



BAB I

PENDAHULUAN

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

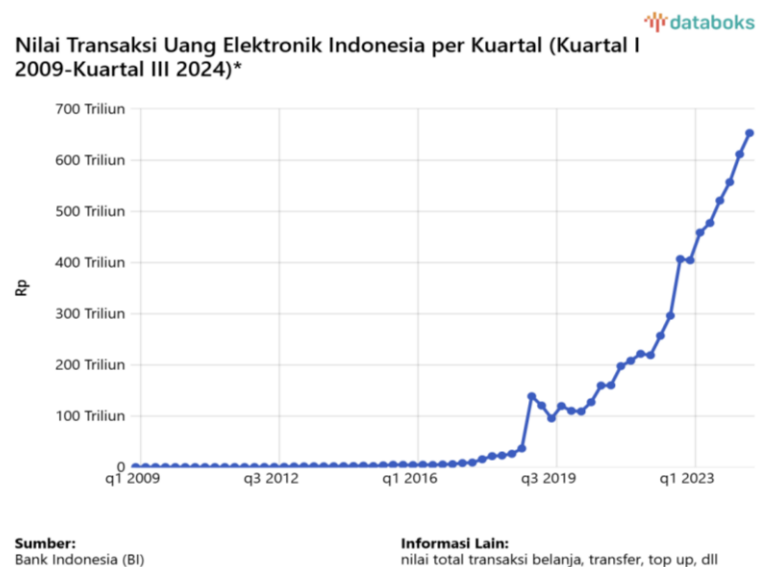
Seiring dengan laju perkembangan teknologi digital sangat pesat, Indonesia mengalami transformasi besar dalam sistem pembayaran seiring dengan masifnya digitalisasi sektor *financial technology (fintech)*. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), sektor *fintech* atau teknologi keuangan pada umumnya menyediakan sistem pembayaran digital, layanan pembiayaan mikro, layanan peminjaman uang secara daring, serta beragam jasa keuangan lainnya yang memanfaatkan teknologi digital. Laporan dari S&P *Global Market Intelligence* (2021) bertajuk “*Southeast Asia E-Money Market Report Shows Tech Firms Disrupting Banks*” menunjukkan Indonesia melampaui Thailand sebagai pasar uang elektronik (*e-money*) terbesar dengan nilai transaksi mencapai \$10 miliar ini berarti 72% masyarakat Indonesia lebih memilih pembayaran dari teknologi keuangan ketimbang bank. Nilai transaksi tersebut terdongkrak sebab penggunaan layanan teknologi keuangan untuk transaksi *e-commerce* hingga pembelian *game*. Masyarakat dengan kemajuan dan perubahan tersebut secara tidak langsung dituntut untuk dapat mengimbangi kebiasaan baru dengan melakukan transaksi secara daring untuk memenuhi kebutuhan mereka (Banowati dkk. 2024).

Perubahan ini tidak hanya mencerminkan perkembangan teknologi, tetapi juga menggambarkan pergeseran budaya keuangan masyarakat dari sistem tunai menuju sistem non-tunai atau *cashless society* (Marlina, 2020). Kemudahan dalam melakukan transaksi pada era saat ini semakin meningkat seiring dengan hadirnya berbagai metode pembayaran yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan pengguna,

seperti dompet digital (*e-wallet*), *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS), *Virtual Account* (VA), dan lainnya (Sherlita, 2025). Fenomena ini tercermin dari pertumbuhan signifikan dalam nilai transaksi uang elektronik di Indonesia, yang menunjukkan peningkatan adopsi dan kepercayaan masyarakat terhadap sistem pembayaran digital (Bank Indonesia, 2024).

Menurut Bank Indonesia (2024), nilai transaksi uang elektronik di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang sangat pesat. Pada kuartal I tahun 2009, total transaksi uang elektronik mencapai sekitar Rp74,82 miliar. Jumlah ini meningkat secara signifikan menjadi sekitar Rp1 triliun pada kuartal I tahun 2013, kemudian melejit hingga lebih dari Rp10 triliun di kuartal IV tahun 2017. Laju pertumbuhan ini terus berlanjut, dengan nilai transaksi menembus Rp100 triliun pada kuartal I tahun 2019. Sejak terjadi pandemi COVID-19 pada kuartal I tahun 2020, penggunaan uang elektronik semakin meluas yang tercermin dari lonjakan nilai transaksi hingga mencapai rekor tertinggi sekitar Rp652 triliun pada kuartal III tahun 2024 seperti pada Gambar 1.1.

Katadata *Insight Center* (2024) memperkirakan ketergantungan masyarakat Indonesia terhadap metode pembayaran non-tunai akan terus meningkat pada tahun-tahun selanjutnya. Peningkatan yang akan terjadi tersebut disebabkan oleh perubahan mendasar dalam perilaku keuangan masyarakat yang ditandai oleh pergeseran budaya keuangan mulai dari kebiasaan tradisional menuju kebiasaan konsumsi yang terkoneksi secara daring. Perubahan ini mengubah cara individu dalam melakukan transaksi, sehingga dapat memengaruhi strategi pengelolaan keuangan pribadi untuk menabung dan investasi (Ramadanti dkk., 2021).

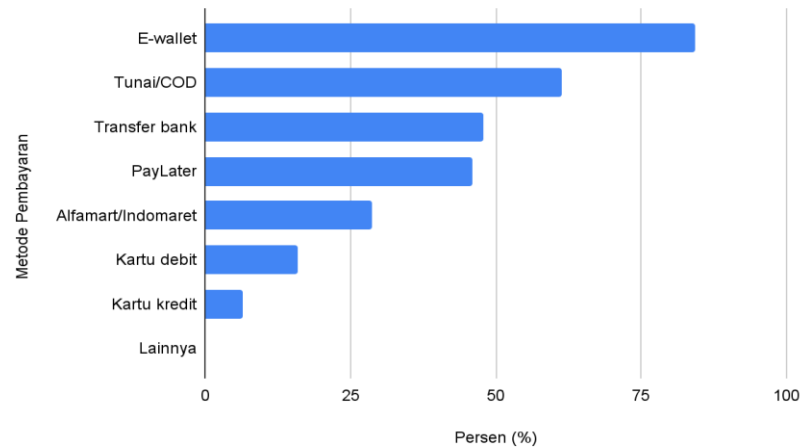


Gambar 1. 1 Nilai Transaksi Uang Elektronik Indonesia Tahun 2019-2024

Sumber: Databoks, Katadata *Insight Center* (2024)

Kemudahan bertransaksi secara digital tanpa keterlibatan langsung dengan uang kartal cenderung melemahkan pengendalian diri dalam pengeluaran. Peralihan budaya konsumsi semakin dominan seiring hadirnya metode pembayaran paling instan dan memiliki fitur lengkap yang dapat diandalkan. Hal ini dapat tercermin dari meningkatnya preferensi masyarakat terhadap sistem pembayaran digital yang menawarkan kemudahan akses, kecepatan proses layanan, dan keamanan dalam bertransaksi (Fitroti, 2025).

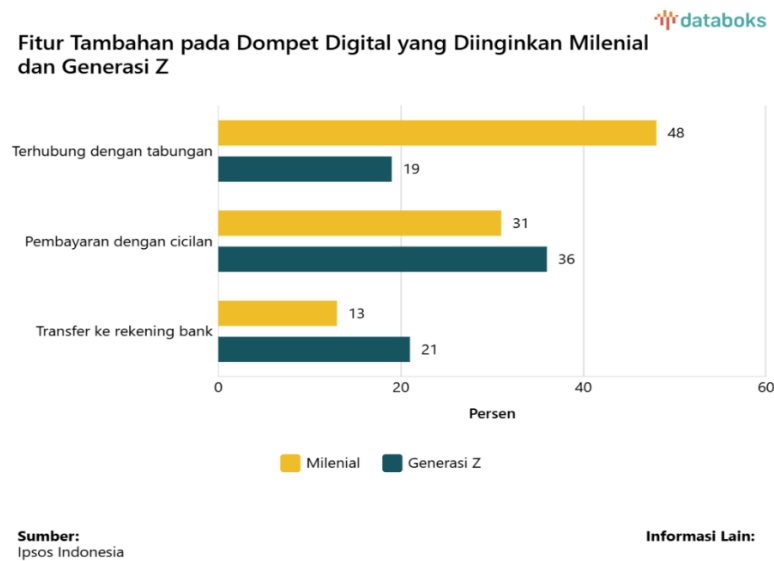
Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Katadata *Insight Center* (2023) seperti pada Gambar 1.2 menunjukkan dompet digital (*e-wallet*) adalah metode pembayaran andalan bagi masyarakat di Indonesia dibandingkan metode lainnya. Adapun beberapa aplikasi dompet digital yang terkenal di kalangan masyarakat Indonesia, terutama OVO, GoPay, Dana, ShopeePay dan LinkAja. (Saputri, 2020).



Gambar 1. 2 Metode Pembayaran yang Paling Banyak Digunakan di Indonesia

Sumber: Databoks, Katadata *Insight Center* (2023)

Hal ini sejalan dengan riset terhadap 1.300 responden dari 7 (tujuh) daerah regional di Indonesia yang dilakukan oleh *Insight Asia* dengan tema “*Consistency That's Leads: 2023 E-Wallet Industry Outlook*”. Riset tersebut menjelaskan bahwa *e-wallet* saat ini menjadi pilihan utama masyarakat Indonesia dibandingkan metode pembayaran lainnya. Selanjutnya, *Insight Asia* (2022) juga menyebutkan bahwa terdapat 61% masyarakat Indonesia menggunakan 2-3 platform *e-wallet* secara bersamaan yang mendukung faktor keamanan, kemudahan, kenyamanan, bebas limit, dan dapat digunakan sehari-hari. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna tidak hanya memanfaatkan fungsi praktis hanya dalam satu platform *e-wallet*, melainkan turut membandingkan keuntungan pada beberapa platform *e-wallet* lainnya yang menyediakan inovasi dan pengembangan fitur lebih relevan sesuai dengan kebutuhan sehari-hari mereka.



Gambar 1. 3 Fitur Tambahan Dompot Digital Diinginkan Milenial & Gen Z

Sumber: Databoks, *Katadata Insight Center* (2020)

Adapun beberapa pengguna membutuhkan inovasi dan pengembangan fitur tambahan dalam platform *e-wallet* mereka, misalnya dari kalangan Milenial dan Generasi Z seperti pada Gambar 1.3. *Katadata Insight Center* (2020) menunjukkan bahwa sebagian besar kalangan Milenial mengharapkan *e-wallet* terhubung dengan fitur tabungan (48%), sedangkan Generasi Z justru lebih mengutamakan *e-wallet* terhubung dengan fitur pembayaran cicilan (36%). Hasil survei membuktikan justru fitur tabungan yang diminati kalangan Milenial hanya dipilih 19% dari kalangan Generasi Z. Hal ini menunjukkan bahwa minat dalam perilaku menabung pada kalangan Generasi Z masih sedikit sebab lemahnya pengendalian diri dalam mengatur keuangan jangka panjang.

Sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Sudaryanto (2022), Panasea dkk. (2022), dan Tewu dkk. (2022), faktor tawaran diskon dan promo menarik menjadi alasan kuat mengapa pengguna dari kalangan Generasi Z berperilaku impulsif saat

berbelanja dengan memanfaatkan metode pembayaran cicilan yang disediakan pada platform *e-wallet*. Hal ini tentunya menurunkan urgensi untuk menabung sebab lebih mendorong konsumsi sesaat, sedangkan perilaku menabung memiliki peran sangat penting dalam menjaga keuangan individu tetap stabil.

Penelitian ini membahas variabel yang terlibat yaitu *saving behavior* atau dalam Bahasa Indonesia dikenal sebagai perilaku menabung. Anastasya & Pamungkas (2023) menyebutkan perilaku menabung merupakan keputusan berdasarkan niat karena berpandangan ke masa depan, misalnya pengeluaran tak terduga, menyisihkan pendapatan sebelum digunakan untuk konsumsi, membuat perkiraan kebutuhan masa depan, menghindari pengeluaran untuk hal-hal yang tidak penting, dan menabung secara teratur. Menabung tidak hanya menjadi urgensi dalam merencanakan keuangan jangka panjang, tetapi juga menjadi indikator kematangan keuangan seseorang (Charista dkk., 2022). Perencanaan keuangan jangka panjang merupakan proses individu dalam mengatur pemasukan, pengeluaran, dan tabungan untuk mencapai tujuan keuangan yang dituju untuk masa depan. Menabung merupakan keputusan yang mendasari setiap strategi keuangan yang berkelanjutan (Widyaningrum dkk., 2024). Menabung secara rutin dapat mempermudah dalam mengatur keuangan yang akan digunakan untuk kebutuhan jangka panjang. Prinsip “*pay yourself first*” adalah prinsip memisahkan sedikit uang untuk tabungan sebelum membelanjakan. Prinsip ini merupakan kunci dalam menciptakan kestabilan keuangan jangka panjang (Dahal, 2024).

Merujuk pada penelitian terdahulu oleh Nazhifah (2025) juga menjelaskan bahwa faktor rendahnya minat menabung disebabkan oleh ketergantungan terhadap

penggunaan *e-wallet*. Hal ini dapat terjadi karena pengguna cenderung merasa "tidak mengeluarkan uang" secara nyata. Didukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Prawitasari, 2023) dan Pohan (2024) menyebutkan bahwa ketergantungan terhadap penggunaan *e-wallet* menciptakan peluang sekaligus tantangan pada perilaku menabung Generasi Z, di mana kemudahan transaksi digital dan kelengkapan fitur tercakup dalam satu platform *e-wallet* dapat melemahkan pengendalian diri. Selain itu, kegagalan mengendalikan diri individu pada keinginan sesaat memicu terjadinya perilaku konsumsi secara impulsif yang berakibat pada rendahnya minat menabung pada kalangan Generasi Z.

Pengendalian diri (*self-control*) dalam kaitannya dengan *saving behavior* menjadi faktor psikologis yang utama dalam mengambil keputusan keuangan. Pengendalian diri merupakan kemampuan individu untuk mengendalikan dorongan emosional dan tindakan dengan mempertimbangkan norma sosial serta konsekuensi jangka panjang (Dewi dkk., 2025). Individu dengan pengendalian diri yang tinggi cenderung mampu membatasi perilaku konsumtif berlebih dan mempertimbangkan keputusan keuangan untuk jangka panjang. Sementara itu, individu dengan pengendalian diri yang rendah lebih rentan terhadap pengaruh promosi dan kemudahan transaksi digital sehingga terbentuk gaya hidup konsumerisme yang dapat menjadi masalah keuangan di masa depan (Sahabuddin, 2025). Individu dengan tingkat pengendalian diri yang rendah memerlukan literasi keuangan yang tinggi untuk dapat melatih kebiasaan menabung (Dahal, 2024).

Literasi keuangan (*financial literacy*) dalam kaitannya dengan *saving behavior* merupakan faktor edukasi yang memengaruhi sikap keuangan. Literasi

keuangan adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan, yang memengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan atau dalam arti lain mempelajari bagaimana individu mengambil keputusan keuangan (Ramadhan dkk, 2022). Merujuk pada penelitian terdahulu oleh Aulia (2023) mengungkapkan bahwa 97% perilaku konsumsi impulsif dipengaruhi oleh kualitas literasi keuangan individu. Kurangnya literasi keuangan yang dimiliki oleh pengguna *e-wallet* dapat menjadi salah satu penyebab tindakan impulsif saat melakukan aktivitas berbelanja. Hal ini terbukti melalui laporan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) oleh Otoritas Jasa Keuangan tahun pada tahun 2024 yang melibatkan 10.800 orang dari 120 kabupaten/kota di 34 provinsi Indonesia yang menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan Indonesia sebesar 65,43% artinya meningkat dari 49,68% pada tahun 2022 seperti pada Gambar 1.4.



Gambar 1. 4 Hasil SNLIK Tahun 2024

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (2024)

Otoritas Jasa Keuangan tahun (2024) juga mencatat pada tahun 2023 terdapat gap sebesar 9,59% antara indeks literasi keuangan dan indeks inklusi keuangan. Nilai indeks inklusi keuangan tercatat lebih tinggi dibandingkan dengan indeks literasi keuangan. Hal ini menunjukkan 9,59% dari masyarakat Indonesia yang menggunakan produk atau layanan jasa keuangan dalam satu tahun terakhir masih belum memiliki literasi keuangan yang baik.

Merujuk pada penelitian yang dilakukan oleh Banowati dkk. (2024), Anastasya & Pamungkas (2023) dan Rifnuputri dkk. (2024) menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku menabung, hal ini menekankan tujuan pentingnya pendidikan keuangan untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang konsep-konsep dasar keuangan agar dapat mengambil keputusan keuangan yang lebih bijak. Pendidikan pengetahuan keuangan juga memiliki urgensi dengan berperan dalam membentuk sikap dan kebiasaan individu terhadap pengelolaan keuangan yang baik (Putri & Andayani, 2024).

Sikap keuangan (*financial attitude*) adalah bagaimana cara individu bertindak dan mengambil keputusan terkait dengan keuangan, hal ini mencakup pandangan dan pengetahuan individu terhadap pengelolaan keuangan. Sikap keuangan diukur melalui aspek-aspek seperti pengendalian pengeluaran bulanan, penetapan tujuan keuangan masa depan, kebiasaan menabung setiap bulan, strategi pengelolaan uang, dan implementasi rencana pengeluaran bulanan (Yulianto dkk., 2024).

Beberapa penelitian sebelumnya tentang perilaku menabung menunjukkan adanya ketidakkonsistenan seperti yang terlihat dalam perbedaan antara temuan

penelitian atau celah penelitian. Perbedaan ini dapat diamati dalam hasil penelitian oleh Perangin-angin dkk. (2022) yang menyatakan bahwa sikap keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku menabung. Sementara itu, penelitian oleh Rochmawati (2020) memberikan hasil bertentangan, menunjukkan bahwa sikap keuangan tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku menabung apabila tidak diimbangi dengan pengendalian diri yang baik. Hal ini menunjukkan bahwa individu yang dapat memiliki sikap keuangan yang baik belum tentu dapat menabung dengan bijak jika tidak dilandasi dengan pengendalian diri yang baik juga.

Berdasarkan penelitian sebelumnya masih terdapat celah penelitian berupa pendapat bertentangan dan belum terjawab. Sebagian besar penelitian terdahulu hanya menitikberatkan pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku menabung tanpa melibatkan faktor psikologis seperti sikap keuangan dan pengendalian diri sedangkan aspek tersebut erat kaitannya dengan perilaku konsumtif (Dahal, 2024). Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk dikaji agar dapat memahami faktor yang memengaruhi perilaku menabung, termasuk literasi keuangan, sikap keuangan dan pengendalian diri.

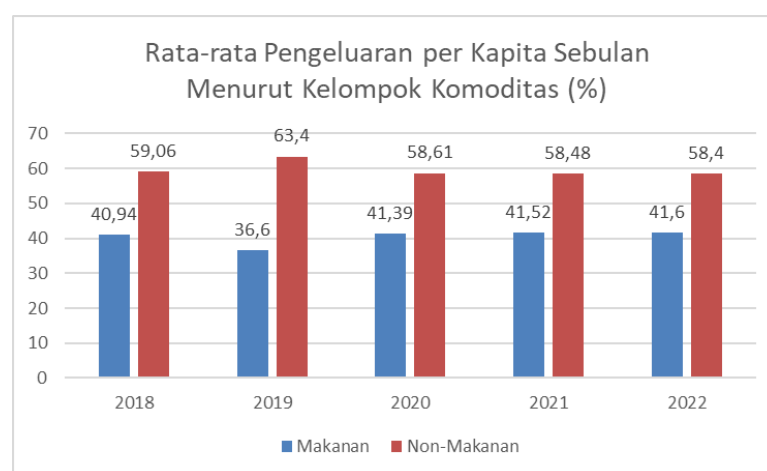
Penelitian ini berusaha menjawab bagaimana kontribusi wawasan dan ilmu pengetahuan, serta dorongan emosional dapat memengaruhi bagaimana cara individu mengambil tindakan untuk keputusan jangka panjang misalnya menabung. Penelitian ini menyoroti bagaimana peran krusial pengetahuan keuangan dalam melandasi sikap keuangan untuk membentuk kebiasaan perilaku menabung,

diimbangi dengan faktor psikologis seperti pengendalian diri sebagai upaya pertimbangan sebelum mengambil keputusan keuangan.

Keterbaruan pada penelitian ini terletak pada teori yang digunakan yaitu *Life Cycle Hypothesis* (LCH). Suatu teori yang menjelaskan perilaku konsumsi dan tabungan rumah tangga secara realistis dengan mempertimbangkan siklus hidup individu dari masa muda, masa produktif hingga masa pensiun (Modigliani & Ando, 1957). Teori ini menjelaskan bahwa individu tidak hanya merencanakan konsumsi dengan mempertimbangkan pendapatan yang ada saat ini, melainkan juga pendapatan pada setiap siklus hidup serta kekayaan yang telah diperoleh. LCH menegaskan bahwa keputusan perilaku menabung bukan hanya dipengaruhi oleh pendapatan, melainkan strategi mengatur keuangan dengan berpandangan jauh ke depan secara rasional dan mengontrol konsumsi seumur hidupnya (Hutajulu, 2024).

Penelitian ini juga mengaitkan *Theory of Planned Behavior* (TPB) menjelaskan bahwa perilaku individu terbentuk melalui tiga komponen utama, yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. TPB dalam penelitian ini digunakan untuk memahami bagaimana komponen tersebut dapat memengaruhi kemampuan mengendalikan keuangannya. Kontribusi keterkaitan antara teori LCH dan TPB dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan landasan teoritis yang lebih komprehensif dalam menjelaskan perilaku menabung, karena tidak hanya mempertimbangkan aspek rasional berdasarkan konsumsi dan pendapatan pada setiap siklus hidup, tetapi juga aspek psikologis dan sosial yang membentuk keputusan keuangan individu.

Konsumsi tidak terkendali mencerminkan lemahnya perencanaan keuangan jangka panjang yang dapat menghambat kemampuan individu dalam menabung. Menelusuri data Badan Pusat Statistika (BPS) Kota Surabaya pada tahun 2023, rata-rata pengeluaran per kapita sebulan menurut kelompok komoditas dalam persentase pada tahun 2018-2022 menunjukkan pengeluaran non-makanan mendominasi dibandingkan makanan seperti pada Gambar 1.5.



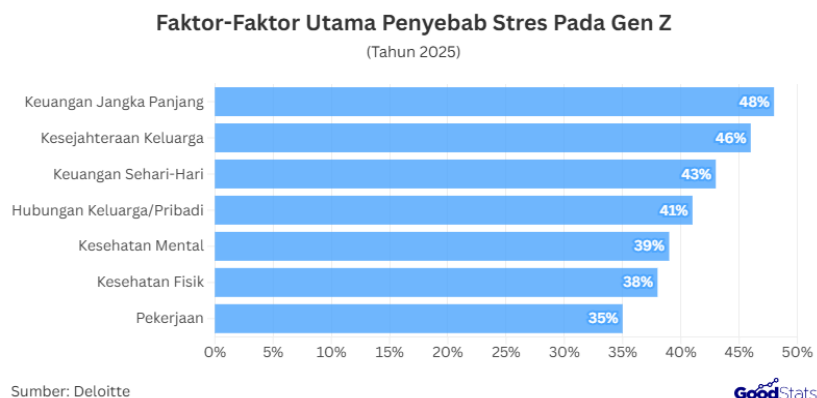
Gambar 1. 5 Rata-rata Pengeluaran per Kapita Sebulan Menurut Kelompok Komoditas (Persen) Tahun 2018-2022

Sumber: BPS Kota Surabaya (2023)

Berdasarkan yang ditunjukkan pada Gambar 1.5. menunjukkan bahwa pengeluaran masyarakat di Kota Surabaya per bulan untuk konsumsi non-makanan sebesar 58,4% atau setara dengan Rp1.149.824 lebih tinggi dibandingkan pengeluaran untuk makanan sebesar 41,6% atau setara dengan Rp819.124. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat di Kota Surabaya cenderung lebih dominan menggunakan pendapatan mereka untuk pengeluaran non-makanan seperti kewajiban pajak, kebutuhan non-pangan, ataupun keinginan semata (BPS Kota Surabaya, 2023).

Pengeluaran konsumsi yang bukan prioritas, seperti keinginan semata seringkali diperkuat oleh budaya *Fear of Missing Out* (FOMO), di mana kondisi individu merasa perlu segera memanfaatkan berbagai penawaran dan keuntungan agar tidak tertinggal oleh tren atau gaya hidup kekinian (Widiantari dkk., 2023). FOMO dapat berupa perasaan gelisah dan cemas yang dialami seseorang jika akan ditinggalkan sebuah mode yang sedang berlangsung dan banyak digunakan orang lain. Menurut studi dari Credit Karma (2018), sebanyak 39% dari Generasi Z rela berutang demi mengikuti tren yang sedang berjalan. Fenomena ini semakin diperkuat oleh platform *e-wallet* yang sengaja dirancang untuk menarik perhatian pengguna dengan menyediakan berbagai fitur metode pembayaran. Situasi tersebut menciptakan gelombang konsumsi impulsif yang menantang perilaku menabung di tengah kemudahan penggunaan *e-wallet*.

Kendati demikian, tidak sedikit dari kalangan Generasi Z sedang berada pada *quarter life crisis* yaitu kondisi dimana seseorang mulai masuk masa dewasa serta menghadapi tekanan akan kekhawatiran memikirkan pandangan di masa depan (Banowati dkk., 2024). Hal tersebut mendorong Generasi Z untuk mempersiapkan keuangan lebih matang dan terencana agar mampu menghadapi ketidakpastian masa depan, mengelola tekanan keuangan, serta mencapai kestabilan keuangan pribadi di tengah berbagai tantangan gaya hidup modern.



Gambar 1. 6 Keuangan Jangka Panjang Jadi Pemicu Utama Stres Gen Z

Sumber: Deloitte (2025)

Fenomena ini didukung oleh survei Deloitte pada tahun 2025 bertajuk “*Global 2025 Gen Z and Millennial Survey*” yang melibatkan 14.751 responden dari kalangan Gen Z dari 44 negara termasuk Indonesia yang menunjukkan bahwa kondisi keuangan jangka panjang menjadi kekhawatiran terbesar pada Generasi Z berkaitan karena erat kaitannya dengan pola kerja, gaya hidup, serta tekanan ekonomi global yang penuh ketidakpastian. Hal ini menunjukkan bahwa tidak sepenuhnya pengeluaran konsumsi non-konsumtif bagi Generasi Z sebab oleh keinginan sesaat, sedangkan beberapa dari generasi tersebut mendapatkan tekanan atas ketidakpastian ekonomi.

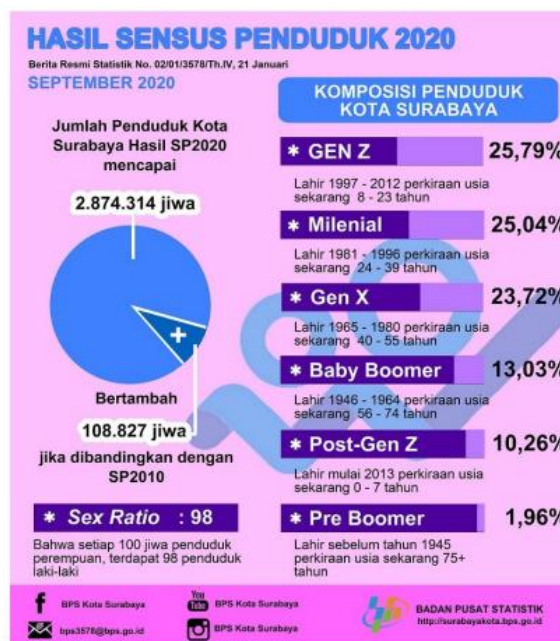
Penekanan objek penelitian pada Generasi Z di Kota Surabaya dipilih karena belum banyak penelitian secara khusus menyoroti Generasi Z di kota-kota besar. Dikutip dari laman Pemerintahan Kota Surabaya menyebutkan bahwa Kota Surabaya merupakan ibukota dari Provinsi Jawa Timur yang memiliki luas wilayah 326,8 km² dan menjadi kota metropolitan terbesar kedua di Indonesia setelah Kota

Jakarta. Sebagai ibukota Provinsi Jawa Timur, Kota Surabaya memiliki jumlah penduduk yang sangat besar.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2020) jumlah penduduk Kota Surabaya mencapai 2.874.324 jiwa. Jumlah penduduk yang besar dan tingkat mobilitas yang tinggi, mencerminkan kebutuhan terhadap kemudahan transaksi keuangan pun semakin meningkat. Kondisi ini mendorong masyarakat, terutama Generasi Z, untuk beradaptasi dengan kemajuan teknologi keuangan. Generasi Z atau yang dikenal sebagai *digital native* merupakan kelompok paling responsif terhadap perkembangan teknologi salah satunya teknologi keuangan (Widyaningrum dkk., 2024). Generasi Z dianggap sebagai generasi yang memiliki karakter adaptif sebab tumbuh di zaman modern serba cepat dan terhubung dengan media sosial dikelilingi dengan trend gaya hidup dan perkembangan teknologi terus pesat mengalami perubahan (Angelyna & Tannia, 2025). Kota Surabaya tak hanya dikenal menjadi pusat aktivitas ekonomi di Jawa Timur karena karakteristiknya sebagai kota metropolitan dengan penetrasi teknologi tinggi dan infrastruktur digital yang memadai, tetapi juga dapat merepresentasikan masyarakat yang cepat beradaptasi terhadap perkembangan digital.

Berdasarkan penjelasan tersebut, Surabaya menjadi lokasi yang relevan untuk meneliti bagaimana perkembangan teknologi keuangan memengaruhi pemahaman individu, cara pandang, dan pengendalian diri Generasi Z dalam dinamika perilaku menabung di era digital. Generasi Z di Kota Surabaya juga terpilih sebagai subjek penelitian sebab kalangan generasi ini merupakan komponen terbesar yang tersebar di Kota Surabaya. Didukung dari hasil sensus penduduk oleh

BPS Kota Surabaya pada tahun 2020 menunjukkan bahwa komposisi penduduk di Kota Surabaya yang mendominasi pada peringkat pertama yaitu Generasi Z, diikuti dengan kalangan Milenial. Data memperlihatkan penduduk Kota Surabaya sejumlah 25,79% didominasi oleh Generasi Z, diikuti oleh Milenial dengan persentase 25,04%.



Gambar 1. 7 Hasil Sensus Penduduk Kota Surabaya Tahun 2020

Sumber: BPS Kota Surabaya (2020)

Hal ini menunjukan Generasi Z di Kota Surabaya memiliki peran yang sangat signifikan dalam membentuk arah perilaku ekonomi dan pola konsumsi masyarakat perkotaan modern. Sebagai kelompok usia produktif yang aktif dalam teknologi, Generasi Z berpotensi besar menjadi penggerak utama transformasi perilaku keuangan di era digital, termasuk dalam penggunaan layanan keuangan seperti *e-wallet* (Widyaningrum dkk., 2024). Dominasi jumlah populasi Generasi Z tersebut mengindikasikan bahwa perubahan perilaku keuangan mereka akan

memberikan dampak yang signifikan terhadap dinamika ekonomi lokal di Kota Surabaya.

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan, peneliti melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh *Financial Literacy*, *Financial Attitude* dan *Self Control* terhadap *Saving Behavior* Pengguna *E-Wallet*”**. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif berlandaskan filsafat positivisme sebagai upaya memahami hubungan sebab-akibat antar variabel dalam konteks bagaimana literasi keuangan, sikap keuangan dan pengendalian diri memengaruhi perilaku menabung pengguna dompet digital di kalangan Generasi Z. Kontribusi penelitian ini terletak pada pendekatan multidimensi yang menggabungkan aspek edukasi, psikologis, dan perilaku keuangan yang menjadi faktor-faktor yang memengaruhi kebiasaan menabung di tengah masifnya penggunaan *e-wallet* pada Generasi Z di Kota Surabaya. Penelitian ini mengkaji bagaimana pandangan Generasi Z sebagai mayoritas kalangan penduduk yang mendominasi Kota Surabaya dalam menyikapi dilema mengelola keuangan seperti menyisihkan uang untuk menabung di tengah tren yang sedang berjalan. Kriteria yang menjadi subjek penelitian ini adalah penduduk Generasi Z berdomisili di Kota Surabaya dengan tahun kelahiran 1997-2012 dan pernah melakukan transaksi melalui metode pembayaran *e-wallet*, sehingga penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi secara empiris maupun teoritis. Peneliti tertarik melakukan penelitian untuk menjawab sejauh mana tingkat pemahaman mengenai urgensi perilaku menabung di kalangan Generasi Z pada era digital.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *financial literacy* berpengaruh terhadap *saving behavior* pengguna *e-wallet*?
2. Apakah *financial attitude* berpengaruh terhadap *saving behavior* pengguna *e-wallet*?
3. Apakah *self control* berpengaruh terhadap *saving behavior* pada pengguna *e-wallet*?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menguji dan menganalisis pengaruh *financial literacy* terhadap *saving behavior* pengguna *e-wallet*.
2. Menguji dan menganalisis pengaruh *financial attitude* terhadap *saving behavior* pengguna *e-wallet*.
3. Menguji dan menganalisis pengaruh *self control* terhadap *saving behavior* pengguna *e-wallet*.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini yang dibagi menjadi manfaat secara teoritis dan praktis, di antaranya sebagai berikut :

1.4.1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memperkuat teori Hipotesis Siklus Hidup (*Life Cycle Hypothesis* atau LCH) dan Teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behavior* atau TPB) dengan menunjukkan bagaimana individu merencanakan dan mengelola pendapatan sepanjang siklus kehidupan individu untuk tabungan dan konsumsi, selain itu teori tersebut dapat mendukung bukti empiris bahwa perilaku menabung merupakan hasil dari interaksi antara niat, sikap terhadap perilaku, norma subjektif, serta persepsi kontrol diri dalam mengelola keuangan.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan kerangka konseptual yang lebih komprehensif dengan menunjukkan bahwa perilaku menabung pengguna *e-wallet* di kalangan Generasi Z di Kota Surabaya bukan hanya didorong oleh hasil dari pertimbangan ekonomi jangka panjang (*Life Cycle Hypothesis* atau LCH), tetapi juga refleksi dari nilai, keyakinan, serta dorongan psikologis membentuk niat dan keputusan keuangan di era digital (*Theory of Planned Behavior* atau TPB).

1.4.2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam menambah ilmu pengetahuan dan wawasan, serta menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya khususnya mengenai pengaruh *financial literacy*,

financial attitude, dan self control terhadap saving behavior pengguna e-wallet pada Generasi Z di Kota Surabaya.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi lembaga keuangan dan penyedia layanan teknologi keuangan dengan memberikan wawasan dan pemahaman dalam merancang fitur-fitur yang dapat mendorong pengguna memulai kebiasaan menabung. Contohnya, dengan menghadirkan fitur pengingat untuk menabung, sistem pemotongan saldo otomatis, atau penerapan cara-cara yang dapat menumbuhkan kebiasaan keuangan yang baik.