



Perilaku Keuangan dan Persepsi Generasi Milenial dan Z terhadap *Fintech* pada UMKM Kota Langsa

Financial Behavior and Fintech Perceptions of Millennials and Generation Z among MSMEs in Langsa

Nadia Amanda^{1*}, Ghazali Syamni², Jummaini³, Marzuki⁴

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Malikussaleh

Email: nadia.220410160@mhs.unimal.ac.id¹, ghazali.syamni@unimal.ac.id², jummaini@unimal.ac.id³, marzuki@unimal.ac.id⁴

Article Info

Article history :

Received : 11-08-2026

Revised : 13-08-2026

Accepted : 15-08-2026

Published : 17-08-2026

Abstract

This study examines financial behavior and perceptions of Financial Technology (Fintech) among Millennial and Generation Z MSME actors in Langsa City. The study used a quantitative survey with 124 respondents selected through purposive sampling. Data were collected using a Likert-scale questionnaire and analyzed using validity and reliability tests, descriptive analysis, normality and homogeneity tests, and an Independent Sample t-test with IBM SPSS. The results show that financial behavior differs significantly between the two generations ($t = 4.182$; $p = 0.000$), with Generation Z having a higher mean score (53.0806) than Millennials (49.9516). In contrast, Fintech perceptions do not differ significantly ($t = 1.030$; $p = 0.305$), although Generation Z has a slightly higher mean (28.5484) than Millennials (28.1613). These findings indicate that generational characteristics remain relevant to financial behavior, while perceptions of Fintech are relatively similar because digital financial services have become integrated into the business activities of both groups. The study concludes that strengthening financial literacy and optimizing responsible Fintech use remain important for MSME actors across generations.

Keywords : Inancial Behavior, Fintech Perception, Msmes

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku keuangan dan persepsi terhadap *Financial Technology (Fintech)*, serta menganalisis perbedaan perilaku keuangan dan persepsi terhadap *Fintech* antara Generasi Milenial dan Generasi Z pada pelaku UMKM di Kota Langsa. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Sampel terdiri atas 124 pelaku UMKM yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner skala Likert dan dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas, analisis deskriptif, uji normalitas, uji homogenitas, dan Independent Sample t-test dengan bantuan IBM SPSS. Hasil penelitian menunjukkan terdapat perbedaan perilaku keuangan yang signifikan antara Generasi Milenial dan Generasi Z dengan nilai t sebesar 4,182 dan signifikansi 0,000. Rata-rata perilaku keuangan Generasi Z sebesar 53,0806 lebih tinggi dibandingkan Generasi Milenial sebesar 49,9516. Sementara itu, persepsi terhadap *Fintech* tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan dengan nilai t sebesar 1,030 dan signifikansi 0,305, meskipun rata-rata Generasi Z sebesar 28,5484 sedikit lebih tinggi dibandingkan Generasi Milenial sebesar 28,1613. Temuan ini menunjukkan bahwa karakteristik generasi masih membedakan perilaku keuangan, sedangkan persepsi terhadap *Fintech* relatif sama karena layanan keuangan digital telah menjadi bagian dari aktivitas usaha kedua kelompok.

Kata Kunci : *Fintech*, Perilaku Keuangan, UMKM



PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara masyarakat dan pelaku usaha melakukan aktivitas keuangan. *Financial Technology (Fintech)* berkembang sebagai bagian dari transformasi sistem keuangan dengan menawarkan layanan pembayaran, transfer, perbankan digital, dan layanan keuangan lainnya yang lebih cepat dan praktis. Perkembangan tersebut semakin relevan bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) karena transaksi digital dapat membantu efisiensi pembayaran, memperluas pilihan transaksi, serta mendukung pengelolaan aktivitas keuangan usaha. Gomber et al. (2020) menjelaskan bahwa digital finance dan *Fintech* telah menjadi bagian penting dari perubahan layanan keuangan, sedangkan World Bank (2022) menunjukkan bahwa digital *payments* semakin berkaitan dengan perluasan inklusi keuangan.

Pada konteks perilaku keuangan, penggunaan *Fintech* tidak hanya berkaitan dengan kemampuan menggunakan teknologi, tetapi juga dengan cara individu mengelola, merencanakan, mengendalikan, dan mengambil keputusan keuangan. Widyastuti et al. (2020) menunjukkan bahwa literasi dan pendidikan keuangan berkaitan dengan perilaku keuangan, sedangkan Rahayu et al. (2023) menempatkan literasi keuangan, *Fintech*, dan sikap keuangan sebagai aspek penting dalam perilaku keuangan UMKM. Dalam penelitian ini, perilaku keuangan dipahami melalui perilaku aktual dalam penggunaan layanan keuangan digital, yang indikatornya diadaptasi dari Abu Daqar et al. (2020), antara lain kepemilikan rekening dan akun *Fintech*, penggunaan *Mobile banking* dan dompet digital, frekuensi penggunaan, penggunaan untuk pembayaran dan transfer, transaksi real-time, preferensi pembayaran digital, pengalaman menggunakan aplikasi keuangan, serta ketergantungan pada *Fintech* dalam aktivitas keuangan harian.

Selain perilaku, persepsi terhadap *Fintech* merupakan aspek penting dalam menjelaskan penerimaan teknologi. *Technology Acceptance Model* menjelaskan bahwa *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* menjadi dasar penting dalam penerimaan teknologi (Davis, 1989). Dalam konteks *Fintech*, persepsi juga berkaitan dengan kepercayaan, keamanan, biaya, kesadaran, dan peran layanan digital dalam mendukung aktivitas perbankan. Ryu (2021) menunjukkan bahwa manfaat dan risiko dapat memengaruhi kesediaan pengguna untuk menggunakan *Fintech*. Dengan demikian, perbedaan persepsi antargenerasi dapat berpotensi memengaruhi cara pelaku UMKM menerima dan memanfaatkan layanan keuangan digital.

Generasi Milenial dan Generasi Z memiliki pengalaman perkembangan teknologi yang berbeda. Generasi Milenial mengalami transisi dari sistem konvensional menuju lingkungan digital, sedangkan Generasi Z tumbuh dalam lingkungan yang sejak awal lebih dekat dengan teknologi digital. Perbedaan pengalaman tersebut diduga dapat memengaruhi cara pelaku UMKM mengelola keuangan dan menggunakan *Fintech*. Penelitian Abu Daqar et al. (2020) menunjukkan pentingnya melihat perilaku keuangan dan persepsi *Fintech* berdasarkan karakteristik generasi. Penelitian terbaru juga menunjukkan bahwa karakteristik generasi dapat berkaitan dengan preferensi dan penerimaan layanan *Fintech* (Bohari et al., 2025; Prastiwi et al., 2025).

Kota Langsa dipilih karena penggunaan layanan pembayaran digital seperti *QRIS*, dompet digital, dan *Mobile banking* semakin menjadi bagian dari aktivitas UMKM. Penelitian ini difokuskan pada pelaku UMKM Generasi Milenial dan Generasi Z yang menggunakan *Fintech* dalam kegiatan usaha. Berdasarkan telaah penelitian terdahulu, kajian *Fintech* dan perilaku keuangan telah banyak dilakukan, tetapi penelitian yang secara khusus membandingkan perilaku



keuangan dan persepsi terhadap *Fintech* antara Generasi Milenial dan Generasi Z pada pelaku UMKM di Kota Langsa masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini diarahkan untuk mengisi kesenjangan tersebut melalui pendekatan komparatif.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan: (1) menganalisis perilaku keuangan Generasi Milenial dan Generasi Z dalam menggunakan layanan *Fintech* pada UMKM di Kota Langsa; (2) menganalisis persepsi Generasi Milenial dan Generasi Z terhadap penggunaan layanan *Fintech* pada UMKM di Kota Langsa; dan (3) menganalisis perbedaan perilaku keuangan dan persepsi *Fintech* antara Generasi Milenial dan Generasi Z pada pelaku UMKM di Kota Langsa.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei dan desain deskriptif-komparatif. Lokasi penelitian adalah Kota Langsa, Aceh, dengan objek penelitian pelaku UMKM Generasi Milenial dan Generasi Z yang menggunakan layanan *Fintech* dalam aktivitas usaha. Populasi penelitian mencakup pelaku UMKM dari kedua kelompok generasi yang menggunakan layanan keuangan digital. Sampel penelitian berjumlah 124 responden, terdiri atas 62 Generasi Z dan 62 Generasi Milenial, yang dipilih menggunakan purposive sampling berdasarkan kriteria responden yang telah ditetapkan dalam skripsi.

Data yang digunakan merupakan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala Likert 1–5. Variabel perilaku keuangan diukur menggunakan 13 indikator yang diadaptasi dari Abu Daqar et al. (2020), sedangkan persepsi *Fintech* diukur menggunakan 7 indikator, yaitu *ease of use*, *usefulness*, *trust*, *security*, *cost*, *awareness*, dan peran *Fintech* terhadap layanan bank. Sebelum analisis utama, instrumen diuji validitas dan reliabilitasnya. Hasil uji validitas menunjukkan seluruh item memiliki *r-hitung* lebih besar daripada *r-tabel* 0,176 dan signifikansi 0,000, sehingga seluruh item dinyatakan valid. Uji reliabilitas menghasilkan *Cronbach's Alpha* sebesar 0,600 untuk perilaku keuangan dan 0,604 untuk persepsi *Fintech*, sehingga keduanya memenuhi batas reliabilitas yang digunakan dalam penelitian.

Analisis data dilakukan dengan statistik deskriptif untuk menggambarkan kecenderungan jawaban responden. Uji normalitas dilakukan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* dan *Shapiro-Wilk*, dengan keputusan utama didasarkan pada *Shapiro-Wilk* karena jumlah responden pada masing-masing kelompok kurang dari 100. Uji homogenitas dilakukan menggunakan *Levene's Test*. Setelah asumsi terpenuhi, perbedaan dua kelompok dianalisis menggunakan Independent Sample t-test dengan tingkat signifikansi 0,05. Jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka terdapat perbedaan yang signifikan; jika nilai signifikansi sama dengan atau lebih besar dari 0,05, maka tidak terdapat perbedaan yang signifikan. Seluruh pengolahan data dilakukan dengan IBM SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Penelitian melibatkan 124 pelaku UMKM, terdiri atas 62 responden Generasi Z (50,0%) dan 62 responden Generasi Milenial (50,0%). Layanan *Fintech* yang paling banyak digunakan adalah *Mobile banking* sebanyak 51 responden (41,1%), diikuti *E-wallet* sebanyak 42 responden (33,9%) dan *QRIS* sebanyak 31 responden (25,0%). Responden perempuan berjumlah 77 orang (62,1%) dan laki-laki 47 orang (37,9%). Sebanyak 108 responden (87,1%) merupakan pemilik usaha, sedangkan



16 responden (12,9%) merupakan kasir UMKM. Dari sisi pengalaman, 92 responden (74,2%) telah menjalankan atau bekerja pada UMKM lebih dari satu tahun. Sektor kuliner menjadi sektor yang paling dominan dengan 53 responden (42,7%).

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase
Generasi	Generasi Z	62	50,0%
Generasi	Milenial	62	50,0%
Layanan <i>Fintech</i>	<i>Mobile banking</i>	51	41,1%
Layanan <i>Fintech</i>	<i>E-wallet</i>	42	33,9%
Layanan <i>Fintech</i>	<i>QRIS</i>	31	25,0%
Jenis kelamin	Perempuan	77	62,1%
Status UMKM	Pemilik usaha	108	87,1%
Lama bekerja	>1 tahun	92	74,2%
Sektor UMKM	Kuliner	53	42,7%

Sumber: Data diolah penulis (2026).

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian layak digunakan dalam mengukur variabel Perilaku Keuangan dan Persepsi *Fintech*. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh 13 item pernyataan Perilaku Keuangan dan 7 item pernyataan Persepsi *Fintech* memiliki nilai *r-hitung* lebih besar daripada *r-tabel* sebesar 0,176 serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga seluruh item dinyatakan valid.

Selanjutnya, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa variabel Perilaku Keuangan memperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,600 dengan 13 item, sedangkan variabel Persepsi *Fintech* memperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,604 dengan 7 item. Kedua nilai tersebut lebih besar dari 0,60, sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data pada masing-masing kelompok berdistribusi normal. Pengujian dilakukan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* dan *Shapiro-Wilk*. Karena jumlah responden pada masing-masing kelompok kurang dari 100, keputusan normalitas mengacu pada nilai *Shapiro-Wilk*. Seluruh nilai signifikansi *Shapiro-Wilk* lebih besar dari 0,05 sehingga data Perilaku Keuangan dan Persepsi *Fintech* pada Generasi Z maupun Generasi Milenial dinyatakan berdistribusi normal.

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

Variabel	Generasi	<i>Kolmogorov-Smirnov</i> Sig.	<i>Shapiro-Wilk</i> Sig.	Keterangan
Perilaku Keuangan	Generasi Z	0,200*	0,362	Normal
Perilaku Keuangan	Milenial	0,194	0,234	Normal
Persepsi <i>Fintech</i>	Generasi Z	0,001	0,077	Normal
Persepsi <i>Fintech</i>	Milenial	0,005	0,058	Normal

Sumber: Output SPSS (2026).



Uji Homogenitas

Uji homogenitas dilakukan menggunakan *Levene's Test* untuk mengetahui kesamaan varians antara Generasi Z dan Generasi Milenial. Hasil pengujian menunjukkan bahwa Perilaku Keuangan memiliki nilai signifikansi $0,015 < 0,05$ sehingga varians kedua kelompok tidak homogen. Sementara itu, Persepsi *Fintech* memiliki nilai signifikansi $0,108 > 0,05$ sehingga varians kedua kelompok dinyatakan homogen.

Tabel 3. Hasil Uji Homogenitas

Variabel	<i>Levene Statistic</i>	Sig.	Keterangan
Perilaku Keuangan	6,150	0,015	Tidak Homogen
Persepsi <i>Fintech</i>	2,616	0,108	Homogen

Sumber: Data primer diolah (2026).

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan kecenderungan jawaban responden pada setiap indikator. Variabel Perilaku Keuangan terdiri atas 13 indikator, sedangkan Persepsi *Fintech* terdiri atas 7 indikator. Pada Perilaku Keuangan, nilai mean indikator berada pada rentang 3,69 sampai 4,19, dengan nilai tertinggi pada PK3 sebesar 4,19 dan terendah pada PK13 sebesar 3,69. Pada Persepsi *Fintech*, nilai mean indikator berada pada rentang 3,87 sampai 4,18, dengan nilai tertinggi pada PF4 sebesar 4,18 dan terendah pada PF1 sebesar 3,87. Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden secara umum memberikan penilaian positif terhadap Perilaku Keuangan dan Persepsi *Fintech*.

Tabel 4. Ringkasan Analisis Deskriptif

Variabel	Jumlah Item	Mean Terendah	Mean Tertinggi	Indikator Tertinggi
Perilaku Keuangan	13	3,69	4,19	PK3 = 4,19
Persepsi <i>Fintech</i>	7	3,87	4,18	PF4 = 4,18

Sumber: Data diolah oleh penulis (2026).

Independent Sample t-Test

Independent Sample t-Test digunakan untuk menguji perbedaan rata-rata antara Generasi Z dan Generasi Milenial. Berdasarkan hasil uji homogenitas, Perilaku Keuangan menggunakan baris Equal Variances Not Assumed karena nilai *Levene's Test* sebesar $0,015 < 0,05$, sedangkan Persepsi *Fintech* menggunakan baris Equal Variances Assumed karena nilai *Levene's Test* sebesar $0,108 > 0,05$.

Tabel 5. Hasil Independent Sample t-Test

Variabel	Levene Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Keterangan
Perilaku Keuangan	0,015	4,182	110,602	0,000	3,12903	Terdapat Perbedaan
Persepsi <i>Fintech</i>	0,108	1,030	122	0,305	0,38710	Tidak Terdapat Perbedaan

Sumber: Output SPSS (2026).



Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada Tabel Model Summary, diperoleh nilai R sebesar 0,344, yang menunjukkan bahwa hubungan antara kepemimpinan transformasional, perilaku organisasi, dan komitmen organisasi dengan kinerja karyawan tergolong rendah tetapi positif. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,096 menunjukkan bahwa ketiga variabel independen mampu menjelaskan variasi kinerja karyawan sebesar 9,6%, sedangkan sisanya 90,4% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Dengan demikian, kemampuan model dalam menjelaskan variasi kinerja karyawan masih tergolong rendah.

Pembahasan

Perilaku Keuangan Generasi Milenial dan Generasi Z dalam Menggunakan Layanan *Fintech* pada Pelaku UMKM di Kota Langsa

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, perilaku keuangan Generasi Milenial dan Generasi Z dalam menggunakan layanan *Fintech* pada pelaku UMKM di Kota Langsa berada pada kategori baik. Kedua generasi telah memanfaatkan layanan *Fintech* seperti *Mobile banking*, dompet digital, *QRIS*, dan transfer online dalam mendukung aktivitas usaha maupun transaksi keuangan sehari-hari. Meskipun demikian, hasil penelitian menunjukkan adanya perbedaan perilaku keuangan antara kedua generasi. Generasi Z memiliki rata-rata perilaku keuangan yang lebih tinggi dibandingkan Generasi Milenial, yang menunjukkan bahwa Generasi Z lebih baik dalam mengelola keuangan, merencanakan penggunaan dana, mengendalikan pengeluaran, serta memanfaatkan layanan keuangan digital.

Perbedaan tersebut berkaitan dengan karakteristik Generasi Z yang sejak awal tumbuh dalam lingkungan digital atau sebagai *digital native*. Kondisi tersebut membuat Generasi Z lebih mudah beradaptasi dengan perkembangan teknologi, memperoleh informasi mengenai pengelolaan keuangan, serta memanfaatkan layanan *Fintech* seperti *Mobile banking*, dompet digital, *QRIS*, dan aplikasi pencatatan keuangan. Hasil penelitian ini sejalan dengan Widyastuti et al. (2020) yang menjelaskan bahwa literasi keuangan memiliki hubungan positif dengan perilaku keuangan. Individu yang memiliki pengetahuan dan pemahaman keuangan yang lebih baik cenderung menunjukkan perilaku keuangan yang lebih bijaksana dalam mengelola keuangan dan mengambil keputusan keuangan.

Persepsi Generasi Milenial dan Generasi Z terhadap Penggunaan *Fintech* pada Pelaku UMKM di Kota Langsa

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, persepsi Generasi Milenial dan Generasi Z terhadap penggunaan *Fintech* berada pada kategori baik. Kedua generasi memberikan penilaian positif terhadap layanan *Fintech* sebagai sarana yang mampu mendukung aktivitas keuangan dan operasional usaha.

Persepsi positif tersebut ditunjukkan melalui penilaian terhadap kemudahan penggunaan aplikasi, manfaat yang diperoleh, keamanan transaksi, tingkat kepercayaan terhadap penyedia layanan, serta biaya penggunaan yang relatif terjangkau. Kemudahan melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja menjadi salah satu alasan responden memanfaatkan layanan *Fintech* dalam menjalankan usaha.

Hasil tersebut sesuai dengan *Technology Acceptance Model (TAM)* yang dikembangkan Davis (1989), yang menjelaskan bahwa penerimaan teknologi dipengaruhi oleh persepsi



kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi manfaat (*perceived usefulness*). Selain itu, Laudon dan Laudon (2022) menjelaskan bahwa perkembangan sistem informasi telah mengubah cara masyarakat melakukan aktivitas keuangan sehingga layanan digital menjadi bagian penting dalam mendukung efektivitas dan efisiensi kegiatan ekonomi. Dengan demikian, pelaku UMKM dari kedua generasi memiliki persepsi yang positif terhadap penggunaan *Fintech* sebagai teknologi yang memberikan kemudahan dan manfaat dalam aktivitas usaha.

Pengaruh Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan

Berdasarkan hasil Independent Sample T-Test, terdapat perbedaan perilaku keuangan antara Generasi Milenial dan Generasi Z pada pelaku UMKM di Kota Langsa. Nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga H_1 diterima. Generasi Z memiliki rata-rata perilaku keuangan sebesar 53,0806, lebih tinggi dibandingkan Generasi Milenial sebesar 49,9516. Hal tersebut menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki tingkat perilaku keuangan yang lebih baik dibandingkan Generasi Milenial.

Hasil tersebut mengindikasikan bahwa Generasi Z lebih mampu mengelola keuangan, memanfaatkan layanan keuangan digital, serta melakukan aktivitas keuangan secara lebih efektif dalam menjalankan usahanya. Kondisi tersebut diduga dipengaruhi oleh karakteristik Generasi Z yang sejak awal tumbuh di lingkungan digital, sehingga lebih mudah beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan memanfaatkan berbagai layanan *Fintech*.

Sementara itu, hasil pengujian terhadap persepsi *Fintech* menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,305 > 0,05$, sehingga H_2 ditolak. Dengan demikian, tidak terdapat perbedaan persepsi *Fintech* antara Generasi Milenial dan Generasi Z pada pelaku UMKM di Kota Langsa. Meskipun rata-rata persepsi *Fintech* Generasi Z sebesar 28,5484 lebih tinggi dibandingkan Generasi Milenial sebesar 28,1613, perbedaan tersebut tidak signifikan secara statistik.

Secara keseluruhan, kedua generasi sama-sama memanfaatkan layanan *Fintech* untuk mempermudah transaksi, meningkatkan efisiensi, dan mendukung kegiatan operasional UMKM. Persamaan tersebut juga terlihat pada persepsi terhadap *Fintech*, karena kedua generasi menunjukkan penerimaan yang relatif sama terhadap manfaat dan kemudahan penggunaan layanan *Fintech*. Perbedaan kedua generasi lebih terlihat pada aspek perilaku keuangan, di mana Generasi Z menunjukkan perilaku keuangan yang lebih tinggi dibandingkan Generasi Milenial.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa karakteristik generasi masih memengaruhi cara pelaku UMKM mengelola keuangan, tetapi tidak lagi menyebabkan perbedaan yang signifikan dalam cara mereka memandang dan menerima penggunaan *Fintech*. *Fintech* telah menjadi bagian dari aktivitas keuangan sehari-hari bagi kedua generasi sehingga tingkat penerimaannya relatif sama, meskipun perilaku keuangan yang ditunjukkan berbeda.

KESIMPULAN

Berdasarkan Penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku keuangan Generasi Milenial dan Generasi Z pada pelaku UMKM di Kota Langsa berada pada kategori baik, tetapi terdapat perbedaan yang signifikan antara kedua generasi. Generasi Z memiliki rata-rata perilaku keuangan yang lebih tinggi daripada Generasi Milenial, sehingga hipotesis pertama diterima. Sementara itu, persepsi terhadap *Fintech* pada kedua generasi juga berada pada kategori baik dan tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan, sehingga hipotesis kedua ditolak. Temuan tersebut



menunjukkan bahwa karakteristik generasi masih membedakan perilaku keuangan, sedangkan cara memandang dan menerima *Fintech* cenderung relatif sama. Bagi pelaku UMKM, hasil penelitian menegaskan pentingnya mempertahankan pemanfaatan layanan digital sekaligus meningkatkan literasi, perencanaan, pengendalian, dan keamanan keuangan. Generasi Milenial perlu memperkuat adaptasi dan optimalisasi pemanfaatan *Fintech*, sedangkan Generasi Z perlu mempertahankan kemampuan pengelolaan keuangan dengan meningkatkan kedisiplinan serta memperhatikan keamanan dan risiko layanan digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Abu Daqar, M. A. M., Arqawi, S., & Abu Karsh, S. A. (2020). *Fintech* in the eyes of Millennials and Generation Z (The financial behavior and *Fintech* perception). *Banks and Bank Systems*, 15(3), 20–28. [https://doi.org/10.21511/bbs.15\(3\).2020.03](https://doi.org/10.21511/bbs.15(3).2020.03)
- Bohari, S. A., Wahab, A. A., & Abdul-Rahim, R. (2025). Navigating *Fintech* adoption through the role of perceived benefits and risks: The moderating role of generational cohorts. *International Journal of Bank Marketing*, 43(9), 1820–1840. <https://doi.org/10.1108/IJBM-01-2024-0064>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Field, A. (2020). *Discovering statistics using IBM SPSS Statistics* (5th ed.). SAGE Publications.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gomber, P., Koch, J.-A., & Siering, M. (2020). Digital finance and *Fintech*: Current research and future research directions. *Journal of Business Economics*, 90(8–9), 1249–1297. <https://doi.org/10.1007/s11573-020-00999-0>
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2022). *Management information systems: Managing the digital firm* (17th ed.). Pearson.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2024). *Laporan tahunan Otoritas Jasa Keuangan 2024*. Otoritas Jasa Keuangan.
- Prastiwi, P. I., Nugroho, N. T., & Indriyani, N. M. (2025). Exploring *Fintech* service preferences between Generation Z and Millennials in Surakarta, Indonesia. *American Journal of Financial Technology and Innovation*, 4(1). <https://doi.org/10.54536/ajfti.v4i1.5685>
- Rahayu, F. S., Risman, A., Firdaus, I., & Haningsih, L. (2023). The behavioral finance of MSME in Indonesia: Financial literacy, *Financial Technology (Fintech)*, and financial attitudes. *International Journal of Digital Entrepreneurship and Business*, 4(2), 95–107. <https://doi.org/10.52238/ideb.v4i2.127>
- Ryu, H.-S. (2021). What makes users willing or hesitant to use *Fintech*? The moderating effect of user type. *Industrial Management & Data Systems*, 121(7), 1518–1539. <https://doi.org/10.1108/IMDS-07-2020-0405>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2020). *Research methods for business: A skill-building approach* (8th ed.). John Wiley & Sons.
- Singhvi, A. S., Patil, K., & Parihar, K. (2025). A comparative study of financial behavior among Gen Z and Millennials. *BOHR International Journal of Finance and Market Research*, 4(1), 53–57. <https://doi.org/10.54646/bijfmr.2025.33>



Widyastuti, U., Sumiati, A., Herlita, H., & Melati, I. S. (2020). Financial education, financial literacy, and financial behaviour: What does really matter? *Management Science Letters*, 10(12), 2715–2720. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.4.039>

World Bank. (2022). The Global Findex Database 2021: Financial inclusion, digital *payments*, and resilience in the age of COVID-19. World Bank. <https://doi.org/10.1596/978-1-4648-1897-4>