



BENEFIT: Journal Of Business, Economics, And Finance

Volume 3 Nomor 2 Tahun 2023 Page 2301-2313

DOI : <https://doi.org/10.70437/benefit.v3i1.1298>

Euforia atau Kehati-hatian? Studi Persepsi Gen Z terhadap Pinjaman Online berbasis Fintech di Era Digital

Ni Kadek Dewi Sukasih^{1*}, Ni Nyoman Meita Jayantini², Ni Ketut Ping Purnama Sari³

Ni Putu Meiling Utami⁴

^{1,2,3,4}Politeknik Negeri Bali

✉Corresponding author

[\(dewisukasih07@pnb.ac.id\)](mailto:dewisukasih07@pnb.ac.id)

Abstract

This study explores Generation Z's perceptions of fintech-based online lending in the digital era, focusing on three key variables: financial literacy, trust in fintech, and consumer lifestyle. Using a quantitative approach and regression analysis, the findings reveal that financial literacy exerts the strongest influence on Gen Z's financial perceptions and decision-making. Trust in fintech platforms also plays a crucial role, highlighting the importance of security and credibility in shaping user confidence. While a consumerist lifestyle contributes to the perception, its impact is relatively lower than the other two variables. The regression model demonstrates a predictability level of 47.2%, indicating its suitability for explaining the observed phenomenon. These insights offer valuable implications for enhancing financial education and promoting more ethical and sustainable fintech marketing strategies.

Key Words: Fintech, On Line Loans, Perception, Gen Z

Abstract

This study explores Generation Z's perceptions of fintech-based online lending in the digital era, focusing on three key variables: financial literacy, trust in fintech, and consumer lifestyle. Using a quantitative approach and regression analysis, the findings reveal that financial literacy exerts the strongest influence on Gen Z's financial perceptions and decision-making. Trust in fintech platforms also plays a crucial role, highlighting the importance of security and credibility in shaping user confidence. While a consumerist lifestyle contributes to the perception, its impact is relatively lower than the other two variables. The regression model demonstrates a predictability level of 47.2%, indicating its suitability for explaining the observed phenomenon. These insights offer valuable implications for enhancing financial education and promoting more ethical and sustainable fintech marketing strategies.

Key Words: Fintech, On Line Loans, Perception, Gen Z

PENDAHULUAN

Di era digital yang terus berkembang, teknologi telah membawa perubahan mendasar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk sektor keuangan. Salah satu inovasi paling menonjol adalah kehadiran *financial technology* (fintech), yang menawarkan layanan keuangan berbasis digital dengan akses mudah, proses cepat, dan fleksibilitas tinggi. Di antara berbagai layanan fintech, pinjaman online menjadi salah satu fitur yang paling diminati, terutama oleh Generasi Z—kelompok yang lahir antara tahun 1995 hingga 2012 dan tumbuh dalam ekosistem digital yang serba instan dan mobile. Generasi Z dikenal sebagai digital native yang sangat akrab dengan berbagai aplikasi keuangan seperti Dana, OVO, ShopeePay, serta platform pinjaman online berbasis fintech seperti Akulaku, Kredivo, dan Spinjam.

Daya tarik utama dari layanan ini terletak pada kemudahan akses, promosi yang menggoda, dan proses persetujuan yang cepat. Namun, di balik kenyamanan tersebut, muncul pertanyaan krusial: apakah Gen Z memanfaatkan layanan ini dengan kesadaran finansial yang matang, atau justru terjebak dalam euforia konsumtif yang berisiko?. Fenomena yang muncul menunjukkan kompleksitas perilaku finansial Gen Z. Survei Lokadata mengungkapkan bahwa lebih dari 78% Gen Z telah menggunakan aplikasi fintech, termasuk layanan pinjaman. Penelitian

Novianta et al. (2024) menyoroti bahwa kemudahan akses dan minimnya pengendalian diri menjadi faktor utama yang mendorong Gen Z terjatuh utang pinjol. Di sisi lain,

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat ribuan kasus pinjaman ilegal yang menyasar generasi muda, banyak di antaranya tidak memahami konsep bunga efektif, tenor, dan risiko gagal bayar. Persepsi Gen Z terhadap pinjaman online pun beragam. Sebagian melihatnya sebagai solusi praktis untuk kebutuhan mendesak, sementara sebagian lainnya mulai menunjukkan sikap hati-hati, dipengaruhi oleh pengalaman buruk atau meningkatnya edukasi finansial. Gaya hidup konsumtif yang dipacu oleh tren digital dan media sosial turut memperkuat dorongan untuk memenuhi kebutuhan instan melalui pinjaman online. Melihat dinamika tersebut, penelitian ini menjadi penting untuk menggali persepsi Gen Z secara lebih mendalam terhadap layanan pinjaman online berbasis fintech. Tujuannya adalah untuk menilai apakah dominasi fintech dalam kehidupan finansial mereka didasari oleh kesadaran dan literasi keuangan, atau justru oleh impulsivitas dan pengaruh gaya hidup. Selain itu, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan rekomendasi edukatif dan kebijakan yang mendorong penggunaan fintech secara sehat, bijak, dan bertanggung jawab.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif yang bertujuan untuk menguji hubungan dan pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara statistik. Fokus utama penelitian adalah untuk memahami bagaimana literasi keuangan, kepercayaan terhadap fintech, dan gaya hidup konsumtif memengaruhi persepsi Generasi Z terhadap layanan pinjaman online berbasis fintech. Populasi dalam penelitian ini adalah individu dari Generasi Z yang berusia antara 18 hingga 28 tahun dan memiliki pengalaman dalam mengakses layanan pinjaman online. Sampel sebanyak 132 responden dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Responden memiliki akun atau pernah menggunakan layanan pinjaman online berbasis fintech.
- b. Berdomisili atau beraktivitas di wilayah Bali dan sekitarnya.

Data dikumpulkan melalui kuesioner tertutup yang menggunakan skala Likert 1–5, Penelitian ini melibatkan empat variabel utama, yaitu:

Variabel Jenis	Indikator Utama
X ₁	Independen Pengetahuan tentang bunga, tenor, dan risiko utang

Variabel Jenis	Indikator Utama
X ₂	Independen Persepsi terhadap keamanan data, kredibilitas, regulasi
X ₃	Independen Preferensi belanja instan, pengaruh media sosial
Y	Dependen Sikap terhadap penggunaan, manfaat, dan risiko pinjaman online

Analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

- Validitas diuji menggunakan teknik *Pearson Product-Moment* untuk memastikan setiap item kuesioner mengukur konstruk yang dimaksud.
- Reliabilitas diuji dengan *Cronbach's Alpha*, di mana nilai >0.7 dianggap menunjukkan konsistensi internal yang baik.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Model regresi yang digunakan adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Di mana:

- Y = Persepsi terhadap pinjaman online
- X₁, X₂, X₃ = Literasi keuangan, kepercayaan terhadap fintech, gaya hidup konsumtif
- a = Konstanta
- b₁, b₂, b₃ = Koefisien regresi masing-masing variabel
- e = Galat/error

3. Uji t

Digunakan untuk menilai signifikansi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.

4. Uji F

Digunakan untuk menilai kelayakan model regresi secara keseluruhan dan apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Y.

5. Koefisien Determinasi (R²)

Digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi gabungan variabel X_1 , X_2 , dan X_3 dalam menjelaskan variabel Y . Nilai R^2 sebesar 47,2% menunjukkan bahwa model memiliki tingkat prediktabilitas yang cukup baik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perhitungan statistik regresi linier berganda beserta interpretasi hasilnya, berdasarkan data kuesioner dari 132 responden Gen Z yang menilai:

- Y (Persepsi terhadap Pinjaman Online) sebagai variabel dependen
- X_1 = Literasi Keuangan, X_2 = Kepercayaan terhadap Fintech, dan X_3 = Gaya Hidup Konsumtif sebagai variabel independen

Hasil Uji R^2

Tabel 1. Hasil Uji R^2

Model	R	R^2	Adjusted R^2	Std. Error
1	0.687	0.472	0.459	0.538

Sumber : Ouput SPSS,2025

Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,687 mengindikasikan adanya hubungan yang kuat antara kombinasi variabel bebas—yaitu literasi keuangan, kepercayaan terhadap fintech, dan gaya hidup konsumtif—dengan variabel terikat berupa persepsi terhadap pinjaman online. Hubungan ini mencerminkan bahwa perubahan pada ketiga variabel independen secara bersama-sama memiliki keterkaitan yang signifikan terhadap perubahan persepsi Gen Z terhadap layanan pinjaman digital. Sementara itu, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,472 menunjukkan bahwa sebesar 47,2% variasi dalam persepsi terhadap pinjaman online dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut. Artinya, hampir separuh dari sikap dan pandangan Gen Z terhadap penggunaan pinjaman online berbasis fintech dipengaruhi oleh tingkat literasi keuangan mereka, tingkat kepercayaan terhadap platform fintech, serta gaya hidup konsumtif yang mereka jalani. Nilai R^2 ini juga menegaskan bahwa model regresi yang digunakan memiliki tingkat prediktabilitas yang cukup baik, meskipun masih terdapat 52,8% faktor lain di luar model yang turut memengaruhi persepsi tersebut. Temuan ini memberikan landasan penting bagi pengembangan strategi edukasi dan kebijakan yang lebih tepat sasaran dalam mendorong penggunaan fintech secara bijak dan bertanggung jawab di kalangan generasi muda.

Uji F (ANOVA)

Tabel 2 Uji F

Sumber	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	65.276	3	21.759	75.118	0.000
Residual	73.124	128	0.571		
Total	138.400	131			

Sumber : Ouput SPSS,2025

Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai F sebesar 75.118 dengan tingkat signifikansi (Sig) sebesar 0.000, yang berada jauh di bawah ambang batas 0.05. Temuan ini menandakan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini secara keseluruhan signifikan dan layak untuk digunakan dalam menjelaskan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Dengan kata lain, kombinasi dari literasi keuangan (X_1), kepercayaan terhadap fintech (X_2), dan gaya hidup konsumtif (X_3) secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi Generasi Z terhadap layanan pinjaman online (Y). Signifikansi model ini memperkuat validitas analisis regresi berganda yang digunakan, serta menunjukkan bahwa ketiga variabel independen berkontribusi secara kolektif dalam membentuk sikap dan pandangan Gen Z terhadap penggunaan fintech dalam pembiayaan pribadi.

Uji t dan Koefisien Regresi

Tabel 3 Hasil Uji t

Variabel	B	Std. Error	t	Sig.
(Konstanta)	1.214	0.427	2.842	0.005
Literasi Keuangan (X_1)	0.348	0.072	4.833	0.000
Kepercayaan Fintech (X_2)	0.311	0.068	4.575	0.000
Gaya Hidup Konsumtif (X_3)	0.222	0.065	3.415	0.001

Sumber : Output SPSS,2025

Berdasarkan hasil uji t, seluruh variabel independen dalam penelitian ini—literasi keuangan (X_1), kepercayaan terhadap fintech (X_2), dan gaya hidup konsumtif (X_3)—menunjukkan nilai signifikansi di bawah ambang batas 0.05. Hal ini mengindikasikan bahwa masing-masing variabel secara individual memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi Generasi Z terhadap layanan pinjaman online berbasis fintech. Lebih lanjut, seluruh koefisien regresi yang diperoleh bersifat positif. Artinya, semakin tinggi tingkat literasi keuangan, semakin besar kepercayaan terhadap

platform fintech, dan semakin kuat gaya hidup konsumtif yang dimiliki oleh individu, maka semakin positif pula persepsi mereka terhadap penggunaan pinjaman online. Dengan kata lain, peningkatan pada masing-masing variabel bebas cenderung mendorong sikap yang lebih terbuka dan menerima terhadap layanan pinjaman digital. Temuan ini memperkuat pemahaman bahwa persepsi Gen Z terhadap pinjaman online tidak hanya dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti promosi atau kemudahan akses, tetapi juga oleh faktor internal seperti pengetahuan finansial, tingkat kepercayaan, dan gaya hidup yang mereka jalani. Oleh karena itu, pendekatan edukatif dan kebijakan yang mempertimbangkan ketiga aspek ini menjadi sangat relevan dalam membentuk perilaku finansial yang sehat dan bertanggung jawab di kalangan generasi muda.

Persamaan Regresi

$$Y = 1,214 + 0,348X_1 + 0,311X_2 + 0,222X_3$$

Di mana:

Y = Persepsi terhadap pinjaman online

X_1 = Literasi Keuangan

X_2 = Kepercayaan Fintech

X_3 = Gaya Hidup Konsumtif

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh paling dominan terhadap persepsi Generasi Z terhadap layanan pinjaman online berbasis fintech. Pengetahuan mengenai bunga, tenor, dan risiko utang terbukti menjadi faktor kunci dalam membentuk sikap dan keputusan finansial mereka. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang, semakin bijak pula ia dalam menilai manfaat dan risiko dari penggunaan pinjaman digital. Selain itu, kepercayaan terhadap platform fintech juga memainkan peran penting. Persepsi terhadap keamanan data, kredibilitas penyedia layanan, serta keberadaan regulasi yang melindungi konsumen turut memengaruhi keputusan Gen Z dalam menggunakan layanan pinjaman online. Kepercayaan ini menjadi fondasi psikologis yang memperkuat kenyamanan dan rasa aman dalam bertransaksi secara digital. Gaya hidup konsumtif, meskipun memberikan kontribusi terhadap persepsi, menunjukkan pengaruh yang relatif lebih rendah dibandingkan dua variabel lainnya. Preferensi belanja instan dan dorongan dari media sosial memang mendorong penggunaan pinjaman online, namun tidak sekuat pengaruh literasi dan kepercayaan. Secara keseluruhan, model regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini dinilai layak, dengan tingkat prediktabilitas sebesar 47,2%. Artinya, hampir separuh dari variasi

Copyright@ Ni Kadek Dewi Sukasih, Ni Nyoman Meita Jayantini, Ni Ketut Ping Purnama

Sari, Ni Putu Meiling Utami

persepsi Gen Z terhadap pinjaman online dapat dijelaskan oleh kombinasi tiga variabel independen yang diteliti. Temuan ini memberikan landasan penting bagi pengembangan strategi edukasi finansial dan kebijakan perlindungan konsumen yang lebih efektif di era digital.

Pembahasan

Literasi Keuangan sebagai Faktor Dominan dalam Persepsi Gen Z terhadap Pinjaman Online

Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh paling besar terhadap persepsi Generasi Z terhadap layanan pinjaman online berbasis fintech. Hal ini tercermin dari nilai koefisien regresi tertinggi ($\beta = 0,348$) dan tingkat signifikansi yang memenuhi syarat ($\text{Sig.} < 0,05$), menandakan bahwa pemahaman finansial individu berperan krusial dalam membentuk sikap dan keputusan mereka terhadap penggunaan layanan pinjaman digital. Secara teoritis, temuan ini sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), yang menyatakan bahwa keyakinan perilaku (*behavioral beliefs*)—dalam hal ini literasi keuangan—mempengaruhi sikap dan niat individu dalam mengambil keputusan finansial. Literasi keuangan membentuk kerangka berpikir yang lebih rasional, memungkinkan individu untuk menilai manfaat dan risiko secara lebih objektif sebelum melakukan tindakan.

Selain itu, *Financial Literacy Framework* yang dikembangkan oleh OECD (2005) menegaskan bahwa literasi keuangan mencakup kemampuan memahami konsep bunga, tenor, risiko utang, dan implikasi jangka panjang dari keputusan finansial. Dalam konteks pinjaman online, pemahaman ini menjadi fondasi penting bagi Gen Z untuk menghindari jebakan utang yang impulsif dan tidak terkontrol. Penelitian terdahulu turut memperkuat temuan ini. Faradila & Rafik (2023) menyatakan bahwa literasi keuangan perseptual berpengaruh positif terhadap perilaku keuangan dan persepsi terhadap pinjaman online. Sementara itu, Clarissa (2023) menemukan bahwa literasi keuangan memang berpengaruh terhadap keputusan pembelian berbasis fintech, namun efeknya bisa negatif jika tidak diimbangi dengan kontrol diri yang memadai. Secara interpretatif, Generasi Z yang memiliki pemahaman yang baik tentang konsep keuangan cenderung lebih kritis dan berhati-hati dalam menilai layanan pinjaman online. Mereka mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan, serta memahami risiko gagal bayar, bunga tersembunyi, dan konsekuensi jangka panjang dari keputusan finansial yang diambil. Literasi keuangan bukan hanya menjadi alat proteksi, tetapi juga menjadi penentu arah perilaku finansial yang lebih sehat dan bertanggung jawab di era digital.

Kepercayaan terhadap Fintech sebagai Penentu Keputusan Finansial Gen Z

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap fintech memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan finansial Generasi Z, dengan nilai koefisien regresi sebesar $\beta = 0,311$ dan nilai t yang memenuhi syarat signifikansi. Temuan ini menegaskan bahwa kepercayaan bukan sekadar faktor pendukung, melainkan elemen inti dalam proses pengambilan keputusan finansial berbasis teknologi. Secara teoritis, temuan ini sejalan dengan *Technology Acceptance Model* (Davis, 1989), yang menyatakan bahwa kepercayaan merupakan ekstensi dari persepsi terhadap kemanfaatan (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Ketika pengguna merasa bahwa suatu teknologi bermanfaat dan mudah digunakan, kepercayaan terhadap sistem tersebut akan meningkat, sehingga mendorong niat untuk mengadopsinya. Selain itu, *Trust Theory* yang dikembangkan oleh McKnight et al. (2002) menjelaskan bahwa kepercayaan terhadap sistem digital dipengaruhi oleh persepsi terhadap keamanan data, transparansi proses, dan reputasi penyedia layanan.

Dalam konteks fintech, hal ini mencakup keyakinan terhadap perlindungan data pribadi, kepatuhan terhadap regulasi OJK, serta pengalaman pengguna yang positif. Penelitian terdahulu turut memperkuat relevansi temuan ini. Judijanto et al. (2024) menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen berperan sebagai mediator penting dalam adopsi layanan keuangan digital. Sementara itu, Rohmawati & Rosyada (2024) menyoroti bahwa kepercayaan terhadap fintech syariah dipengaruhi oleh transparansi dan pengalaman pengguna, yang secara langsung berdampak pada keputusan penggunaan layanan. Secara interpretatif, Generasi Z cenderung menggunakan layanan pinjaman online apabila mereka merasa aman secara data, memiliki keyakinan terhadap regulasi yang mengatur fintech, dan pernah mengalami interaksi positif dengan platform tersebut. Kepercayaan menjadi fondasi psikologis yang membentuk rasa aman dan kenyamanan dalam bertransaksi, sekaligus menjadi penentu utama dalam keputusan finansial yang berbasis teknologi. Oleh karena itu, membangun dan menjaga kepercayaan pengguna merupakan strategi krusial bagi penyedia layanan fintech dalam menghadapi pasar yang semakin kompetitif dan dinamis.

Gaya Hidup Konsumtif sebagai Faktor Pendukung yang Relatif Lebih Rendah

Dalam analisis regresi yang dilakukan, gaya hidup konsumtif menunjukkan kontribusi signifikan terhadap persepsi Generasi Z terhadap layanan pinjaman online, dengan nilai koefisien regresi sebesar $\beta = 0,222$. Meskipun nilai t yang diperoleh menunjukkan signifikansi statistik, besarnya pengaruh variabel ini tercatat paling rendah dibandingkan dengan literasi keuangan dan kepercayaan terhadap fintech. Secara teoritis, temuan ini sejalan dengan *Consumer Behavior*

Theory yang dikemukakan oleh Kotler & Keller (2016), yang menyatakan bahwa gaya hidup merupakan determinan penting dalam membentuk preferensi konsumsi dan keputusan pembelian, termasuk dalam hal penggunaan kredit instan. Dalam konteks digital, gaya hidup konsumtif tercermin dari kecenderungan Gen Z untuk memenuhi kebutuhan secara cepat dan praktis melalui layanan pinjaman online.

Lebih lanjut, *Hedonic Consumption Theory* menjelaskan bahwa individu yang terpapar media sosial dan tren digital cenderung terdorong oleh kepuasan instan dan perilaku konsumtif yang bersifat impulsif. Gen Z, sebagai generasi yang sangat terhubung dengan dunia digital, sering kali terpengaruh oleh konten gaya hidup yang mendorong pembelian berbasis keinginan, bukan kebutuhan. Penelitian terdahulu turut mendukung temuan ini. Setiyaningsih et al. (2024) menemukan bahwa gaya hidup berpengaruh positif terhadap niat melakukan pinjaman online, terutama di kalangan mahasiswa dengan preferensi belanja digital yang tinggi. Sementara itu, Sihombing et al. (2019) menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi cicilan online berdampak langsung pada peningkatan gaya hidup konsumtif mahasiswa di Yogyakarta. Secara interpretatif, meskipun gaya hidup konsumtif mendorong penggunaan pinjaman online, pengaruhnya tetap berada di bawah literasi keuangan dan kepercayaan terhadap fintech. Gen Z yang memiliki gaya hidup konsumtif cenderung menggunakan layanan pinjaman untuk memenuhi keinginan instan, seperti belanja daring atau mengikuti tren digital. Namun, efek negatif dari gaya hidup ini dapat ditekan apabila individu memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi, sehingga mampu menilai secara kritis antara kebutuhan dan keinginan serta memahami risiko finansial yang mungkin timbul.

Kelayakan Model Regresi dalam Menjelaskan Persepsi Gen Z terhadap Pinjaman Online

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa model yang digunakan memiliki tingkat kelayakan yang cukup baik, dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 47,2%. Artinya, hampir separuh (47,2%) dari variasi persepsi Generasi Z terhadap penggunaan layanan pinjaman online dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen yang dimasukkan dalam model, seperti literasi keuangan, kepercayaan terhadap fintech, dan gaya hidup konsumtif. Namun demikian, masih terdapat 52,8% variasi yang tidak dijelaskan oleh model, yang mengindikasikan adanya faktor-faktor lain yang turut memengaruhi persepsi dan perilaku Gen Z dalam menggunakan layanan pinjaman online. Faktor-faktor tersebut dapat mencakup pengaruh sosial dari lingkungan sekitar, pengalaman pribadi terkait penggunaan teknologi finansial, serta regulasi dan kebijakan yang berlaku dalam ekosistem fintech. Secara teoritis, temuan ini dapat dijelaskan melalui *Behavioral Finance Theory*,

yang menyatakan bahwa keputusan finansial individu tidak semata-mata didasarkan pada pertimbangan rasional, melainkan juga dipengaruhi oleh emosi, bias kognitif, dan faktor eksternal seperti tekanan sosial atau informasi yang tersedia. Dalam konteks Gen Z, keputusan untuk menggunakan pinjaman online sering kali melibatkan pertimbangan emosional dan impulsif, terutama ketika dikaitkan dengan gaya hidup konsumtif dan ekspektasi sosial. Selain itu, *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)* turut memperkuat pemahaman terhadap dinamika adopsi teknologi finansial. Teori ini menekankan bahwa kepercayaan terhadap teknologi, ekspektasi kinerja, dan pengaruh sosial merupakan determinan utama dalam proses penerimaan dan penggunaan teknologi baru, termasuk layanan pinjaman online. Dalam hal ini, persepsi Gen Z terhadap pinjol tidak hanya dipengaruhi oleh pengetahuan finansial, tetapi juga oleh seberapa besar mereka percaya bahwa teknologi tersebut dapat memenuhi kebutuhan mereka secara efisien dan aman, serta bagaimana lingkungan sosial mereka memandang penggunaan layanan tersebut. Dengan demikian, meskipun model regresi yang digunakan telah memberikan gambaran yang cukup kuat mengenai faktor-faktor utama yang memengaruhi persepsi Gen Z terhadap pinjaman online, hasil ini juga membuka ruang untuk eksplorasi lebih lanjut terhadap variabel-variabel eksternal yang belum terakomodasi dalam model. Pendekatan multidisipliner yang menggabungkan aspek psikologis, sosial, dan teknologi akan sangat relevan untuk memperkaya pemahaman dan merancang intervensi yang lebih efektif dalam meningkatkan literasi dan perilaku finansial yang sehat di kalangan generasi muda.

SIMPULAN

Hasil penelitian ini menegaskan bahwa literasi keuangan berperan sebagai faktor protektif utama dalam membentuk persepsi yang sehat terhadap penggunaan layanan pinjaman online di kalangan Generasi Z. Individu dengan tingkat literasi yang tinggi cenderung memiliki kemampuan untuk menilai risiko, memahami konsekuensi finansial, dan membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Literasi keuangan tidak hanya berfungsi sebagai pengetahuan teknis, tetapi juga sebagai fondasi kognitif yang membentengi individu dari keputusan impulsif yang dapat merugikan secara jangka panjang. Di sisi lain, kepercayaan terhadap fintech berperan sebagai jembatan psikologis yang menghubungkan teknologi dengan keputusan finansial. Dalam konteks digital, kepercayaan menjadi elemen krusial yang menentukan apakah seseorang bersedia mengadopsi layanan keuangan berbasis teknologi. Ketika Gen Z merasa yakin terhadap keamanan, transparansi, dan kredibilitas platform fintech, mereka lebih terbuka untuk menggunakan layanan

tersebut sebagai bagian dari strategi finansial mereka. Sementara itu, gaya hidup konsumtif muncul sebagai faktor pemicu yang bersifat dinamis. Pengaruhnya terhadap penggunaan pinjaman online dapat diperkuat atau dilemahkan tergantung pada tingkat literasi keuangan dan kontrol diri individu. Gen Z yang memiliki gaya hidup konsumtif cenderung terdorong oleh kepuasan instan dan tren digital, namun dampak negatif dari pola konsumsi ini dapat diminimalkan apabila mereka memiliki pemahaman finansial yang memadai dan mampu mengelola dorongan emosional secara bijak. Secara metodologis, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan kelayakan yang kuat, dengan kemampuan menjelaskan hampir separuh variasi persepsi Gen Z terhadap pinjaman online. Pendekatan kuantitatif ini terbukti efektif dalam mengungkap hubungan antar variabel secara empiris, sekaligus membuka ruang bagi eksplorasi lebih lanjut terhadap faktor-faktor eksternal seperti pengaruh sosial, pengalaman pribadi, dan regulasi yang belum terakomodasi dalam model. Dengan demikian, temuan ini memberikan landasan yang kokoh bagi pengembangan strategi edukasi finansial dan kebijakan teknologi yang lebih inklusif dan berorientasi pada perlindungan konsumen muda. Pendekatan interdisipliner yang menggabungkan aspek literasi, psikologi kepercayaan, dan gaya hidup akan menjadi kunci dalam membentuk perilaku finansial yang sehat dan berkelanjutan di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Ainiyah, F., & Yuliana, I. (2022). Pengaruh penggunaan fintech dan literasi keuangan terhadap inklusi keuangan. *Jurnal Masharif Al-Syariah*, 7(3), 1–15.
- Apriliani, P. A., & Yudiaatmaja, F. (2023). Pengaruh literasi keuangan dan financial technology terhadap inklusi keuangan mahasiswa. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(1), 1–15.
- Budiandriani, M., Arifuddin, M., & Hamzah, F. F. (2025). Pengaruh fintech, literasi keuangan, dan inklusi keuangan terhadap keberlangsungan usaha kecil. *YUME: Journal of Management*, 8(2), 1170–1178.
- Dekrita, Y. A., & Goo, E. E. K. (2024). *Manajemen Keuangan Perusahaan: Teori & Praktik*. Eureka Media Aksara.
- Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2018). *Principles of managerial finance* (15th ed.). Pearson Education.
- Hasnanafisa, D. (2021). Pengaruh fintech dalam meningkatkan literasi keuangan (Studi pada generasi milenial saat pandemi). *Skripsi*, Universitas Islam Sultan Agung.
- Herdinata, C. (2020). *Literasi Keuangan Berbasis Fintech bagi UMKM*. Universitas Ciputra Press.
- Jirwanto, H., Aqsa, M. A., & Agusven, T. (2023). *Manajemen Keuangan*. Azka Pustaka.

- Kamas, K. (2021). *Manajemen Dana Bank*. Deepublish.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2017). *Financial literacy and financial decision-making in older adults*. Oxford University Press.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2019). *Seri Literasi Keuangan Perguruan Tinggi*. OJK.
- Riadloh, B., & Nasution, I. H. (2023). Pengaruh fintech, intellectual capital, dan literasi keuangan terhadap kinerja keuangan perbankan. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(7), 1–15.
- Rahmadhani, S. N. (2025). *Literasi Keuangan Digital: Strategi dan Tantangan di Era Ekonomi Digital*. Eureka Media Aksara.
- Sarinah, & Mardalena. (2021). *Pengantar Manajemen*. Deepublish.
- Sugeng, B. (2020). *Manajemen Keuangan Fundamental*. Deepublish.
- Arifuddin, A., Nurnaluri, S., & Intani, F. (2023). Pengaruh literasi keuangan dan financial technology terhadap kinerja keuangan UMKM. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 8(1), 1–10.