>Jurnal Ilmiah Edunomika</i> , 8(1). https://doi.org/10.29040/jie.v8i1.1112 5
2	Sekarlaras et al., (2025) <i>Effects of Financial Literacy and Self-Efficacy on Risky Credit Behavior of Gen-Z</i>	Variabel Independen: Literasi digital & <i>self-efficacy</i> Variabel Depeden: perilaku kredit	Tidak adanya Variabel: <i>Digital Financial Service</i>	<i>Self-Efficacy</i> berperan memediasi, memperkuat pengaruh terhadap Risky Credit Behavior.	<i>Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen</i> , 11(2), 468. https://doi.org/10.17358/jabm.11.2.468

3	Kesuma et al., (2025) <i>Exploring How Digital Financial Literacy Affects Fintech Credit Behavior through Psychological and Digital Financial Access</i>	Variabel Independen: Literasi digital Variabel Depeden: perilaku kredit	Tidak adanya Variabel: <i>Digital Financial Service</i>	Literasi keuangan digital memengaruhi perilaku kredit <i>fintech</i> melalui faktor psikologis.	<i>Jurnal Dinamika Manajemen</i> Vol. 16 No. 2 (2025): <i>September</i> https://doi.org/10.15294/jdm.v16i2.27245
4	Retnaningrum & Sundari, (2024) <i>Effect of Financial Literacy, Financial Attitude, and Perceived Risk on Financial Management Behavior in BNPL</i>	Variabel Independen: Literasi digital dan <i>Perceived Risk</i> Variabel Depeden: perilaku kredit	Tidak adanya Variabel: <i>Digital Financial Service</i>	Literasi, sikap keuangan & persepsi risiko memengaruhi perilaku keuangan BNPL.	<i>Jurnal Ilmu Akuntansi Dan Bisnis Syariah (AKSY)</i> , 7(2), 234–249. https://doi.org/10.15575/aksy.v7i2.45602
5	Widyaningtyas et al., (2025) <i>Factors Influencing the Financial Management Behavior of PayLater Users</i>	Variabel Independen: Literasi digital dan <i>self-efficacy</i> Variabel Depeden: perilaku kredit	Tidak adanya Variabel: <i>Digital Financial Service</i>	Literasi, sosialisasi keuangan & <i>self-efficacy</i> berpengaruh pada perilaku manajemen keuangan	<i>Jurnal Akuntansi, Perpajakan Dan Auditing</i> , 5(1), 159–171. https://doi.org/10.21009/japa.0501.12
6	Santika & Yuhasril, (2025) Pengaruh Digital Payment, Literasi Keuangan, dan Sikap Keuangan terhadap Perilaku Keuangan Gen-Z	Variabel Independen: Literasi digital dan <i>Digital Financial Service</i> Variabel Depeden: perilaku keuangan	Tidak adanya Variabel: <i>self-efficacy</i>	digital payment tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan, literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan	<i>Jurnal Akuntansi, Manajemen, Dan Perencanaan Kebijakan</i> , 3(1), 17. https://doi.org/10.47134/jampk.v3i1.903

7	Susilowati et al., (2025) Pengaruh Literasi Keuangan Digital dan Gaya Hidup terhadap Keputusan dalam Menggunakan Paylater pada Mahasiswa	Variabel Independen: Literasi digital Variabel Depeden: perilaku keuangan	Tidak adanya Variabel: <i>self-efficacy</i> dan <i>Digital Financial Service</i>	Literasi keuangan digital memengaruhi keputusan penggunaan paylater.	<i>JIEP: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Pembangunan</i> , 8(2), 343–356. https://doi.org/10.20527/jiep.v8i2.2863
8	Anggraini & Trisnainingsih, (2025) Analisis Pengaruh <i>Financial Self-Efficacy</i> dan <i>Financial Technology</i> terhadap Inklusi Keuangan	Variabel Independen: <i>self-efficacy</i> dan <i>Digital Financial Service</i> Variabel Depeden: perilaku keuangan	Tidak adanya Variabel: Literasi keuangan	<i>Self-efficacy</i> dan teknologi keuangan berpengaruh terhadap inklusi keuangan (nasional).	<i>Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)</i> , 7(1), 196-206. https://doi.org/10.47065/ekuitas.v7i1.7610
9	Nurlela et al., (2025) Pengaruh <i>Financial Self-Efficacy</i> dan Inklusi Keuangan terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa di Era Digital	Variabel Independen: <i>self-efficacy</i> Variabel Depeden: perilaku keuangan	Tidak adanya Variabel: Literasi keuangan dan <i>Digital Financial Service</i>	Efikasi finansial berpengaruh terhadap perilaku keuangan mahasiswa era digital.	<i>Ekonomia</i> , 15(1), 14-24. https://doi.org/10.54342/nbz51j61
10	Putri & Andayani, (2025) Pengaruh <i>Financial Literacy</i> , <i>Financial Attitude</i> , dan <i>Financial Self-Efficacy</i> terhadap <i>Saving Behavior</i> Pengguna Paylater.	Variabel Independen: Literasi keuangan dan <i>self-efficacy</i> Depeden: perilaku keuangan	Tidak adanya Variabel: <i>Digital Financial Service</i>	Literasi, sikap & efikasi terhadap perilaku menabung pengguna paylater.	<i>Al-Buhuts</i> , 20(2), 192–205. https://doi.org/10.30603/ab.v20i2.5019
11	Tanjung (2025) <i>Financial Literacy, Self-Efficacy and Risky Credit Behavior among Kredivo Users</i> .	Variabel Independen: Literasi keuangan dan <i>self-efficacy</i> Depeden: perilaku keuangan	Tidak adanya Variabel: <i>Digital Financial Service</i>	Literasi keuangan dan efikasi diri memiliki pengaruh signifikan perilaku kredit berisiko.	<i>IJRSI</i> ISSN No. 2321-2705 DOI: 10.51244/IJRSI Volume XII Issue VI June 2025
12	Wulan & Hariyanto (2025) <i>The Influence of Financial</i>	Variabel Independen: Literasi keuangan dan	Tidak adanya Variabel: <i>Digital Financial</i>	Perilaku keuangan juga terbukti secara signifikan	<i>International Journal Papier Public Review</i> , 6(3),

	<i>Technology, Financial Literacy and Risk Perception on Stock Investment Decisions Through Financial Behavior as a Moderating Variable on Generation Z in Pontianak City</i>	<i>Risk Perception</i> Variabel Depeden: perilaku keuangan	<i>Service dan self-efficacy</i>	memoderasi hubungan antara <i>fintech</i> dan persepsi risiko pada keputusan investasi.	22-36. <i>Retrieved from</i> https://igsspublication.com/index.php/ijppr/article/view/375
13	Ramadhianto et al. (2025) <i>The Influence of Financial Self-Efficacy, Risk Perception, Financial Literacy & Herding on Investment Decision</i>	Variabel Independen: <i>Financial Self-Efficacy, Risk Perception, Financial Literacy</i> Variabel Depeden: perilaku keuangan	Tidak adanya Variabel: <i>Digital Financial Service</i>	Hasil ini menunjukkan bahwa kepercayaan diri individu, kesadaran risiko, kompetensi keuangan, berkontribusi pada perilaku investasi di kalangan investor muda di era digital.	<i>Atestasi: Jurnal Ilmiah Akuntansi</i> , 8(2), 2025. 535 - 547 DOI: https://doi.org/10.57178/atestasi.v8i2.1692
14	Namirah et al. (2025) <i>The impact of financial literacy and financial behavior, Moderated by risk perception, on the use of digital paylater Among millennials and generation Z</i>	Variabel Independen: <i>Risk Perception, Financial Literacy</i> Variabel Depeden: perilaku keuangan	Tidak adanya Variabel: <i>Digital Financial Service dan Financial Self-Efficacy</i>	persepsi risiko tidak secara signifikan memoderasi hubungan antara literasi keuangan dan perilaku keuangan.	<i>Eurasia: Economics & Business</i> , 7(97), July 2025 DOI https://doi.org/10.18551/econeurasia
15	Kusumawardhani, et al. (2025). <i>Digital financial literacy and consumer financial behavior in emerging markets: Evidence from Indonesia.</i>	Variabel Independen: <i>Financial Literacy</i> Variabel Depeden: perilaku keuangan	Tidak adanya Variabel: <i>Risk Perception, Digital Financial Service dan Financial Self-Efficacy</i>	Tingkat literasi keuangan digital yang lebih tinggi secara signifikan meningkatkan perilaku keuangan strategis.	<i>Jurnal Ekonomi Dan Bisnis</i> , 28(2), 491–512. https://doi.org/10.24914/jeb.v28i2.15565

16	Sujatmiko & Kausar (2025) <i>Paylater Adoption as a Mediator Between Financial Literacy, Risk Perception, & Financial Behavior</i>	Variabel Independen: <i>Financial Literacy, Risk Perception</i> Variabel Depeden: perilaku keuangan	Tidak adanya Variabel: <i>Digital Financial Service dan Financial Self-Efficacy</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan.	<i>Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan</i> , 13(3), 1743–1754. https://doi.org/10.37641/jimkes.v13i3.3248
17	Sumartini et al. (2024) <i>Digital Financial Literacy and Self-Efficacy in Increasing Intention to Use Digital Bank</i>	Variabel Independen: <i>Financial Literacy</i> Variabel Depeden: perilaku keuangan	Tidak adanya Variabel: <i>Risk Perception Digital Financial Service dan Financial Self-Efficacy</i>	Digital literasi berpengaruh terhadap efikasi penggunaan layanan digital.	<i>International Research Journal of Management, IT & Social Sciences</i> Vol. 11 No. 6, November 2024, pages: 252-263
18	Tiffany & Norisanti (2025) <i>The effect of financial literacy on Risky credit behavior in the use of Gopaylater with financial self-efficacy As a mediating variable</i>	Variabel Independen: <i>Financial Literacy dan Financial Self-Efficacy</i> Variabel Depeden: perilaku keuangan	Tidak adanya Variabel: <i>Risk Perception, Digital Financial Service dan Financial Self-Efficacy</i>	Literasi Keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Perilaku Kredit Berisiko, serta pengaruh positif dan signifikan terhadap Efikasi Diri. Efikasi Diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Kredit.	<i>Proceedings of The International Indonesia Conference on Interdisciplinary Studies (IICIS)</i> Vol. 1, 2025
19	Salsabilah (2025) <i>The Effect of Financial Literacy and Risk Perception on Pay Later Usage Decision by Gen Z</i>	Variabel Independen: <i>Financial Literacy dan Risk Perception</i> Variabel Depeden: perilaku keuangan	Tidak adanya Variabel: <i>Digital Financial Service dan Financial Self-Efficacy</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan untuk memilih rencana pembayaran Bayar Nanti dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh persepsi risiko dan literasi keuangan.	<i>Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJJSE)</i> , 8(3), 10992-11004. https://doi.org/10.31538/ijse.v8i3.7705

20	Aristei & Gallo (2025) <i>Financial literacy, robo-advising, and the demand for human financial advice: Evidence from Italy</i>	Variabel Independen: <i>Financial Literacy</i> Variabel Depeden: perilaku keuangan	Tidak adanya Variabel: <i>Risk Perception, Digital Financial Service dan Financial Self-Efficacy</i>	Literasi keuangan digital meningkatkan kemungkinan penggunaan layanan robo-advice. Penggunaan layanan keuangan digital, dan kecenderungan untuk mengambil risiko dan menabung juga muncul sebagai prediktor signifikan penggunaan robo-advice.	<i>Finance Research Letters</i> , 58, 104265. https://doi.org/10.48550/arXiv.2505.20527
----	--	---	--	--	--

Sumber: Data diolah peneliti, 2025.

2.2 Kerangka Pemikiran

Dalam era digital yang semakin berkembang, perilaku keuangan Generasi Z, khususnya dalam penggunaan layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL), dipengaruhi oleh keterkaitan antara literasi keuangan, persepsi risiko (*risk perception*), serta kemampuan individu dalam memanfaatkan layanan keuangan digital (Lusardi & Mitchell, 2019). Meskipun Generasi Z dikenal akrab dengan teknologi dan berbagai platform *digital financial service*, pemahaman mereka mengenai konsekuensi keuangan, risiko penggunaan *paylater*, serta pengelolaan kewajiban pembayaran masih belum merata (OECD, 2020). Di sisi lain, kemudahan akses dan fitur yang ditawarkan oleh layanan keuangan digital dapat mendorong penggunaan *paylater* secara intensif, namun juga berpotensi membentuk perilaku keuangan yang kurang bijak apabila tidak didukung oleh tingkat literasi keuangan dan *digital self-efficacy* yang memadai (Venkatesh et al.,

2023). Interaksi antara literasi keuangan, persepsi risiko, layanan keuangan digital, dan *digital self-efficacy* tersebut menciptakan dinamika yang kompleks dalam membentuk *financial behavior* Generasi Z. Oleh karena itu, penelitian yang mengkaji pengaruh literasi keuangan melalui *risk perception*, *digital financial service*, dan *digital self-efficacy* terhadap perilaku keuangan Generasi Z dalam penggunaan layanan *paylater* menjadi penting untuk dilakukan secara komprehensif.

Literasi keuangan memiliki peran penting dalam membentuk persepsi risiko (*risk perception*) individu terhadap produk dan layanan keuangan, termasuk layanan *paylater*. Literasi keuangan mencakup pemahaman mengenai konsep keuangan dasar, mekanisme produk keuangan, biaya, bunga, denda, serta konsekuensi finansial jangka panjang dari suatu keputusan keuangan (Lusardi & Mitchell, 2019). Individu dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi cenderung memiliki kemampuan yang lebih baik dalam mengidentifikasi, menilai, dan memahami risiko yang melekat pada penggunaan layanan kredit digital seperti *paylater*. Dalam konteks Generasi Z, literasi keuangan menjadi faktor krusial karena kelompok ini merupakan pengguna aktif layanan digital namun sering kali memiliki pengalaman finansial yang terbatas (Francis & Hoefel, 2018). Pemahaman yang baik mengenai skema cicilan, bunga tersembunyi, serta risiko gagal bayar akan meningkatkan kesadaran risiko dan mendorong individu untuk lebih berhati-hati dalam menggunakan layanan *paylater* (OECD, 2022). Hal ini diperkuat oleh penelitian terdahulu yang menemukan bahwa literasi keuangan

berpengaruh positif terhadap *risk perception* dalam penggunaan layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) (Retnaningrum dan Sundari, 2024; Namirah et al., 2025).

Selain berpengaruh langsung terhadap *risk perception*, literasi keuangan juga dapat memengaruhi penggunaan *digital financial service*. Literasi keuangan memiliki hubungan yang erat dengan kemampuan individu dalam memahami dan memanfaatkan *Digital Financial Service* (DFS) (Lusardi & Mitchell, 2019). Individu dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi cenderung lebih mampu memahami fitur, manfaat, serta risiko layanan keuangan digital, termasuk *paylater*, *e-wallet*, dan layanan *fintech* lainnya (Morgan & Trinh, 2020). Literasi keuangan tidak hanya meningkatkan pemahaman konseptual, tetapi juga mendorong penggunaan layanan keuangan digital secara lebih bijak dan bertanggung jawab. Generasi Z yang memiliki literasi keuangan yang baik cenderung mampu menilai kelayakan penggunaan layanan *paylater*, memahami batas kredit, serta memanfaatkan fitur digital secara optimal sesuai kebutuhan finansialnya (OECD, 2022). Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa literasi keuangan digital berpengaruh positif terhadap pemanfaatan layanan *fintech* dan akses keuangan digital (Kesuma et al., 2025). Hasil ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan keuangan digital dan *fintech*, termasuk layanan kredit digital (Santika dan Yuhasril, 2025; Sekarlaras et al., 2025).

Literasi keuangan juga berkontribusi terhadap pembentukan *digital self-efficacy*, yaitu keyakinan individu terhadap kemampuan dirinya dalam menggunakan teknologi dan layanan keuangan digital secara efektif (Eastin &

LaRose, 2020). Individu yang memahami konsep keuangan, mekanisme transaksi digital, serta sistem pembayaran elektronik akan memiliki tingkat kepercayaan diri yang lebih tinggi dalam menggunakan aplikasi *paylater* dan layanan *fintech* lainnya. Pada Generasi Z, literasi keuangan berfungsi sebagai dasar untuk meningkatkan kepercayaan diri dalam mengambil keputusan keuangan berbasis digital. Pemahaman yang baik mengenai fitur aplikasi, sistem keamanan, serta pengelolaan cicilan akan meningkatkan *digital self-efficacy* dan mengurangi kecemasan dalam penggunaan teknologi keuangan (Venkatesh et al., 2023). Hal ini sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa pengetahuan meningkatkan *self-efficacy* dalam penggunaan teknologi (Compeau dan Higgins, 2020). Hal ini diperkuat oleh penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *self-efficacy* dalam penggunaan layanan keuangan digital (Sekarlaras et al., 2025; Sumartini et al., 2024).

Risk perception memiliki peran penting dalam membentuk *financial behavior*, khususnya dalam penggunaan layanan kredit digital seperti *paylater*. Individu yang memiliki persepsi risiko tinggi terhadap suatu produk keuangan cenderung lebih berhati-hati, mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang, serta menghindari perilaku keuangan yang berisiko seperti penggunaan kredit berlebihan atau keterlambatan pembayaran (Kahneman & Tversky, 2019). Dalam konteks Generasi Z, persepsi risiko yang baik dapat mendorong perilaku keuangan yang lebih sehat, seperti pengendalian penggunaan *paylater*, perencanaan pembayaran cicilan, dan penghindaran utang konsumtif (Weber et al., 2022). Dengan demikian, semakin tinggi tingkat persepsi risiko individu, semakin

besar kecenderungan untuk mengambil keputusan keuangan yang lebih rasional dan bertanggung jawab. Penelitian terdahulu menemukan bahwa *risk perception* berpengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan *paylater* (Namirah et al., 2025). Hal ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap *risky credit behavior* dan berpengaruh positif terhadap perilaku keuangan yang lebih rasional (Kausar, 2025; Norisanti, 2025).

Digital Financial Service memiliki pengaruh langsung terhadap *financial behavior* karena kemudahan akses, kecepatan transaksi, dan fleksibilitas layanan dapat memengaruhi cara individu dalam mengelola keuangannya (Lee & Shin, 2018). Layanan *paylater* sebagai bagian dari *Digital Financial Service* menawarkan kemudahan konsumsi yang dapat berdampak positif maupun negatif terhadap perilaku keuangan, tergantung pada tingkat pemahaman dan pengendalian diri pengguna (OECD, 2022). Generasi Z yang mampu memanfaatkan *Digital Financial Service* secara bijak cenderung menunjukkan perilaku keuangan yang lebih terkontrol, seperti penggunaan layanan sesuai kebutuhan dan kemampuan finansial. Namun, kemudahan layanan juga berpotensi mendorong perilaku konsumtif jika tidak diimbangi dengan literasi keuangan yang memadai (Atkinson & Messy, 2022). Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa penggunaan layanan keuangan digital berpengaruh signifikan terhadap *financial behavior*, khususnya dalam pengelolaan keuangan pengguna *paylater* (Santika dan Yuharsi., 2025; Widyaningtyas et al., 2025).

Digital self-efficacy berperan penting dalam membentuk *financial behavior* karena mencerminkan tingkat kepercayaan diri individu dalam

menggunakan layanan keuangan digital secara efektif (Bandura, 2017). Individu dengan *digital self-efficacy* yang tinggi cenderung lebih mampu mengelola penggunaan *paylater*, memahami fitur aplikasi, serta mengambil keputusan keuangan secara rasional dan bertanggung jawab. Pada Generasi Z, *digital self-efficacy* mendorong perilaku keuangan yang lebih adaptif dan terencana, seperti pengelolaan cicilan, pemantauan transaksi, dan penghindaran kesalahan penggunaan aplikasi (Venkatesh et al., 2023). Dengan demikian, semakin tinggi tingkat *digital self-efficacy*, semakin baik pula perilaku keuangan individu dalam memanfaatkan layanan keuangan digital. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *self-efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial behavior* (Sekarlaras et al., 2025; Nurlela et al., 2025). Temuan ini diperkuat oleh penelitian internasional yang menyatakan bahwa efikasi diri keuangan merupakan determinan penting dalam perilaku pengelolaan keuangan individu (Xiao dan O'Neill, 2021).

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan berperan sebagai variabel utama yang memengaruhi *risk perception*, *digital financial service*, dan *digital self-efficacy*, yang selanjutnya berdampak pada *financial behavior* Generasi Z dalam penggunaan layanan *paylater*. Hubungan antar variabel ini membentuk suatu kerangka pemikiran yang menjelaskan bagaimana pemahaman keuangan dan faktor psikologis-digital memengaruhi perilaku keuangan generasi muda di era layanan keuangan digital.

2.2 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran dan kajian pustaka yang telah diuraikan sebelumnya, maka hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

- H1: Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap *risk perception* pada Generasi Z dalam penggunaan layanan *paylater*.
- H2: Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap *digital financial service* pada Generasi Z dalam penggunaan layanan *paylater*.
- H3: Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap *digital self-efficacy* pada Generasi Z dalam penggunaan layanan *paylater*.
- H4: *Risk perception* berpengaruh positif terhadap *financial behavior* pada Generasi Z dalam penggunaan layanan *paylater*.
- H5: *Digital financial service* berpengaruh positif terhadap *financial behavior* pada Generasi Z dalam penggunaan layanan *paylater*.
- H6: *Digital self-efficacy* berpengaruh positif terhadap *financial behavior* pada Generasi Z dalam penggunaan layanan *paylater*.