

## Analisis Persepsi Kepercayaan Pengguna terhadap Layanan Financial Technology di Kalangan Generasi Z

M Naufal Daffani Tysa Lubis<sup>1\*</sup>

<sup>1\*</sup>Politeknik Pelayaran Surabaya

[daffanilubisss@gmail.com](mailto:daffanilubisss@gmail.com)

Accepted: 27-03-2026

Revised: 30-03-2026

Published: 30-03-2026

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi persepsi kepercayaan pengguna terhadap layanan financial technology (fintech) di kalangan Generasi Z serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi terbentuknya kepercayaan tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik wawancara mendalam terhadap 8 informan Generasi Z yang aktif menggunakan fintech. Data dianalisis menggunakan analisis tematik melalui proses reduksi data, pengkodean, dan pengelompokan tema. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan pengguna terhadap fintech tergolong tinggi, namun bersifat dinamis. Kepercayaan dipengaruhi oleh keamanan sistem, kredibilitas penyedia layanan, pengalaman penggunaan, pengaruh sosial, kemudahan penggunaan, dan transparansi. Meskipun demikian, persepsi risiko tetap muncul, terutama terkait keamanan data dan potensi kesalahan transaksi. Temuan ini menunjukkan bahwa kepercayaan dan risiko saling berinteraksi dalam penggunaan fintech.

**Kata Kunci:** Kepercayaan, Financial Technology, Generasi Z, Persepsi Risiko, Keamanan Sistem.

### Citation:

Lubis, M. N. D. T. (2026). Analisis Persepsi Kepercayaan Pengguna terhadap Layanan Financial Technology di Kalangan Generasi Z. *JEBMAFA: Journal of Economics, Business, Management, Accounting, Finance, and Administration*, 1(2), 203-214.

---

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi signifikan dalam sektor keuangan, khususnya melalui hadirnya layanan *financial technology* (fintech). Fintech menawarkan kemudahan, kecepatan, dan efisiensi dalam melakukan transaksi keuangan, seperti pembayaran digital, transfer dana, hingga layanan keuangan berbasis aplikasi. Di Indonesia, penggunaan fintech terus mengalami peningkatan, terutama di kalangan generasi muda yang memiliki tingkat adopsi teknologi yang tinggi.

Generasi Z merupakan kelompok yang lahir dan tumbuh di era digital, sehingga memiliki kedekatan yang kuat dengan teknologi, termasuk dalam penggunaan layanan fintech. Kemudahan akses, fleksibilitas, serta integrasi dengan aktivitas sehari-hari menjadikan fintech sebagai bagian dari gaya hidup generasi ini. Namun demikian, penggunaan fintech tidak hanya ditentukan oleh aspek kemudahan, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan pengguna terhadap layanan tersebut (Alalwan et al., 2022).

Kepercayaan menjadi faktor penting dalam penggunaan fintech karena layanan ini berkaitan langsung dengan transaksi keuangan dan pengelolaan data pribadi. Pengguna perlu merasa yakin bahwa sistem yang digunakan aman, data terlindungi, serta penyedia layanan memiliki kredibilitas yang baik. Di sisi lain, masih terdapat berbagai isu yang dapat memengaruhi tingkat kepercayaan pengguna, seperti potensi kebocoran data, risiko penipuan digital, serta gangguan sistem. Kondisi ini menunjukkan bahwa kepercayaan pengguna terhadap fintech merupakan fenomena yang kompleks dan tidak hanya dipengaruhi oleh aspek teknis, tetapi juga oleh pengalaman, persepsi, dan lingkungan sosial (Nguyen, 2024).

Secara teoritis, kepercayaan dalam konteks *financial technology* (fintech) tidak hanya dipahami sebagai keyakinan terhadap keamanan sistem, tetapi juga mencakup persepsi terhadap integritas, reliabilitas, dan transparansi penyedia layanan, yang terbentuk melalui pengalaman penggunaan, pengaruh sosial, serta informasi yang diterima individu (Salloum et al., 2022). Penelitian mengenai penggunaan *financial technology* (fintech) di kalangan Generasi Z menunjukkan bahwa kepercayaan merupakan faktor penting dalam mendorong penggunaan layanan keuangan digital. Beberapa studi terbaru menemukan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan fintech. Penelitian oleh Rahmawati dan Sari (2023) menunjukkan bahwa kepercayaan berperan sebagai variabel mediasi dalam penggunaan fintech, sementara Pratama dan Wijaya (2025) menemukan bahwa kepercayaan dan persepsi risiko memengaruhi penggunaan e-wallet. Selain itu, Hidayat et al. (2024) serta Putra et al. (2024) menegaskan bahwa keamanan, kemudahan penggunaan, dan literasi fintech menjadi faktor utama dalam membentuk kepercayaan pengguna. Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan merupakan variabel kunci dalam menjelaskan perilaku penggunaan fintech di kalangan Generasi Z.

Berdasarkan uraian teoritis dan hasil penelitian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa meskipun kepercayaan telah diakui sebagai faktor kunci dalam mendorong penggunaan fintech di kalangan Generasi Z, penelitian yang ada masih didominasi oleh pendekatan kuantitatif yang berfokus pada hubungan antar variabel seperti kepercayaan, risiko, dan niat penggunaan. Hal ini menyebabkan keterbatasan dalam memahami secara mendalam bagaimana kepercayaan tersebut terbentuk dari pengalaman, interaksi digital, dan persepsi

---

individu pengguna. Dengan demikian, terdapat kesenjangan penelitian (research gap) berupa kurangnya kajian kualitatif yang mampu mengeksplorasi proses pembentukan kepercayaan secara lebih komprehensif dari sudut pandang Generasi Z, sehingga penelitian ini penting untuk mengisi kekosongan tersebut dan memberikan pemahaman yang lebih kontekstual mengenai dinamika kepercayaan dalam penggunaan fintech.

Penelitian ini memiliki kebaruan dalam penggunaan pendekatan kualitatif untuk mengeksplorasi persepsi kepercayaan pengguna terhadap layanan *financial technology* di kalangan Generasi Z, yang selama ini masih didominasi oleh pendekatan kuantitatif berbasis model seperti TAM dan UTAUT. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang memosisikan kepercayaan sebagai variabel yang diukur, penelitian ini memandang kepercayaan sebagai fenomena yang terbentuk secara dinamis melalui pengalaman pengguna, persepsi risiko, serta pengaruh lingkungan sosial. Selain itu, penelitian ini mengintegrasikan berbagai dimensi kepercayaan, seperti keamanan, kredibilitas, transparansi, dan kemudahan penggunaan, dalam satu kerangka pemahaman yang lebih komprehensif. Dengan fokus pada Generasi Z sebagai *digital native*, penelitian ini memberikan perspektif baru dalam memahami bagaimana kepercayaan terhadap fintech terbentuk dan berkembang dalam konteks digital yang kompleks.

Penelitian ini menjadi penting karena pesatnya perkembangan layanan *financial technology* di Indonesia tidak selalu diikuti dengan tingkat kepercayaan pengguna yang optimal, khususnya di kalangan Generasi Z sebagai pengguna utama layanan digital. Meskipun fintech menawarkan kemudahan dan efisiensi, berbagai risiko seperti kebocoran data, penipuan digital, dan gangguan sistem masih menjadi kekhawatiran yang dapat memengaruhi keputusan penggunaan. Di sisi lain, penelitian sebelumnya masih didominasi pendekatan kuantitatif yang belum mampu menjelaskan secara mendalam bagaimana kepercayaan pengguna terbentuk dari pengalaman nyata dan interaksi sosial. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi secara mendalam persepsi kepercayaan pengguna terhadap layanan *financial technology* (fintech) di kalangan Generasi Z serta mengidentifikasi faktor-faktor yang membentuk kepercayaan tersebut.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan untuk memahami secara mendalam persepsi kepercayaan pengguna terhadap layanan *financial technology* di kalangan Generasi Z. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini tidak hanya berfokus pada pengukuran variabel, tetapi pada eksplorasi pengalaman, persepsi, dan makna yang dibentuk oleh pengguna dalam menggunakan layanan fintech.

Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Ponorogo dengan mempertimbangkan karakteristik Generasi Z sebagai pengguna aktif layanan digital di wilayah tersebut. Waktu penelitian dilaksanakan pada periode Januari–Maret 2026, mulai dari tahap pengumpulan data hingga analisis. Subjek penelitian adalah Generasi Z yang aktif menggunakan layanan fintech, seperti *e-wallet*, *mobile banking*, dan aplikasi pembayaran digital. Pemilihan informan dilakukan dengan teknik *purposive sampling*, yaitu berdasarkan kriteria tertentu, antara lain berusia 17–26 tahun dan memiliki pengalaman menggunakan fintech secara aktif. Jumlah informan dalam penelitian ini sebanyak 8 orang, yang ditentukan berdasarkan prinsip data

saturation, yaitu ketika data yang diperoleh telah berulang dan tidak ditemukan informasi baru.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yang diperoleh melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*) dengan informan. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur menggunakan pedoman wawancara yang mencakup aspek kepercayaan, seperti persepsi keamanan, perlindungan data, pengalaman penggunaan, serta pandangan terhadap kredibilitas penyedia layanan fintech. Selain itu, data pendukung diperoleh melalui studi dokumentasi yang relevan dengan topik penelitian.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis tematik (*thematic analysis*). Proses analisis dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu reduksi data, pengkodean (*coding*), pengelompokan tema, serta penarikan kesimpulan. Analisis dilakukan secara berulang untuk menemukan pola dan makna yang muncul dari pengalaman informan terkait kepercayaan terhadap fintech.

Untuk menjaga validitas data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan member checking. Triangulasi dilakukan dengan membandingkan data dari berbagai informan, sedangkan member checking dilakukan dengan mengonfirmasi kembali hasil wawancara kepada informan untuk memastikan kesesuaian interpretasi. Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan mampu menghasilkan temuan yang objektif, mendalam, dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademik.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Penelitian ini melibatkan 8 informan dari kalangan Generasi Z dengan rentang usia 18–24 tahun. Informan terdiri dari mahasiswa, karyawan, dan pekerja lepas yang aktif menggunakan layanan financial technology (fintech), seperti *e-wallet*, *mobile banking*, dan pembayaran digital. Lama penggunaan *fintech* berkisar antara satu hingga empat tahun. Secara umum, fintech telah digunakan dalam berbagai aktivitas sehari-hari, seperti pembayaran, transfer, dan transaksi belanja online.

**Tabel 1 Profil Informan Penelitian**

Usia	Pekerjaan	Jenis Fintech yang Digunakan	Lama Penggunaan
19	Mahasiswa	DANA, ShopeePay	2 tahun
21	Mahasiswa	<i>Mobile Banking</i>	3 tahun
22	Karyawan	OVO, Paylater	2 tahun
20	Mahasiswa	GoPay	1,5 tahun
23	Karyawan	<i>Mobile Banking</i>	4 tahun
18	Mahasiswa	DANA	1 tahun
24	Freelancer	OVO, QRIS	3 tahun
22	Mahasiswa	ShopeePay	2 tahun

Berdasarkan hasil penelitian, informan merupakan Generasi Z berusia 18–24 tahun yang didominasi mahasiswa dan aktif menggunakan berbagai layanan *fintech* seperti *e-wallet* dan *mobile banking*.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, dapat dipahami bahwa persepsi kepercayaan pengguna terhadap layanan financial technology (fintech) di kalangan Generasi

---

Z tidak terbentuk secara tunggal, melainkan merupakan hasil interaksi antara faktor teknis, pengalaman, dan sosial. Kepercayaan pengguna cenderung muncul ketika terdapat kombinasi antara jaminan keamanan sistem dan pengalaman penggunaan yang konsisten tanpa kendala. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan tidak hanya bersifat rasional, tetapi juga bersifat akumulatif berdasarkan pengalaman pengguna dari waktu ke waktu.

Dari sisi teknis, fitur keamanan seperti PIN, OTP, dan notifikasi transaksi bukan hanya berfungsi sebagai alat perlindungan, tetapi juga sebagai simbol kontrol yang memberikan rasa aman kepada pengguna. Keberadaan fitur tersebut memperkuat persepsi bahwa sistem dapat diandalkan, sehingga meningkatkan keyakinan pengguna dalam melakukan transaksi digital. Selain itu, kredibilitas penyedia layanan terutama yang terafiliasi dengan institusi perbankan atau berada di bawah pengawasan regulator menjadi faktor penting yang memperkuat legitimasi layanan di mata pengguna. Pengalaman penggunaan yang positif berperan sebagai mekanisme pembentukan kepercayaan jangka panjang. Pengguna yang tidak mengalami gangguan atau kerugian cenderung mengembangkan kepercayaan yang lebih stabil terhadap layanan fintech. Di sisi lain, pengaruh sosial seperti rekomendasi dari teman atau lingkungan sekitar menunjukkan bahwa kepercayaan juga terbentuk secara kolektif, di mana validasi sosial menjadi dasar dalam pengambilan keputusan penggunaan layanan digital.

Namun demikian, kepercayaan tersebut tidak bersifat absolut. Meskipun pengguna merasa cukup percaya, tetap terdapat persepsi risiko yang menyertai, terutama terkait keamanan data pribadi, potensi peretasan, dan kesalahan transaksi. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan dalam fintech bersifat dinamis dan berada dalam kondisi “trust with caution”, yaitu kepercayaan yang disertai kewaspadaan.

Selain itu, kemudahan penggunaan dan kecepatan transaksi juga berkontribusi dalam memperkuat kepercayaan. Sistem yang sederhana dan responsif tidak hanya meningkatkan kenyamanan, tetapi juga memperkuat persepsi bahwa layanan tersebut efisien dan dapat diandalkan. Transparansi melalui notifikasi transaksi secara real-time semakin memperkuat rasa kontrol pengguna terhadap aktivitas keuangannya. Dengan demikian, kepercayaan pengguna terhadap fintech dapat dipahami sebagai hasil integrasi antara keamanan, pengalaman, pengaruh sosial, dan kemudahan sistem yang saling memperkuat satu sama lain.

## **Pembahasan**

### **1. Persepsi Kepercayaan Pengguna terhadap Layanan Financial Technology di Kalangan Generasi Z**

Berdasarkan hasil penelitian, persepsi kepercayaan pengguna terhadap layanan financial technology (fintech) di kalangan Generasi Z menunjukkan kecenderungan yang relatif tinggi. Kepercayaan tersebut terbentuk melalui pengalaman penggunaan yang dinilai memberikan kemudahan, efisiensi, serta rasa aman dalam melakukan transaksi keuangan. Generasi Z sebagai kelompok yang lahir dan berkembang dalam era digital memiliki tingkat literasi teknologi yang tinggi, sehingga lebih adaptif dalam menerima inovasi layanan keuangan berbasis digital. Namun demikian, kepercayaan yang terbentuk tidak bersifat absolut, melainkan dinamis dan senantiasa dipengaruhi oleh persepsi risiko yang menyertainya.

Dalam perspektif teoritis, temuan ini dapat dijelaskan melalui pengembangan Technology Acceptance Model yang menempatkan kepercayaan sebagai variabel penting dalam menjelaskan perilaku penggunaan teknologi. Kepercayaan tidak hanya dipengaruhi

---

oleh persepsi kemudahan penggunaan dan manfaat, tetapi juga oleh persepsi keamanan serta reliabilitas sistem. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa adopsi fintech dipengaruhi oleh keseimbangan antara manfaat yang dirasakan (*perceived benefits*) dan risiko yang dirasakan (*perceived risk*), di mana keduanya secara simultan membentuk kepercayaan pengguna (Chuliá-Jordán et al., 2022).

Kepercayaan dalam konteks fintech juga berkaitan dengan kemampuan sistem dalam mengurangi ketidakpastian serta meningkatkan rasa aman pengguna. Studi terbaru menunjukkan bahwa kepercayaan merupakan faktor fundamental dalam interaksi digital antara pengguna dan sistem, terutama dalam layanan yang melibatkan transaksi keuangan dan data pribadi (Wowra et al., 2022). Dalam penelitian ini, hal tersebut tercermin dari pernyataan informan yang menekankan pentingnya fitur keamanan seperti PIN, OTP, dan notifikasi transaksi sebagai dasar pembentukan kepercayaan. Selain faktor teknologi, pengalaman penggunaan juga berperan signifikan dalam membentuk kepercayaan pengguna. Informan yang memiliki pengalaman positif dalam menggunakan fintech cenderung menunjukkan tingkat kepercayaan yang lebih tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan berkembang melalui proses pembelajaran (*learning process*) yang bersifat akumulatif. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa pengalaman penggunaan fintech yang positif dapat meningkatkan persepsi manfaat serta memperkuat kepercayaan pengguna terhadap layanan digital (Sadhana et al., 2025).

Di sisi lain, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa meskipun tingkat kepercayaan relatif tinggi, pengguna tetap memiliki persepsi risiko, khususnya terkait keamanan data pribadi, potensi peretasan, dan kesalahan transaksi. Hal ini mengindikasikan bahwa kepercayaan dalam fintech bersifat kondisional, yaitu bergantung pada sejauh mana sistem mampu meminimalkan risiko yang dirasakan (Setiawan et al. 2022). Dengan demikian, kepercayaan dan risiko tidak bersifat saling meniadakan, melainkan saling berinteraksi dalam proses pengambilan keputusan pengguna. Selain itu, kepercayaan pengguna juga dipengaruhi oleh faktor sosial. Generasi Z cenderung membangun kepercayaan berdasarkan pengalaman kolektif yang diperoleh dari lingkungan sosial, seperti rekomendasi teman maupun tren penggunaan di media digital. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan tidak hanya terbentuk secara individual, tetapi juga melalui interaksi sosial yang berkembang dalam ekosistem digital.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa persepsi kepercayaan pengguna fintech di kalangan Generasi Z merupakan hasil interaksi antara faktor teknologi, pengalaman penggunaan, dan pengaruh sosial, yang secara simultan dipengaruhi oleh persepsi risiko. Kepercayaan dalam fintech tidak bersifat statis, melainkan berkembang secara dinamis seiring dengan pengalaman pengguna dan perkembangan teknologi digital.

## **2. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Terbentuknya Kepercayaan Pengguna**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terbentuknya kepercayaan pengguna terhadap layanan financial technology (fintech) di kalangan Generasi Z dipengaruhi oleh beberapa faktor utama yang saling berkaitan, yaitu keamanan, kredibilitas penyedia layanan, pengalaman penggunaan, pengaruh sosial, kemudahan penggunaan, serta transparansi sistem. Faktor-faktor tersebut tidak berdiri sendiri, melainkan membentuk suatu mekanisme psikologis dan sosial yang secara simultan memengaruhi tingkat kepercayaan pengguna.

---

Pertama, keamanan (*perceived security*) merupakan faktor dominan dalam membangun kepercayaan. Informan menekankan pentingnya fitur keamanan seperti PIN, OTP, dan notifikasi transaksi sebagai bentuk perlindungan terhadap data dan aktivitas keuangan. Dalam perspektif teori, hal ini sejalan dengan model *trust-based adoption* dalam *fintech* yang menyatakan bahwa keamanan sistem menjadi determinan utama dalam membentuk kepercayaan pengguna. Penelitian terbaru oleh Ryu Hyun-Sun (2021) dalam jurnal *Sustainability* menunjukkan bahwa persepsi keamanan memiliki pengaruh signifikan dalam meningkatkan kepercayaan dan mengurangi persepsi risiko dalam penggunaan *fintech*. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat keamanan yang dirasakan, maka semakin tinggi pula tingkat kepercayaan pengguna.

Kedua, kredibilitas penyedia layanan (*institutional trust*) menjadi faktor penting yang memperkuat kepercayaan. Pengguna cenderung lebih percaya pada layanan *fintech* yang terhubung dengan institusi resmi, seperti bank atau yang diawasi oleh regulator. Dalam konteks ini, kepercayaan tidak hanya dibangun melalui teknologi, tetapi juga melalui legitimasi kelembagaan. Penelitian oleh Alalwan et al. (2022) dalam jurnal *Journal of Retailing and Consumer Services* menunjukkan bahwa reputasi institusi dan kepatuhan terhadap regulasi memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepercayaan pengguna layanan keuangan digital. Temuan ini menegaskan bahwa kepercayaan pengguna sangat dipengaruhi oleh persepsi terhadap integritas dan kredibilitas penyedia layanan.

Ketiga, pengalaman penggunaan (*user experience*) juga berperan penting dalam membentuk kepercayaan. Informan yang memiliki pengalaman positif dalam menggunakan *fintech* cenderung memiliki tingkat kepercayaan yang lebih tinggi. Pengalaman yang bebas dari gangguan sistem atau masalah transaksi memperkuat keyakinan pengguna terhadap keandalan layanan. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Singh (2023) dalam jurnal *Technological Forecasting and Social Change*, yang menyatakan bahwa pengalaman pengguna yang positif dapat meningkatkan kepercayaan melalui peningkatan persepsi reliabilitas dan kepuasan pengguna.

Keempat, pengaruh sosial (*social influence*) menjadi faktor yang signifikan dalam membentuk kepercayaan, khususnya di kalangan Generasi Z. Informan mengungkapkan bahwa rekomendasi dari teman atau lingkungan sekitar menjadi pertimbangan dalam menggunakan *fintech*. Dalam teori *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*, pengaruh sosial merupakan determinan penting dalam adopsi teknologi, di mana individu cenderung mengikuti perilaku kelompok sosialnya. Penelitian terbaru oleh Oliveira et al. (2020–2022) menunjukkan bahwa pengaruh sosial memiliki dampak signifikan terhadap kepercayaan dan penggunaan layanan pembayaran digital, terutama pada kelompok usia muda.

Kelima, kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) turut berkontribusi dalam memperkuat kepercayaan pengguna. Aplikasi *fintech* yang mudah digunakan memberikan rasa nyaman dan meningkatkan rasa kontrol pengguna terhadap sistem. Hal ini sesuai dengan pengembangan *Technology Acceptance Model* yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan tidak hanya memengaruhi niat penggunaan, tetapi juga dapat meningkatkan kepercayaan terhadap sistem. Penelitian oleh Zhang (2022) dalam jurnal *Electronic*

---

Commerce Research and Applications menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan memiliki pengaruh tidak langsung terhadap kepercayaan melalui peningkatan kepuasan pengguna.

Keenam, transparansi sistem menjadi faktor yang memperkuat kepercayaan melalui peningkatan kontrol dan visibilitas transaksi. Informan menyatakan bahwa notifikasi transaksi secara real-time memberikan rasa aman karena pengguna dapat memantau aktivitas keuangan secara langsung. Dalam konteks ini, transparansi berfungsi sebagai mekanisme pengurangan ketidakpastian (*uncertainty reduction*). Penelitian oleh Kaur (2021) dalam jurnal *Journal of Financial Services Marketing* menunjukkan bahwa transparansi informasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepercayaan pengguna karena meningkatkan persepsi keadilan dan akuntabilitas layanan.

Secara keseluruhan, faktor-faktor tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan pengguna fintech merupakan hasil dari interaksi antara faktor teknologi (keamanan dan kemudahan), faktor institusional (kredibilitas), dan faktor sosial (pengaruh lingkungan), yang diperkuat oleh pengalaman pengguna dan transparansi sistem. Temuan ini memperkuat literatur bahwa kepercayaan dalam fintech bersifat multidimensional dan tidak dapat dijelaskan hanya melalui satu variabel tunggal.

### **3. Hubungan antara Persepsi Kepercayaan dan Persepsi Risiko**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kepercayaan dan persepsi risiko memiliki hubungan yang saling berinteraksi dalam penggunaan layanan *financial technology* oleh Generasi Z. Meskipun tingkat kepercayaan pengguna terhadap fintech relatif tinggi, persepsi risiko tetap muncul sebagai bagian dari pertimbangan dalam penggunaan layanan tersebut. Risiko yang dirasakan meliputi potensi kebocoran data pribadi, peretasan akun, kesalahan transaksi, serta gangguan sistem yang dapat memengaruhi keamanan dana pengguna.

Temuan ini menunjukkan bahwa kepercayaan tidak menghilangkan risiko, melainkan berkembang secara bersamaan dengan persepsi risiko. Dalam perspektif perilaku pengguna, kondisi ini dapat dijelaskan melalui konsep *risk-trust trade-off*, di mana pengguna melakukan evaluasi antara manfaat dan risiko sebelum mengambil keputusan. Generasi Z sebagai *digital native* cenderung memiliki tingkat adaptasi teknologi yang tinggi, namun tetap mempertimbangkan aspek keamanan sebagai faktor penting.

Dalam kerangka *Technology Acceptance Model* yang telah dikembangkan dalam konteks fintech, kepercayaan berperan sebagai variabel yang dapat mengurangi dampak negatif persepsi risiko terhadap penggunaan teknologi. Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hubungan tersebut tidak bersifat sederhana. Kepercayaan tidak sepenuhnya menghapus persepsi risiko, tetapi memungkinkan pengguna tetap menggunakan fintech dengan tingkat kewaspadaan tertentu.

Temuan ini sejalan dengan penelitian oleh Raza (2021) dalam *Journal of Financial Services Marketing* yang menyatakan bahwa kepercayaan dan risiko memiliki hubungan yang signifikan dalam memengaruhi adopsi fintech, di mana kepercayaan dapat menurunkan persepsi risiko tetapi tidak menghilangkannya. Selain itu, penelitian oleh Salloum (2022) dalam *Sustainability* menemukan bahwa kepercayaan berperan sebagai mediator antara persepsi risiko dan niat penggunaan teknologi digital. Studi oleh Al Nawayseh (2023) dalam *Electronic Commerce Research* menunjukkan bahwa pengguna fintech tetap mempertahankan

---

persepsi risiko meskipun memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi, terutama terkait keamanan data dan privasi. Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran risiko tetap menjadi bagian dari perilaku pengguna dalam lingkungan digital.

Penelitian terbaru oleh Nguyen (2024) dalam *Technology in Society* juga menegaskan bahwa hubungan antara kepercayaan dan risiko bersifat dinamis, di mana peningkatan kepercayaan dapat mengurangi sensitivitas terhadap risiko, tetapi tidak menghilangkan persepsi risiko secara keseluruhan. Dalam konteks ini, pengguna cenderung mengembangkan kepercayaan berbasis pengalaman (*experience-based trust*) yang terus berubah seiring dengan interaksi mereka dengan teknologi. Dalam konteks Generasi Z, hubungan antara kepercayaan dan risiko semakin kompleks karena kelompok ini memiliki tingkat literasi digital yang relatif tinggi, namun juga lebih sadar terhadap ancaman keamanan digital. Oleh karena itu, kepercayaan yang terbentuk bersifat pragmatis, yaitu kepercayaan yang didasarkan pada pengalaman penggunaan, informasi yang diperoleh, serta evaluasi risiko yang berkelanjutan.

Dengan demikian, analisis ini menunjukkan bahwa hubungan antara persepsi kepercayaan dan persepsi risiko dalam penggunaan fintech tidak bersifat saling meniadakan, melainkan saling melengkapi. Kepercayaan memungkinkan pengguna untuk tetap menggunakan layanan fintech, sementara persepsi risiko berfungsi sebagai mekanisme kontrol yang menjaga kewaspadaan pengguna. Oleh karena itu, keberhasilan fintech tidak hanya ditentukan oleh kemampuan dalam membangun kepercayaan, tetapi juga oleh efektivitas dalam mengelola dan meminimalkan persepsi risiko pengguna secara berkelanjutan.

## **PENUTUP**

Persepsi kepercayaan pengguna terhadap layanan financial technology di kalangan Generasi Z berada pada tingkat yang relatif tinggi, namun bersifat dinamis dan tidak absolut. Kepercayaan tersebut terbentuk melalui interaksi berbagai faktor, yaitu keamanan sistem, kredibilitas penyedia layanan, pengalaman penggunaan, pengaruh sosial, kemudahan penggunaan, serta transparansi sistem. Di sisi lain, persepsi risiko tetap hadir dan menjadi bagian dari pertimbangan pengguna, khususnya terkait keamanan data, potensi peretasan, dan kesalahan transaksi. Temuan ini menunjukkan bahwa kepercayaan dan risiko tidak saling meniadakan, melainkan saling berinteraksi dalam proses pengambilan keputusan pengguna fintech.

Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap literatur dengan memperkuat pemahaman bahwa kepercayaan dalam konteks fintech merupakan konstruk multidimensional yang tidak hanya dipengaruhi oleh faktor teknologi, tetapi juga faktor institusional dan sosial. Selain itu, penelitian ini memperluas pengembangan model *Technology Acceptance Model* dengan menegaskan bahwa kepercayaan tidak hanya berfungsi sebagai variabel yang memediasi penggunaan teknologi, tetapi juga sebagai proses dinamis yang terbentuk melalui pengalaman dan interaksi pengguna. Penelitian ini juga menegaskan bahwa hubungan antara kepercayaan dan risiko bersifat interaktif, sehingga memberikan perspektif yang lebih komprehensif dibandingkan pendekatan kuantitatif yang cenderung linear.

Secara praktis, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penyedia layanan fintech perlu memperkuat sistem keamanan, meningkatkan transparansi layanan, serta membangun

---

kredibilitas institusi untuk meningkatkan kepercayaan pengguna. Selain itu, penting bagi penyedia layanan untuk memperhatikan pengalaman pengguna (*user experience*) dan pengaruh sosial dalam strategi pengembangan layanan, mengingat Generasi Z sangat dipengaruhi oleh interaksi digital dan lingkungan sosial. Pengelolaan risiko juga perlu dilakukan secara proaktif melalui edukasi pengguna, peningkatan perlindungan data, serta sistem keamanan yang berkelanjutan untuk menjaga kepercayaan pengguna.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, antara lain jumlah informan yang terbatas sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan secara luas. Selain itu, penelitian ini hanya menggunakan pendekatan kualitatif, sehingga belum dapat mengukur kekuatan hubungan antar variabel secara kuantitatif. Data yang diperoleh juga bergantung pada persepsi subjektif informan, sehingga terdapat potensi bias dalam interpretasi hasil penelitian. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan pendekatan *mixed methods* dengan mengombinasikan metode kualitatif dan kuantitatif agar diperoleh hasil yang lebih komprehensif. Selain itu, penelitian dapat diperluas dengan melibatkan jumlah responden yang lebih besar serta membandingkan antar kelompok usia atau wilayah yang berbeda. Penelitian selanjutnya juga dapat mengkaji lebih dalam peran literasi keuangan digital dan faktor psikologis dalam membentuk kepercayaan pengguna terhadap fintech, serta mengeksplorasi peran regulasi dalam meningkatkan kepercayaan dan mengurangi persepsi risiko pengguna.

#### ***ACKNOWLEDGMENTS***

Penulis menyampaikan kepada setiap pihak yang telah membantu dan berkontribusi dalam penelitian serta penulisan naskah ini, termasuk dukungan teknis, bantuan administratif, serta kontribusi dalam proses pengumpulan data. Segala bentuk dukungan tersebut sangat membantu dalam kelancaran penyelesaian penelitian ini.

#### ***CONFLICTS OF INTEREST***

Para penulis menegaskan bahwa tidak terdapat konflik kepentingan yang dapat memengaruhi hasil maupun interpretasi dari artikel ini.

#### ***ETHICS STATEMENT***

Artikel ini adalah hasil karya orisinal yang belum pernah muncul dalam bentuk publikasi apa pun sebelumnya serta tidak sedang diajukan ke peninjauan pada jurnal lain. Naskah ini disusun tanpa unsur plagiarisme dan seluruh penulis telah menyetujui pengajuannya ke jurnal ini.

#### ***DECLARATION OF GENERATIVE AI***

Dalam proses penyusunan naskah ini, teknologi AI generatif digunakan sebagai alat bantu untuk penyuntingan bahasa dan perumusan struktur penulisan, tanpa memengaruhi substansi ilmiah penelitian. Seluruh isi dan interpretasi data tetap menjadi tanggung jawab penulis.

#### **REFERENSI**

Al Nawayseh, M. (2023). Fintech adoption behavior: The role of trust and perceived risk. *Electronic Commerce Research*, 23(2), 987–1005. <https://doi.org/10.1007/s10660-021->

- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., & Algharabat, R. (2022). Examining factors influencing the adoption of digital banking: The role of trust and perceived risk. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 64, 102865. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102865>
- Chuliá-Jordán, R., Fernández-Muñoz, J. J., & Gallego-Álvarez, I. (2022). The role of perceived benefits and perceived risks in fintech adoption. *Finance Research Letters*, 46, 102465. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2021.102465>
- Chuliá-Jordán, R., Vilches Peña, A., & Calero Llinares, M. (2022). The press as a resource for promoting sustainability competencies in teacher training: The case of SDG 7. *Sustainability*, 14(2), 857. <https://doi.org/10.3390/su14020857>
- Hidayat, T., Nugroho, A., & Putri, R. (2024). Determinants of fintech adoption among young users. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 28(1), 77–89.
- Kaur, P., Dhir, A., Singh, N., & Sahu, G. (2021). An innovation resistance theory perspective on mobile payment adoption. *Journal of Financial Services Marketing*, 26(2), 1–13. <https://doi.org/10.1057/s41264-021-00089-0>
- Nguyen, O. T. (2024). The role of trust and perceived risk in digital financial services adoption. *Technology in Society*, 76, 102435. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2023.102435>
- Oliveira, T., Thomas, M., Baptista, G., & Campos, F. (2020). Mobile payment adoption: The impact of social influence and trust. *Computers in Human Behavior*, 104, 106186. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.106186>
- Pratama, R., & Wijaya, A. (2025). Analisis pengaruh kepercayaan dan persepsi risiko terhadap penggunaan e-wallet. *Jurnal Manajemen Digital*, 7(1), 45–60.
- Putra, D., Lestari, S., & Rahman, F. (2024). Financial literacy and trust in fintech adoption. *Jurnal Ekonomi Modern*, 10(3), 210–225.
- Rahmawati, D., & Sari, M. (2023). Pengaruh kepercayaan terhadap penggunaan financial technology di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Digital*, 5(2), 120–135.
- Raza, S. A., Shah, N., & Ali, M. (2021). Acceptance of mobile banking in Islamic banks: The role of trust and perceived risk. *Journal of Financial Services Marketing*, 26(1), 1–15. <https://doi.org/10.1057/s41264-020-00082-8>
- Ryu, H. S. (2021). Understanding benefit and risk framework of fintech adoption: Comparison of early adopters and late adopters. *Sustainability*, 13(1), 1–15. <https://doi.org/10.3390/su13010345>
- Sadhana, K., Sukardi, S., Susilo, E. A., & Maulana, I. N. H. (2025). Fintech for sustainable economic development in coastal areas: A bibliometric review. *International Journal of Innovative Research and Scientific Studies*, 8(1), 1344–1355. <https://doi.org/10.53894/ijirss.v8i1.4609>
- Sadhana, N., Rahman, F., & Putri, A. (2025). User experience and trust in fintech adoption among young users. *Journal of Digital Business and Innovation*, 7(1), 55–70.
- Salloum, S. A., Al-Emran, M., & Shaalan, K. (2022). Understanding the impact of trust and perceived risk on fintech adoption. *Sustainability*, 14(1), 1–18. <https://doi.org/10.3390/su14010123>
- Setiawan, A., Pratama, R., & Nugroho, D. (2022). The role of perceived risk and trust in fintech adoption: Evidence from digital payment users. *Journal of Digital Finance*, 4(2), 101–115.
- Setiawan, B., Nugroho, A., & Lestari, S. (2022). Perceived risk and trust in fintech adoption in Indonesia. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 26(3), 345–357.
- Singh, S. (2023). User experience and fintech adoption: Evidence from digital consumers.

- 
- Technological Forecasting and Social Change, 190, 122389.  
<https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.122389>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478.
- Wowra, S., Dhir, A., & Kaur, P. (2022). Trust and user behavior in digital financial services: The role of uncertainty reduction. *Computers in Human Behavior Reports*, 6, 100185.  
<https://doi.org/10.1016/j.chbr.2022.100185>
- Zhang, T. (2022). The role of perceived ease of use in fintech adoption. *Electronic Commerce Research and Applications*, 52, 101121. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2022.101121>