

# Eksplorasi Transformasi Keuangan Digital Mahasiswa di Era *Cashless Society*

Puji Muniarty<sup>1\*</sup>, M Rimawan<sup>2</sup>, Ovriyadin<sup>3</sup>, M Syukur Dwiriansyah<sup>4</sup>

<sup>1,2,3</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima

<sup>4</sup>Universitas Muhammadiyah Kupang

<sup>1\*</sup>[puji.stiebima@gmail.com](mailto:puji.stiebima@gmail.com), <sup>2</sup>[rimawan111@gmail.com](mailto:rimawan111@gmail.com), <sup>3</sup>[yudi10.stiebima@gmail.com](mailto:yudi10.stiebima@gmail.com),  
<sup>4</sup>[riansyuk.msd@gmail.com](mailto:riansyuk.msd@gmail.com)

\*Corresponding Author

Submitted: 5 Maret 2026

Accepted: 25 April 2026

Published: 29 April 2026

## ABSTRACT

*This study examines the changes in digital finance among college students in the cashless society era, where the use of GrabFood and the online transaction platform OVO is increasing in daily activities. This study uses a qualitative method with a phenomenological approach through interviews with five students active in the odd-even semester of the 2025/2026 academic year who use digital financial services using GrabFood to pay via OVO more than 5 times, as well as Generation Z born between 1997 and 2012. The results show that digital finance makes transactions easier and faster, but also encourages increased consumption and more spontaneous shopping decisions due to easy access and numerous promotions. On the other hand, the use of this system also provides benefits in the form of neater, more transparent, and easier to monitor financial records. In general, the transformation of digital finance not only changes the way students transact, but also influences their mindset and consumption habits. Therefore, digital financial literacy is crucial for students to manage their finances more wisely amidst increasingly rapid technological developments.*

**Keywords:** *Cashless Society, Gen Z, Digital Financial Transformation*

## PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi digital telah memicu perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk pada sistem keuangan. Peralihan dari transaksi konvensional ke transaksi digital semakin meluas seiring dengan meningkatnya penggunaan internet, smartphone, serta beragam platform pembayaran digital. Kondisi ini mendorong munculnya konsep *cashless society*, yakni masyarakat yang semakin mengurangi penggunaan uang tunai dan beralih ke metode pembayaran non-tunai seperti dompet digital, mobile banking, dan pembayaran berbasis QR. Berbagai inovasi dari perkembangan teknologi masa kini tidak henti-hentinya berdiversifikasi dalam berbagai implementasi terutama disektor ekonomi. Hampir semua aktivitas di era terdigitalisasi yang serba cepat, akurat dan efisien. Menurut Muniarty et al., (2023) kemajuan ini tidak hanya melibatkan pemilik modal yang besar melainkan pelaku usaha dengan modal terbatas dapat memanfaatkan era ini sebagai peluang bisnis untuk menciptakan layanan jasa atau produk yang terintegrasi big data dengan biaya yang lebih murah, mudah dan efisien.

Di lingkungan mahasiswa, transformasi menuju keuangan digital merupakan fenomena yang layak untuk diteliti lebih lanjut. Sebagai kelompok yang cepat beradaptasi dengan perkembangan teknologi, mahasiswa cenderung mudah mengadopsi berbagai sistem pembayaran digital. Pemanfaatan aplikasi keuangan digital tidak hanya memberikan kemudahan dalam bertransaksi, tetapi juga turut memengaruhi perilaku keuangan, gaya hidup, serta cara mengelola keuangan pribadi. Meski demikian, kemudahan ini juga diiringi dengan sejumlah tantangan, seperti lemahnya pengendalian pengeluaran, terbatasnya literasi keuangan digital, serta meningkatnya risiko perilaku



konsumtif yang kurang terencana. Menurut Salsabila (2026) kemudahan akses terhadap berbagai platform digital memang mendukung aktivitas ekonomi, namun juga berpotensi mempengaruhi pengelolaan keuangan pribadi. Kemudahan bertransaksi sering kali mendorong perilaku konsumtif serta menurunkan kesadaran akan pentingnya perencanaan dan kebiasaan menabung secara bijak.

Data yang dirilis oleh Bank Indonesia mengindikasikan adanya akselerasi pesat dalam penggunaan uang elektronik di Indonesia. Nilai transaksi uang elektronik pada semester I 2025 mencapai Rp1,52 kuadriliun dan terus meningkat hingga menembus Rp3,02 kuadriliun pada periode Januari–November 2025. Bahkan, nilai transaksi bulanan pada November 2025 mencapai Rp318,06 triliun, mencerminkan pertumbuhan yang signifikan baik secara tahunan maupun bulanan. Fenomena ini menunjukkan semakin kuatnya pergeseran perilaku masyarakat menuju sistem pembayaran digital dan mendukung terbentuknya *cashless society* di Indonesia, (Bank Indonesia, 2025). Ekonomi keuangan digital Indonesia tumbuh pesat dan akan menjadi tulang punggung pertumbuhan ekonomi di masa depan. Selaras dengan Asta Cita, digitalisasi ditempatkan sebagai prioritas nasional untuk membangun perekonomian yang efisien dan inklusif, dengan teknologi yang memberdayakan menuju Indonesia Emas 2045. Pemanfaatan sistem pembayaran digital, salah satunya melalui QRIS, telah menjangkau hampir 60 juta pengguna menghadirkan kemudahan, efisiensi, dan kecepatan, Bank Indonesia (2025).

Transformasi keuangan digital pada mahasiswa tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga mencerminkan perubahan nilai, persepsi, dan kebiasaan dalam mengelola keuangan. Oleh karena itu, penting untuk mengeksplorasi bagaimana mahasiswa memaknai dan mengalami perubahan tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Pendekatan eksploratif menjadi relevan untuk menggali secara mendalam pengalaman, pemahaman, serta dinamika yang terjadi dalam proses transformasi tersebut. Menurut Fatimah & Fathihani (2023) dengan literasi keuangan digital yang baik, mahasiswa dapat memanfaatkan fintech secara optimal untuk memenuhi kebutuhan mereka dengan mencapai tujuan keuangan, dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia.

Kota Bima sebagai salah satu daerah di Nusa Tenggara Barat menunjukkan perkembangan yang signifikan seiring dengan pesatnya kemajuan teknologi dan digitalisasi ekonomi, Muniarty et al., (2023). Transformasi ini turut memengaruhi perilaku masyarakat, khususnya Generasi Z yang dikenal sebagai *digital native*, yang memiliki kecenderungan adaptif terhadap teknologi, konsumtif, serta responsif terhadap tren belanja daring, promosi digital, dan kemudahan sistem pembayaran. Seiring dengan meningkatnya aktivitas mahasiswa di dunia digital, mereka semakin familiar dengan berbagai aplikasi belanja daring seperti GrabFood yang terintegrasi dengan metode pembayaran digital menggunakan OVO. Kemudahan transaksi tanpa uang tunai ini membuat proses pembayaran menjadi lebih cepat, praktis, dan terhubung dengan berbagai layanan, mulai dari transportasi hingga konsumsi kuliner. Namun, berdasarkan hasil wawancara, kemudahan tersebut belum diiringi dengan kemampuan pengelolaan keuangan yang memadai. Mahasiswa cenderung menggunakan dompet digital hanya sebagai alat pembayaran tanpa melakukan pencatatan atau perencanaan keuangan, sehingga berpotensi mendorong perilaku konsumtif dan pengeluaran yang tidak terkontrol. Selain itu, berbagai promo seperti diskon dan cashback turut mempengaruhi keputusan pembelian yang sering kali tidak didasarkan pada kebutuhan. Di sisi lain, ketergantungan terhadap sistem digital juga masih menghadapi kendala, seperti keterbatasan infrastruktur berupa jaringan internet yang belum stabil serta belum meratanya penggunaan pembayaran digital di berbagai merchant dan tingginya biaya admin.

Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih banyak berfokus pada pendekatan kuantitatif, seperti mengukur tingkat penggunaan atau pengaruhnya terhadap keputusan konsumsi, sehingga belum mampu menggambarkan secara utuh pengalaman subjektif mahasiswa dalam memanfaatkan keuangan digital. Sementara itu, kajian yang secara khusus mengkaji transformasi keuangan digital mahasiswa dalam konteks *cashless society* melalui pendekatan kualitatif masih tergolong terbatas. Kondisi ini menjadikan penelitian ini penting untuk dilakukan, karena bertujuan mengeksplorasi secara mendalam bagaimana mahasiswa mengalami transformasi keuangan digital, baik dari sisi perubahan perilaku, pemahaman, maupun implikasinya terhadap pengelolaan keuangan pribadi. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam penguatan literasi keuangan digital serta menjadi dasar dalam merancang strategi edukasi keuangan yang lebih efektif bagi mahasiswa. Selain itu, penelitian ini juga relevan dengan pengembangan kurikulum di STIE Bima

dalam kerangka kampus berdampak, karena mampu memberikan *insight* empiris yang dapat diintegrasikan ke dalam pembelajaran berbasis kebutuhan nyata mahasiswa di era digital. Dengan demikian, penelitian ini menjadi bagian penting dan strategis untuk diteliti.

## STUDI LITERATUR

### Penelitian Terdahulu

#### Generasi Z

Generasi Z (Gen Z) merupakan generasi yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012. Mereka adalah generasi yang dikenal sering berinteraksi dengan dunia digital artinya sejak mereka lahir sudah mengenal teknologi dan tumbuh dengan *smartphone* dan media sosial. Hal tersebut berkaitan dengan gaya hidup generasi Z yang cenderung lebih simpel, Sholikhah & Wibowo (2025). Karakteristik khas Gen Z meliputi ketergantungan tinggi pada teknologi, *multitasking* yang efektif dan preferensi terhadap komunikasi digital dibanding tatap muka. Mereka cenderung pragmatis, mandiri dalam mencari informasi dan mengutamakan efisiensi dalam berbagai aspek kehidupan, Sabrina et al. (2026). Ini selaras dengan yang dinyatakan oleh Yanti et al., (2025) mereka antusias mencoba teknologi atau aplikasi baru dan mudah beradaptasi dengan perkembangan digital seperti *fintech*, *e-wallet*, *sQR payment*, atau fitur interaktif lainnya. Mereka tidak takut bereksperimen dengan platform baru selama menawarkan kenyamanan dan efisiensi.

#### Literasi Keuangan Digital

Menurut Tony & Desai (2020) *Digital Financial Literacy* (DFL) merupakan kombinasi dari literasi keuangan dan platform digital. Dengan demikian, DFL dapat didefinisikan sebagai literasi keuangan dalam teknologi keuangan *digital*. Kemudian Sahamony (2022) mengungkapkan literasi keuangan digital mengacu pada pemahaman dan kemampuan individu dalam mengelola keuangan pribadi menggunakan teknologi digital agar dapat mengoptimalkan potensi pertumbuhan kekayaan dan mengelola risiko finansial dengan baik. Literasi ini melibatkan pemahaman tentang konsep keuangan digital seperti investasi online, transaksi perbankan elektronik, pengelolaan anggaran menggunakan aplikasi, serta kesadaran terhadap risiko keamanan dan privasi dalam lingkungan digital, Lusardi & Mitchell (2014). Selanjutnya Sholikhah & Wibowo (2025) menyimpulkan bahwa literasi keuangan digital adalah kegiatan layanan jasa sistem pembayaran atau keuangan yang dikombinasikan dengan platform digital yang mengacu pada pemahaman dan kemampuan individu dalam proses transaksi.

Literasi keuangan digital dengan keterampilan yang tidak bisa diabaikan menjadi pondasi individu dalam mengambil suatu keputusan sehingga sadar dengan risiko – risiko yang akan muncul. Literasi keuangan digital menjadi isu yang sangat relevan dikalangan Gen Z, Gen Z yang lahir di era digital ini memiliki keunggulan dalam hal adaptasi terhadap teknologi baru. Dengan pemahaman literasi keuangan digital yang baik, masyarakat terutama Gen Z dapat lebih percaya diri serta menjaga keamanan dalam melakukan proses transaksi, Sholikhah & Wibowo (2025).

#### Transformasi Digital

Menurut Salwa et al., (2022) transformasi digital merupakan proses integrasi teknologi digital ke dalam seluruh aspek bisnis dan layanan yang secara mendasar mengubah cara organisasi beroperasi serta memberikan nilai tambah bagi pelanggan. Kemudian Alwi et al., (2022) menyatakan bahwa transformasi digital tidak sekedar mengubah proses manual menjadi otomatis, melainkan juga mencakup perubahan budaya organisasi, model bisnis, hingga pola pikir para pemangku kepentingan. Menurut Allam (2025) perubahan ini banyak didorong oleh pemanfaatan teknologi modern seperti *big data*, *cloud computing*, *artificial intelligence* dan aplikasi berbasis *mobile*.

#### Dompot Digital

Menurut Rosmayanti (2018) dalam Haryati (2021) dompet digital adalah jenis akun prabayar yang dilindungi dengan kata sandi di mana pengguna dapat menyimpan uang untuk setiap transaksi online, seperti pembayaran untuk makanan, belanja barang online, dan tiket penerbangan. Dompot digital bisa di unduh secara gratis melalui *smartphone* setiap orang.

Salah satu dompet digital yang digunakan dalam penelitian ini adalah OVO. Dalam Haryati (2021) OVO adalah sebuah aplikasi smart memberikan layanan pembayaran dan transaksi secara online (OVO Cash), juga bisa berkesempatan untuk mengumpulkan poin setiap kali melakukan transaksi pembayaran melalui OVO. OVO cash dapat digunakan untuk berbagai macam pembayaran yang telah bekerja sama dengan ovo menjadi lebih cepat. Menurut Sutriyanto (2019) dalam Haryati (2021) segmen transaksi pemesanan transportasi online dan pengiriman makanan online, data penelitian Snapscart menunjukkan posisi ovo sebagai dompet digital layanan Grab dan Grab Food menunjukkan 71% responden yang menggunakan OVO jika dibandingkan dompet digital seperti Dana, Gopay dan Linkaja.

### **Cashless Society**

Menurut Salsabila (2026) *cashless society* merupakan kondisi sosial ekonomi ketika transaksi keuangan didominasi oleh penggunaan alat pembayaran non-tunai, seperti kartu debit, kartu kredit, e-money, dan e-wallet, yang menggantikan uang fisik berupa kertas dan koin. Sedangkan menurut Andriani et al., (2022) mendefinisikan *cashless society* sebagai transformasi sistem pembayaran dari tunai ke digital yang dinilai lebih efektif, praktis, cepat, dan aman dalam mendukung aktivitas ekonomi modern. Sejalan dengan itu, Bintarto (2018) dalam Haryati (2021) menyatakan bahwa *cashless society* menggambarkan kondisi masyarakat yang bertransaksi tanpa uang tunai dengan mentransfer data keuangan secara digital. Berbagai instrumen non-tunai yang umum digunakan meliputi QRIS sebagai sistem pembayaran lintas platform dengan satu kode QR, mobile banking untuk layanan perbankan berbasis aplikasi, serta e wallet seperti GoPay, OVO, DANA, dan ShopeePay yang memfasilitasi transaksi tanpa uang tunai, (Salsabila, 2026). Sehingga menurut (Nurhayati et al., 2026) dengan demikian transformasi digital bukan hanya persoalan teknologi semata, melainkan juga menyangkut aspek manajerial, regulasi, dan dinamika sosial masyarakat.

### **Penelitian Terdahulu**

Penelitian yang dilakukan oleh (Salsabila, 2026) menemukan bahwa penggunaan transaksi non-tunai yang efektif dan efisien, serta adanya riwayat transaksi digital, membantu individu dalam memantau pengeluaran dan mengelola arus kas dengan lebih baik. Namun, pengaruh positif tersebut sangat bergantung pada kemampuan individu dalam melakukan perencanaan dan pengendalian keuangan. Penelitian ini menguatkan temuan sebelumnya yang menyatakan bahwa transaksi non-tunai dapat meningkatkan kesadaran finansial dan mendorong kebiasaan menabung. Ini sangat relevan juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitriana et al., (2024) penggunaan transaksi digital terutama dengan kebiasaan penggunaan metode *cashless payment* paling sering digunakan oleh Mahasiswa untuk bertransaksi dalam kesehariannya. Ini dibuktikan oleh penelitian yang dilakukan oleh Putri (2025) bahwa mahasiswa akuntansi memaknai digitalisasi laporan keuangan sebagai bentuk transformasi akuntansi modern yang membawa efisiensi, transparansi, dan profesionalisme. Dan dalam hal ini juga diperkuat penelitian oleh Susilowati et al., (2025) kepraktisan penggunaan fintech dalam transaksi pembayaran mempengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa. Sementara itu, literasi keuangan memengaruhi perilaku konsumtif dengan membentuk kecenderungan mahasiswa dalam mengatur pola konsumsi. Implikasi penelitian ini menunjukkan bahwa penguatan literasi keuangan dan pemahaman.

### **METODE**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi untuk menggali pengalaman subjektif mahasiswa terkait transformasi perilaku keuangan mereka setelah hadirnya teknologi pembayaran. Menurut Moleong (2017) dalam Putri (2025) Fenomenologi memungkinkan peneliti menggali pengalaman subjektif, persepsi, serta makna yang dimunculkan dari sudut pandang partisipan, sehingga realitas yang ditangkap tidak hanya berupa data permukaan tetapi juga interpretasi atas pengalaman nyata mereka. Teknik pengumpulan data dengan wawancara dengan mahasiswa sebagai informan kunci sebanyak 5 orang yang terdiri atas Rahma Zahra (informan 1), Dita Arsita (informan 2), Atifah Mita Pratiwi (informan 3), Nurmailah (informan 4) dan Salimatul Uyun (informan 5). Wawancara dengan para informan pada tanggal 13 April 2026. Sampling yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik *sampling non probability*

*sampling* dengan *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (37 : 2009) *purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima sebagai informan kunci yaitu mahasiswa aktif di setiap tahun akademik ganjil genap 2025/2026, yang berbelanja online melalui aplikasi GrabFood dengan sistem pembayaran menggunakan OVO lebih dari 5 kali serta generasi Z yang kelahiran tahun 1997 sampai dengan 2012. Teknik pengumpulan data dengan cara wawancara dan studi literatur.

## HASIL

Berdasarkan hasil wawancara dengan lima informan, diketahui bahwa penggunaan aplikasi GrabFood dengan metode pembayaran OVO memberikan pengalaman yang menonjol dari segi kemudahan dan efisiensi dalam transaksi pembelian makanan. Hal ini terlihat dari pandangan para informan yang menilai bahwa proses pemesanan hingga pembayaran menjadi lebih sederhana, cepat, serta tidak memerlukan penggunaan uang tunai secara langsung.

### Perubahan Perilaku Pembelian (GrabFood – OVO)

Berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan lima mahasiswa sebagai informan, teridentifikasi adanya perubahan perilaku pembelian yang cukup nyata setelah mereka menggunakan aplikasi GrabFood dengan metode pembayaran OVO. Perubahan tersebut meliputi peningkatan frekuensi pembelian, perubahan pola konsumsi, serta munculnya kecenderungan perilaku impulsif dalam bertransaksi. Mayoritas informan menyatakan bahwa penggunaan pembayaran digital melalui OVO membuat mereka lebih sering memesan makanan secara online dibandingkan sebelumnya. Kemudahan akses serta proses transaksi yang cepat menjadi faktor utama yang mendorong meningkatnya intensitas penggunaan layanan GrabFood.

Informan 1 menyatakan: "Sejak pakai OVO di GrabFood, saya jadi lebih sering pesan makanan, kadang sehari bisa dua kali karena praktis dan tinggal klik saja." Hal serupa juga diungkapkan oleh Informan 2, yang merasakan adanya perubahan dalam kebiasaan konsumsi: "Dulu jarang beli online, sekarang jadi lebih sering karena ada cashback dan nggak perlu repot bayar tunai." Selain peningkatan frekuensi, penelitian ini juga menemukan adanya pergeseran pola konsumsi menjadi lebih instan dan praktis. Mahasiswa cenderung memilih membeli makanan melalui aplikasi dibandingkan memasak atau membeli langsung. Informan 3 mengungkapkan: "Kalau lagi malas keluar, saya langsung buka GrabFood, apalagi bayarnya pakai OVO jadi makin gampang." Lebih lanjut, kemudahan pembayaran digital juga berdampak pada munculnya perilaku konsumtif atau impulsif buying. Promo seperti diskon dan cashback yang terintegrasi dengan OVO menjadi faktor pendorong utama. Informan 4 menyatakan: "Kadang beli bukan karena butuh, tapi karena ada promo OVO, jadi sayang kalau nggak dipakai." Namun demikian, terdapat juga informan yang mulai menyadari dampak dari perilaku tersebut dan berusaha mengontrol pengeluaran. Informan 5 menjelaskan: "Awalnya sering banget pesan, tapi sekarang mulai dikurangi karena pengeluaran jadi lebih banyak dari biasanya."

Secara keseluruhan, transformasi keuangan digital melalui penggunaan GrabFood dan OVO telah mengubah perilaku pembelian mahasiswa menjadi lebih praktis, sering, dan cenderung impulsif, meskipun di sisi lain mulai muncul kesadaran untuk mengontrol pengeluaran. Hal ini menunjukkan bahwa era *cashless society* tidak hanya memberikan kemudahan, tetapi juga memengaruhi pola konsumsi dan pengambilan keputusan finansial mahasiswa.

### Pemahaman Mahasiswa dalam Pembelian Menggunakan GrabFood dengan Pembayaran OVO

- a. Pemahaman Dasar Penggunaan Aplikasi Dan Metode Pembayaran  
Seluruh informan menunjukkan bahwa mereka telah memahami cara menggunakan aplikasi GrabFood, mulai dari memilih menu, melakukan pemesanan, hingga menyelesaikan pembayaran menggunakan OVO. Informan 1 menyatakan : "Saya sudah terbiasa pakai GrabFood, tinggal pilih makanan lalu langsung bayar pakai OVO, lebih cepat tanpa harus siapkan uang tunai". Informan 2 juga mengungkapkan : "Awalnya

sempat bingung, tapi setelah beberapa kali pakai jadi paham alurnya, apalagi ada petunjuk di aplikasinya”. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman mahasiswa terbentuk melalui pengalaman penggunaan berulang.

b. Pemahaman Terhadap Fitur Dan Manfaat OVO

Sebagian besar informan tidak hanya memahami cara penggunaan, tetapi juga mulai memahami berbagai fitur tambahan yang ditawarkan oleh OVO, seperti promo *cashback*, diskon, dan riwayat transaksi. Informan 3 menyatakan : “Saya biasanya lihat dulu promo di OVO, kadang ada *cashback*, jadi lebih hemat.” Informan 4 menambahkan : “Di OVO kita bisa lihat riwayat pengeluaran, jadi tahu sudah berapa sering beli makanan.” Hal ini menunjukkan adanya peningkatan pemahaman ke arah pemanfaatan fitur sebagai alat kontrol dan efisiensi keuangan.

c. Pemahaman Terhadap Keamanan Dan Risiko Transaksi Digital

Dalam aspek keamanan, sebagian informan telah memiliki pemahaman yang cukup baik, meskipun masih terdapat variasi tingkat kesadaran. Informan 5 menyatakan : “Saya merasa cukup aman karena ada PIN dan notifikasi setiap transaksi.” Namun demikian, terdapat juga informan yang masih memiliki pemahaman terbatas. Informan 2 menyebutkan : “Saya kurang tahu detail soal keamanan, yang penting bisa dipakai saja.” Temuan ini menunjukkan bahwa pemahaman mahasiswa terkait keamanan masih berada pada tahap praktis, belum sepenuhnya konseptual.

d. Pemahaman Terhadap Dampak Penggunaan (Kesadaran Konsumtif)

Menariknya, sebagian informan mulai menyadari dampak penggunaan GrabFood dan OVO terhadap perilaku konsumsi mereka. Informan 1 menyatakan : “Karena gampang bayar pakai OVO, jadi kadang tidak terasa sering pesan makanan.” Informan 3 menambahkan : “Kalau ada saldo di OVO, rasanya lebih gampang buat belanja tanpa pikir panjang.” Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman mahasiswa mulai berkembang ke arah refleksi perilaku konsumsi, meskipun belum sepenuhnya diikuti dengan kontrol yang kuat.

### Implikasinya Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi

Berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan lima informan mahasiswa, terungkap bahwa penggunaan aplikasi GrabFood dengan metode pembayaran OVO tidak hanya berdampak pada pola konsumsi, tetapi juga berpengaruh langsung terhadap pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa. Dampak tersebut meliputi kemampuan dalam mengontrol pengeluaran, menyusun perencanaan keuangan, meningkatkan kesadaran finansial, serta munculnya kecenderungan perilaku konsumtif atau boros.

Informan 1 :

Mengungkapkan bahwa penggunaan OVO memudahkan dalam melakukan transaksi, namun berdampak pada menurunnya kontrol terhadap pengeluaran. “Kalau pakai OVO itu rasanya nggak kerasa keluar uang, jadi sering kebablasan pesan makanan di GrabFood, apalagi kalau lagi ada promo.” Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan transaksi digital dapat mengurangi sensitivitas terhadap uang yang dikeluarkan (*less pain of paying*), sehingga berimplikasi pada pengelolaan keuangan yang kurang terkontrol.

Informan 2 :

Berbeda dengan Informan 1, informan kedua menyatakan bahwa penggunaan OVO justru membantu dalam mengatur keuangan melalui fitur riwayat transaksi. “Saya jadi bisa lihat pengeluaran di aplikasi, jadi lebih sadar sudah habis berapa buat makan.” Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi pembayaran dapat meningkatkan transparansi dan membantu monitoring keuangan pribadi.

Informan 3 :

Informan ketiga mengaku bahwa penggunaan OVO memicu perilaku konsumtif, terutama karena adanya promo dan *cashback*. “Kadang beli bukan karena butuh, tapi karena sayang kalau nggak dipakai promonya.” Temuan ini menunjukkan adanya pergeseran dari kebutuhan ke keinginan, yang berdampak pada pengelolaan keuangan yang kurang rasional.

Informan 4 :

Informan keempat menyatakan bahwa ia mulai menerapkan batasan saldo pada OVO sebagai strategi pengelolaan keuangan. “Sekarang saya isi OVO secukupnya saja, biar nggak terlalu sering jajan online.” Hal ini menunjukkan adanya adaptasi perilaku keuangan, di mana mahasiswa mulai mengembangkan strategi kontrol diri dalam penggunaan keuangan digital.

Informan 5 :

Informan kelima mengungkapkan bahwa penggunaan OVO memberikan kenyamanan, tetapi juga membuatnya kurang disiplin dalam membuat anggaran bulanan. “Jadi jarang catat pengeluaran lagi, karena semuanya serba instan, tapi akhirnya uang cepat habis.” Temuan ini menunjukkan bahwa kemudahan teknologi dapat mengurangi praktik pencatatan keuangan secara manual, yang sebelumnya membantu dalam perencanaan keuangan.

Secara umum, pemanfaatan layanan GrabFood dengan metode pembayaran OVO menimbulkan dua dampak sekaligus terhadap pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa. Di satu sisi, teknologi ini mampu meningkatkan efisiensi serta memberikan transparansi dalam setiap transaksi. Namun di sisi lain, kemudahan yang ditawarkan justru dapat mengurangi kontrol diri, mendorong perilaku konsumtif, dan melemahkan kedisiplinan dalam merencanakan keuangan. Oleh karena itu, transformasi keuangan digital dalam era *cashless society* tidak hanya memengaruhi aspek teknis dalam bertransaksi, tetapi juga membentuk pola baru dalam pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa yang cenderung dinamis dan adaptif.

## PEMBAHASAN

### Perubahan Perilaku Pembelian (GrabFood – OVO)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan layanan GrabFood dengan metode pembayaran OVO telah mendorong terjadinya perubahan perilaku pembelian pada mahasiswa dalam konteks *cashless society*. Perubahan ini tidak hanya terlihat pada peningkatan frekuensi transaksi, tetapi juga pada pola konsumsi, cara pengambilan keputusan, serta pengelolaan keuangan sehari-hari. Mahasiswa mengakui bahwa kemudahan dan kecepatan transaksi digital membuat mereka lebih sering melakukan pembelian makanan secara online. Hal ini sejalan dengan *Technology Acceptance Model (TAM)* yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi manfaat (*perceived usefulness*) menjadi faktor utama dalam adopsi teknologi, Davis (1989). Dalam konteks ini, integrasi GrabFood dan OVO memberikan pengalaman transaksi yang praktis dan efisien sehingga meningkatkan intensitas penggunaan.

Selain itu, perubahan perilaku juga terlihat dari kecenderungan mahasiswa menjadi lebih impulsif dalam berbelanja. Kemudahan akses aplikasi serta banyaknya promo, cashback, dan diskon mendorong keputusan pembelian yang cepat tanpa perencanaan matang. Hal ini sesuai dengan teori perilaku konsumen yang menyatakan bahwa stimulus pemasaran dapat memengaruhi keputusan pembelian secara langsung, Kotler, P., & Keller, (2016). Dalam perspektif *behavioral economics*, penggunaan uang digital seperti OVO dapat mengurangi *pain of paying*, yaitu perasaan tidak nyaman saat mengeluarkan uang. Hal ini menyebabkan individu lebih mudah melakukan pengeluaran dibandingkan saat menggunakan uang tunai, Prelec & Loewenstein, (1998). Dengan demikian, sistem pembayaran digital menciptakan jarak psikologis yang mendorong perilaku konsumtif. Namun demikian, tidak semua perubahan bersifat negatif. Sebagian mahasiswa menjadi lebih terorganisir dalam mengelola keuangan karena adanya fitur riwayat transaksi yang tersedia dalam aplikasi. Hal ini menunjukkan peningkatan literasi keuangan digital, di mana teknologi dimanfaatkan untuk memantau dan mengontrol pengeluaran.

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu Firmansah et al., (2025) menemukan bahwa penggunaan e-wallet berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian oleh Aulia et al., (2023) juga menunjukkan bahwa kemudahan transaksi dan promosi digital meningkatkan pembelian impulsif pada generasi muda. Selain itu, Puspitasari, (2021) menyatakan bahwa penggunaan pembayaran digital meningkatkan efisiensi transaksi, namun berpotensi menurunkan kontrol diri dalam pengeluaran. Dengan demikian, dapat disimpulkan

bahwa transformasi keuangan digital melalui penggunaan GrabFood dan OVO telah mengubah perilaku pembelian mahasiswa secara signifikan. Perubahan tersebut mencerminkan dua sisi, yaitu peningkatan efisiensi transaksi sekaligus potensi peningkatan perilaku konsumtif. Oleh karena itu, diperlukan literasi keuangan digital yang baik agar mahasiswa mampu mengelola keuangan secara bijak di era *cashless society*.

### **Pemahaman Mahasiswa dalam Pembelian Menggunakan GrabFood dengan Pembayaran OVO**

Berdasarkan hasil wawancara terhadap lima informan, ditemukan bahwa pemahaman mahasiswa terhadap penggunaan layanan GrabFood dengan metode pembayaran OVO menunjukkan tingkat yang cukup baik, meskipun terdapat variasi dalam kedalaman pemahaman tersebut. Secara umum, mahasiswa memahami bahwa penggunaan OVO dalam transaksi GrabFood memberikan kemudahan, kecepatan, serta efisiensi dalam proses pembayaran. Namun, pemahaman ini tidak hanya terbatas pada aspek teknis penggunaan, tetapi juga mencakup persepsi terhadap manfaat, risiko, serta pengelolaan keuangan digital. Sebagian besar informan mengungkapkan bahwa mereka memahami cara penggunaan OVO sebagai alat pembayaran digital yang terintegrasi langsung dalam aplikasi GrabFood. Informan menyatakan bahwa proses pembayaran menjadi lebih praktis karena tidak memerlukan uang tunai maupun interaksi langsung. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa telah memiliki literasi dasar terhadap sistem pembayaran digital, terutama dalam konteks penggunaan aplikasi berbasis fintech. Namun demikian, tingkat pemahaman yang dimiliki mahasiswa tidak sepenuhnya merata. Beberapa informan hanya memahami penggunaan secara operasional (cara membayar dan top-up saldo), tanpa memahami aspek yang lebih luas seperti pengelolaan pengeluaran, keamanan transaksi, maupun dampak konsumtif dari kemudahan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman mahasiswa masih berada pada level *functional understanding*, belum sepenuhnya mencapai *critical understanding* dalam literasi keuangan digital.

Fenomena ini dapat dianalisis menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan oleh Davis (1989), yang menjelaskan bahwa penerimaan teknologi dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu *perceived usefulness* (persepsi manfaat) dan *perceived ease of use* (kemudahan penggunaan). Dalam konteks penelitian ini, mahasiswa cenderung menggunakan GrabFood dengan OVO karena mereka merasakan manfaat nyata (cepat, praktis, banyak promo) serta kemudahan dalam penggunaannya. Tingginya persepsi terhadap kedua faktor ini mendorong pemahaman sekaligus penggunaan secara berkelanjutan. Selain itu, jika dikaitkan dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) oleh Ajzen dalam Lubis et al., (2024), pemahaman mahasiswa juga dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku (*attitude*), norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Mahasiswa yang memiliki sikap positif terhadap pembayaran digital cenderung lebih memahami dan menggunakannya. Ditambah lagi, pengaruh lingkungan seperti teman sebaya yang juga menggunakan OVO memperkuat pemahaman tersebut melalui proses sosial. Dari perspektif *Consumer Behavior Theory*, pemahaman mahasiswa dalam menggunakan OVO juga berkaitan dengan proses pengambilan keputusan konsumen. Kemudahan akses dan transparansi informasi dalam aplikasi mendorong mahasiswa untuk lebih cepat mengambil keputusan pembelian. Namun, pemahaman yang belum mendalam mengenai kontrol keuangan dapat memicu perilaku konsumtif, karena mahasiswa cenderung tidak merasakan secara langsung pengeluaran yang dilakukan (*cashless effect*).

Hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu. Penelitian oleh Dahlberg et al., (2015) menunjukkan bahwa tingkat pemahaman pengguna terhadap sistem pembayaran digital berpengaruh signifikan terhadap intensitas penggunaan layanan tersebut. Selain itu, penelitian oleh Kim et al., (2010) juga menemukan bahwa kemudahan penggunaan dan manfaat yang dirasakan meningkatkan pemahaman sekaligus adopsi mobile payment. Penelitian lain oleh Firmansah et al., (2025) dalam konteks mahasiswa di Indonesia menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa telah memahami penggunaan e-wallet secara teknis, namun masih memiliki keterbatasan dalam pengelolaan keuangan digital secara bijak. Hal ini memperkuat temuan dalam penelitian ini bahwa pemahaman mahasiswa masih bersifat parsial. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pemahaman mahasiswa dalam pembelian menggunakan GrabFood dengan pembayaran OVO sudah berada pada tingkat yang cukup baik dari sisi penggunaan, namun masih perlu ditingkatkan

pada aspek literasi keuangan digital yang lebih mendalam. Pemahaman yang komprehensif tidak hanya mencakup cara penggunaan, tetapi juga kesadaran akan pengelolaan keuangan, risiko, serta dampak perilaku konsumsi di era *cashless society*.

### **Implikasinya Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi**

Literasi keuangan mengacu pada pemahaman individu mengenai konsep dan risiko keuangan serta kemampuan untuk membuat keputusan finansial yang efektif dalam konteks kehidupan sehari-hari. Bagi mahasiswa literasi keuangan menjadi keterampilan penting untuk mengelola pengeluaran, menabung, berinvestasi, menghindari utang berlebihan serta merencanakan keuangan masa depan termasuk setelah lulus kuliah sehingga dalam hal ini menjadi bekal penting untuk membangun kemandirian finansial sejak dini. Dengan pemanfaatan teknologi digital mahasiswa tidak hanya mendapatkan akses informasi lebih luas tapi juga mengalami pembelajaran keuangan yang lebih praktis dan aplikatif sehingga mahasiswa dapat cerdas finansial di era modern, Muniarty et al., (2025).

Transformasi keuangan digital di era *cashless society* membawa implikasi signifikan terhadap cara mahasiswa dalam mengelola keuangan pribadi. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, penggunaan layanan pembayaran digital seperti OVO dalam transaksi sehari-hari (misalnya melalui GrabFood) tidak hanya mempermudah proses pembayaran, tetapi juga membentuk pola baru dalam pengelolaan keuangan yang bersifat lebih praktis namun cenderung kurang terkontrol. Secara umum, terdapat dua kecenderungan utama yang muncul, yaitu peningkatan efisiensi dalam pengelolaan keuangan serta potensi penurunan kontrol terhadap pengeluaran. Sebagian informan menyatakan bahwa fitur riwayat transaksi dan kemudahan akses saldo membantu mereka dalam memantau pengeluaran secara real-time. Hal ini menunjukkan adanya peningkatan literasi keuangan digital yang mendukung pengelolaan keuangan yang lebih sistematis. Dalam perspektif teori, kondisi ini sejalan dengan konsep *financial behavior* yang dikemukakan oleh Xiao (2008) yang menyatakan bahwa perilaku keuangan individu dipengaruhi oleh kemudahan akses terhadap informasi dan alat pengelolaan keuangan.

Namun demikian, di sisi lain, kemudahan transaksi digital juga memunculkan perilaku konsumtif yang berdampak pada kurang optimalnya pengelolaan keuangan pribadi. Beberapa informan mengungkapkan bahwa mereka sering kali tidak menyadari jumlah pengeluaran karena tidak adanya uang fisik yang berpindah tangan. Fenomena ini dapat dijelaskan melalui teori *mental accounting* dari Thaler (1999), yang menyatakan bahwa individu cenderung lebih berhati-hati ketika menggunakan uang tunai dibandingkan dengan uang digital, karena uang tunai memberikan efek psikologis yang lebih nyata. Lebih lanjut, implikasi terhadap pengelolaan keuangan juga terlihat dari perubahan pola perencanaan keuangan mahasiswa. Sebagian informan mengaku tidak lagi membuat anggaran secara rinci, karena merasa saldo digital dapat dengan mudah diisi kembali. Hal ini menunjukkan adanya pergeseran dari *planned spending behavior* menuju *impulsive spending behavior*. Dalam teori perilaku konsumen, hal ini berkaitan dengan konsep *impulse buying*, di mana kemudahan dan kecepatan transaksi meningkatkan kemungkinan pengambilan keputusan yang tidak direncanakan.

Temuan ini didukung oleh penelitian terdahulu. Studi oleh Anastasia & Nugroho (2024) menemukan bahwa penggunaan dompet digital di kalangan mahasiswa meningkatkan frekuensi konsumsi namun menurunkan tingkat kontrol terhadap pengeluaran. Dalam banyak kasus Nenden et al., (2025) literasi keuangan tanpa didukung kepercayaan yang cukup bisa menimbulkan keraguan dalam penggunaan aplikasi, demikian pula, kepercayaan tanpa literasi yang cukup dapat mengakibatkan penggunaan yang tidak maksimal dan potensi kesalahan dari pengguna. Selain itu, bahwa pemanfaatan teknologi digital memainkan peran penting dalam meningkatkan literasi keuangan dikalangan mahasiswa. Aplikasi keuangan digital, media sosial dan platform edukasi online terbukti mampu membantu mahasiswa mengelola keuangan pribadi, memahami konsep dasar keuangan serta mengambil keputusan finansial yang lebih bijak. Selain itu literasi keuangan di era digital perlu terus ditingkatkan melalui integrasi Pendidikan keuangan berbasis teknologi dalam kurikulum serta penyediaan platform digital yang terpercaya dan mudah diakses oleh mahasiswa. Pendekatan ini diyakini dapat menciptakan generasi muda lebih cerdas finansial dan siap menghadapi tantangan ekonomi di masa depan, Muniarty et al., (2025). Dengan demikian,

dapat disimpulkan bahwa transformasi keuangan digital memberikan implikasi ganda terhadap pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa. Di satu sisi, teknologi ini meningkatkan kemudahan, efisiensi, dan akses terhadap informasi keuangan. Namun di sisi lain, tanpa diimbangi dengan literasi dan kontrol diri yang baik, kemudahan tersebut justru berpotensi mendorong perilaku konsumtif dan pengelolaan keuangan yang kurang disiplin. Oleh karena itu, penting bagi mahasiswa untuk tidak hanya menjadi pengguna teknologi keuangan digital, tetapi juga memiliki kemampuan pengelolaan keuangan yang baik, seperti membuat anggaran, memantau pengeluaran, dan meningkatkan kesadaran terhadap perilaku konsumsi. Hal ini menjadi kunci dalam menghadapi era *cashless society* secara bijak dan bertanggung jawab.

### KESIMPULAN

Penelitian dengan judul Eksplorasi Transformasi Keuangan Digital Mahasiswa di Era *Cashless Society* menunjukkan bahwa perkembangan keuangan digital telah mengubah perilaku keuangan mahasiswa secara cukup signifikan. Berdasarkan wawancara dengan lima informan, penggunaan layanan dan platform pemesanan online (GrabFood–OVO) membuat mahasiswa cenderung beralih ke pola konsumsi yang lebih mudah, cepat, dan efisien. Kemudahan ini juga berdampak pada meningkatnya frekuensi pembelian serta munculnya keputusan yang lebih spontan atau impulsif. Di sisi lain, perubahan ini juga memengaruhi cara mahasiswa mengelola keuangan. Beberapa informan menjadi lebih sadar dalam memantau pengeluaran karena adanya fitur riwayat transaksi, namun ada juga yang justru kesulitan mengontrol pengeluaran akibat kemudahan akses tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan literasi keuangan digital sangat berperan dalam menentukan apakah dampak yang dirasakan bersifat positif atau negatif.

Selain itu, hasil penelitian ini juga mendukung pentingnya penerapan kurikulum berbasis Kampus Berdampak khususnya di STIE Bima, karena mampu menjembatani antara teori akademik dan kebutuhan nyata di lapangan, sehingga lulusan menjadi lebih kompeten, adaptif, dan siap menghadapi tantangan ekonomi digital. Fenomena transformasi keuangan digital yang dialami mahasiswa dapat dijadikan contoh nyata dalam pembelajaran, terutama pada mata kuliah seperti manajemen keuangan, perilaku konsumen, dan digital marketing. Dengan mengaitkan konsep *cashless society* ke dalam materi pembelajaran, mahasiswa tidak hanya memahami teori, tetapi juga mampu menghubungkannya dengan pengalaman sehari-hari. Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa transformasi keuangan digital tidak hanya mengubah perilaku konsumsi mahasiswa, tetapi juga memberikan peluang bagi institusi pendidikan untuk menyusun kurikulum yang lebih relevan, kontekstual, dan sesuai dengan kebutuhan mahasiswa dalam menghadapi perkembangan ekonomi digital.

### REFERENSI

- Allam, S. (2025). Digital Transformation In Banking : A Comprehensive Analysis OF Platform Modernization And Performance. *International Journal of Computer Engineering and Technology (IJCET)*, 16(1), 2999–3012.
- Alwi, M. N., Bahari, F., Turot, M., & Semmawi, R. (2022). Tantangan Dan Peluang Perbankan Digital: Studi Kasus Inovasi Keuangan Dan Transformasi Perbankan. *Jurnal Cahaya Mandalika*, 3(2), 2160–2177.
- Anastasia, B., & Nugroho, V. (2024). Pengaruh Penggunaan E-Wallet Terhadap Konsumsi Di Kalangan Mahasiswa/i Wilayah Jakarta Dan Jawa Barat Pada Masa COVID-19. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi*, VI(4), 1658–1668.
- Andriani, A. D., Yuniawati, R. I., Pandriadi, Hamidin, D., Priambodo, A., Suhardi, Sulaeman, M., Susanti, L., Darmawan, A., & Martono, S. (2022). *Transformasi Indonesia Menuju Cashless Society*. Cv. Tohar Media.
- Aulia, T. N., Suryadi, E., & Safitri, H. (2023). Pengaruh Penggunaan E-Wallet dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 7(3), 2010–2020.
- Bank, I. (2025). *Statistik sistem pembayaran: Uang elektronik*.
- Dahlberg, T., Guo, J., & Ondrus, J. (2015). A critical review of mobile payment research. *Electronic Commerce Research and Applications*, 14(5), 265–284.

- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Fatimah, S. N., & Fathihani, F. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan , Gaya Hidup , dan Locus of Control Terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z pada Cashless Society. *JIMT : Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 4(6), 868–877.
- Firmansah, A., Dewi, R. P., Zulfikar, S. A., & Wardiyah, M. L. (2025). Hubungan Antara Penggunaan E-Wallet Dengan Perencanaan Keuangan Mahasiswa. *MUSYTARI : Neraca Manajemen, Ekonomi*, 18(6), 1–10.
- Fitriana, K. T., Nurhalizah, M. R., & Utami, R. B. (2024). Analisis Perkembangan Transaksi Digital Terhadap Kebiasaan Cashless Payment Mahasiswa Politeknik. *JURNAL EKONOMI BISNIS*, 23(2), 111–115.
- Haryati, D. (2021). Fenomena Cashless Society pada Generasi Milenial dalam Menghadapi Covid-19. *BIEJ: Business Innovation & Entrepreneurship Journal*, 3(1), 33–39.
- Kim, H., Marie, A., Linda, F., & Miyoung, S. N. (2010). Psychographic characteristics affecting behavioral intentions towards pop-up retail. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 38(2), 133–154.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Lubis, Z. Al, Musahidah, U., & Sa'adah, S. (2024). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian di Shopee Live Menggunakan Theory Of Planned Behavior. *Great: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, 1(2), 236–251.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44. <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>
- Muniarty, P., Dwiriansyah, M. S., & Rimawan, M. (2023). Efektivitas Penggunaan QRIS Sebagai Alat Transaksi Digital Di Kota Bima. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 7(3), 2731–2739.
- Muniarty, P., Rimawan, M., Ovriyadin, Wulandari, & Dwiriansyah, M. S. (2025). Financial Literacy at an Early Age : The Role of Digital Technology in Students ' Financial Literacy. *JSM : Jambura Science of Management*, 7(2), 131–144.
- Nenden, S., Febriyanti, S. A., Avrielliandiny, A. D., Shabrina, P. T., & Revaldo, A. (2025). Literasi keuangan dan kepercayaan sebagai determinan adopsi dompet digital : Studi pada pengguna Shopeepay di kalangan mahasiswa pendidikan ekonomi. *Journal of Accounting and Digital Finance*, 5(3), 345–357.
- Nurhayati, P., Nurwani, & Kusmilawaty. (2026). Transformasi Digital Perbankan : Analisis Minat dan Persepsi Gen X Terhadap Penggunaan Mobile Banking di Era Cashless Society di Kota Medan. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 10(1), 359–380.
- Prelec, D., & Loewenstein, G. (1998). The Red and the Black: Mental Accounting of Savings and Debt. *Marketing Science*, 17(1), 4–28.
- Puspitasari, S. D. (2021). Pengaruh Penggunaan Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumsi Islam Masyarakat Surabaya Pada Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 4(2011), 64–74.
- Putri, S. N. (2025). Eksplorasi Perspektif Mahasiswa Akuntansi Terhadap Tantangan Digitalisasi Laporan Keuangan pada UMKM : Studi Fenomenologi. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (Jebma)*, 5(3), 762–769.
- Sabrina, L., Inayah, N., & Syahbudi, M. (2026). QRIS Dan Fenomena Cashless Society : Efisiensi Pembayaran Digital Terhadap Perspektif Gen Z. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 10(1), 509–526.
- Sahamony, N. F. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Digital terhadap Kemahiran Digital Mahasiswa Universitas Binawan Digital Proficiency of Binawan University Students. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Digital*, 1(1), 58–67.
- Salsabila, Y. S. (2026). The Effect Of Digital Lifestyle , Cashless Society , And Financial Literacy On Saving Behavior Of Accounting Students At Muhammadiyah University Of Surakarta Pengaruh Gaya Hidup Digital , Cashless Society , Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Menabung. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 7(3).
- Salwa, N., Rahma, T. I. F., & Nasution, J. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Financial Technology Terhadap Inklusi Keuangan Mahasiswa UINSU. *JURNAL MANAJEMEN*

*AKUNTANSI (JUMSI)*, 2(2), 353–364.

Sholikah, M., & Wibowo, E. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan Digital , Persepsi Kemudahan dan Gaya Hidup Gen Z terhadap Minat Penggunaan E-Wallet Shopeepay ( Survei pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta ) Universitas Slamet Riyadi S. *Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi*, 3(2), 19–41.

Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.

Susilowati, N., Alnandhifah, V., Fitriana, S., Mahardika, P. W., & Bayu, B. (2025). Pengaruh Financial Technology ( Fintech ) Payment dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 22(2), 20–32.

Thaler, R. H. (1999). Mental Accounting Matters. *Journal of Behavioral Decision Making*, 206(September 1998), 183–206.

Tony, N., & Desai, K. (2020). Impact Of Digital Financial Literacy On Digital Financial Inclusion. *INTERNATIONAL JOURNAL OF SCIENTIFIC & TECHNOLOGY RESEARCH*, 9(01), 1911–1915.

Xiao, J. J. (2008). Applying Behavior Theories to Financial Behavior. In *Handbook of consumer finance research* (pp. 69–81).

Yanti, L., Nuramelia, A., Ridayanti, H., & Rosnidah, I. (2025). The Effect of Financial Literacy , Risk of Use and Benefit on Interest in Transactions Using QRIS in Generation Z. *JAFM : Journal of Accounting and Finance Management*, 6(1), 423–432.

[https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp\\_2725725.aspx](https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_2725725.aspx) (yang diakses tanggal 18 april 2026)