



JURNAL VALUE : Jurnal Manajemen dan Akuntansi

Journal homepage: <https://e-journal.umc.ac.id/index.php/VL>



Pengaruh *Overconfidence*, *Financial Literacy*, *Risk Tolerance*, *Perceived Green Finance* Terhadap *Behavioral Intention*

Ichha Chandra¹

Fauziah Afriyani²

Budi Setiawan³

¹Fakultas Ekonomi, Universitas Indo Global Mandiri

Email : Ichachandra791@gmail.com

²Fakultas Ekonomi, Universitas Indo Global Mandiri

Email : fauziah@uigm.ac.id

³Fakultas Ekonomi, Universitas Indo Global Mandiri

Email : Budi.setiawan@uigm.ac.id

Diterima: 30 April 2025

Direview: 21 Mei 2025

Dipublikasikan: 15 Juli 2025

Abstract

Technological developments have encouraged the adoption of digital payment services in Indonesia, especially among women. This research aims to determine the influence of Overconfidence, Financial Literacy, Risk Tolerance, and Perceived Green Finance on Behavioral Intention in using digital payments. This research uses a quantitative approach with non-probability sampling and purposive sampling techniques. The total respondents were 384. Data were analyzed using the Partial Least Square - Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method. The results show that Overconfidence and Financial Literacy have a positive and significant effect on Behavioral Intention, while Risk Tolerance and Perceived Green Finance have a positive but not significant effect. This finding indicates that women are more influenced by psychological factors and financial understanding when using digital payments than external factors such as risk or sustainability issues.

Keywords: *Overconfidence, Financial Literacy, Risk Tolerance, Perceived Green Finance, Behavioral Intention*

Abstrak

Perkembangan teknologi telah mendorong adopsi layanan digital payment di Indonesia, khususnya di kalangan perempuan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Overconfidence, Financial Literacy, Risk Tolerance, dan Perceived Green Finance terhadap Behavioral Intention dalam menggunakan digital payment. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik non-probability sampling dan purposive sampling. Responden penelitian ini sebanyak 384 orang. Data dianalisis menggunakan metode Partial Least Square - Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Overconfidence dan Financial Literacy berpengaruh positif dan signifikan terhadap Behavioral Intention, sedangkan Risk Tolerance dan Perceived Green Finance berpengaruh positif namun tidak signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa perempuan lebih dipengaruhi oleh faktor psikologis dan pemahaman keuangan dalam menggunakan digital payment dibandingkan faktor eksternal seperti risiko dan isu keberlanjutan.

Kata Kunci: Overconfidence, Financial Literacy, Risk Tolerance, Perceived Green Finance, Behavioral Intention

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi signifikan dalam perilaku transaksi keuangan masyarakat Indonesia. Salah satu inovasi yang paling menonjol adalah penggunaan

digital payment yang kini menjadi preferensi utama dalam melakukan transaksi, terutama sejak pandemi COVID-19 memicu peralihan besar-besaran dari transaksi tunai ke non-tunai (World Bank, 2023; BI, 2021). Di kota Palembang, tren ini juga sangat terasa, khususnya di kalangan perempuan, yang secara statistik menunjukkan peningkatan signifikan dalam adopsi layanan dompet digital, seperti OVO, GoPay, dan Dana (OJK, 2022).

Namun, peningkatan penggunaan *digital payment* juga diikuti oleh tantangan psikologis dan perilaku, terutama terkait keputusan finansial yang tidak selalu rasional. Studi terdahulu menunjukkan bahwa fenomena *overconfidence* (kepercayaan diri berlebihan), *financial literacy* (literasi keuangan rendah), dan *risk tolerance* (toleransi risiko) yang bervariasi dapat berdampak pada *behavioral intention* individu dalam menggunakan layanan keuangan digital (Barber & Odean, 2001; Lusardi et al., 2006). Khusus pada kelompok perempuan, kecenderungan ini menjadi semakin relevan karena mereka memainkan peran penting dalam pengelolaan keuangan rumah tangga, namun menghadapi keterbatasan dalam literasi dan kepercayaan terhadap teknologi baru (McKinsey & Company, 2023).

Data dari Bank Indonesia (2024) menunjukkan bahwa transaksi digital di Sumatera Selatan mencapai 2,3 juta transaksi, dengan 63% di antaranya berasal dari Palembang. Meski demikian, data APJII (2023) mengungkapkan bahwa hanya 1,37% pengguna internet yang mengakses layanan dompet digital, jauh di bawah penggunaan media sosial (89,15%). Hal ini mencerminkan adanya ketimpangan antara ketersediaan layanan dan tingkat adopsi, yang menimbulkan pertanyaan mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan individu, khususnya perempuan, dalam menggunakan *digital payment*.

Perkembangan teknologi digital telah melahirkan perubahan signifikan dalam cara masyarakat melakukan transaksi keuangan. Adopsi *digital payment* menjadi salah satu fenomena utama, dengan peningkatan tajam terutama selama masa pandemi COVID-19. Namun, meskipun layanan dompet digital seperti OVO, GoPay, dan Dana semakin populer, adopsinya masih belum optimal jika dibandingkan dengan akses layanan digital lainnya. Berdasarkan data APJII (2023), hanya 1,37% pengguna internet yang mengakses layanan dompet digital, jauh di bawah pengguna media sosial yang mencapai 89,15%. Fenomena ini menunjukkan adanya kesenjangan antara ketersediaan teknologi dan perilaku aktual pengguna, khususnya di kalangan perempuan yang berperan strategis dalam pengelolaan keuangan rumah tangga.

Di sisi lain, keputusan keuangan tidak selalu rasional, melainkan sering dipengaruhi oleh faktor psikologis seperti *overconfidence* (kepercayaan diri berlebihan), *financial literacy* (literasi keuangan), dan *risk tolerance* (toleransi risiko). Beberapa penelitian terdahulu memberikan hasil yang berbeda-beda: ada yang menyatakan *overconfidence* mendorong keputusan positif dalam adopsi teknologi keuangan (Villanueva & Martins, 2022). Di tengah dinamika ini, muncul pula dimensi baru yaitu *perceived green finance*, yaitu persepsi individu terhadap keberlanjutan lingkungan dalam produk keuangan. Namun, belum banyak penelitian yang menggabungkan keempat variabel ini secara utuh dan menguji pengaruhnya terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan *digital payment*.

Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini hadir untuk menjawab gap riset tersebut dengan mengusulkan model integratif yang menguji secara bersamaan pengaruh *overconfidence*, *financial literacy*, *risk tolerance*, dan *perceived green finance* terhadap *behavioral intention* perempuan dalam menggunakan *digital payment* di Kota Palembang. Selain menambahkan dimensi keberlanjutan, fokus pada perempuan juga menjadi kontribusi khas karena sebagian besar studi sebelumnya masih mendominasi pengguna umum atau investor laki-laki. Penelitian ini juga relevan dalam mendukung tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs), khususnya SDG 5 (kesetaraan gender), SDG 8 (pertumbuhan ekonomi), dan SDG 12 (konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab). Pendekatan ini diharapkan dapat memperluas kerangka teori perilaku keuangan dan menginformasikan pengembangan layanan keuangan digital yang lebih inklusif dan berwawasan lingkungan.

Beberapa faktor psikologis dan perilaku yang diyakini turut mempengaruhi niat seseorang dalam menggunakan layanan digital antara lain adalah *overconfidence* atau kepercayaan diri berlebihan, tingkat literasi keuangan, toleransi terhadap risiko, serta persepsi terhadap keberlanjutan lingkungan dari produk keuangan atau yang dikenal dengan istilah *perceived green finance*. *Overconfidence* dapat menyebabkan individu merasa lebih mampu mengelola keuangan daripada kenyataannya, yang dapat memicu keputusan keuangan yang kurang bijaksana, termasuk dalam penggunaan teknologi keuangan digital. Di sisi lain, literasi keuangan yang rendah juga menjadi tantangan yang sering dihadapi perempuan dalam mengelola keuangan, termasuk dalam menilai manfaat dan risiko dari *digital payment*. Selain itu, *risk tolerance* atau sejauh mana seseorang bersedia mengambil risiko dalam transaksi

keuangan digital, serta persepsi terhadap aspek ramah lingkungan dari layanan tersebut, juga dapat menjadi pertimbangan penting dalam membentuk niat perilaku individu terhadap penggunaan *digital payment*.

Studi ini juga mengangkat dimensi baru berupa Perceived Green Finance, yaitu persepsi individu terhadap keberlanjutan lingkungan dari produk keuangan. Hal ini penting karena dalam era Sustainable Development Goals (SDGs), keterlibatan perempuan dalam penggunaan produk keuangan ramah lingkungan dapat mendukung pencapaian tujuan SDG 5 (Kesetaraan Gender), SDG 8 (Pertumbuhan Ekonomi), dan SDG 12 (Konsumsi dan Produksi Bertanggung Jawab) (Yang et al., 2021; Yuliyanti & Mahmud, 2023).

Studi-studi sebelumnya telah meneliti pengaruh *overconfidence* dan *financial literacy* terhadap keputusan investasi (Yulianis & Sulistyowati, 2021), dan *green finance* terhadap inovasi perusahaan (Wang et al., 2020). Namun, belum banyak yang mengkaji secara terpadu pengaruh empat variabel tersebut terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan *digital payment* pada kelompok perempuan sebagai pengguna akhir (*end-users*).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh variabel *overconfidence*, *financial literacy*, *risk tolerance*, dan *perceived green finance* terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan *digital payment* oleh perempuan di Kota Palembang. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi peran dari keempat variabel tersebut dalam membentuk niat individu dalam memanfaatkan layanan pembayaran digital, serta mengungkap apakah faktor-faktor psikologis dan persepsi lingkungan tersebut memberikan kontribusi signifikan terhadap keputusan penggunaan teknologi keuangan, khususnya oleh kelompok perempuan yang memegang peran sentral dalam pengelolaan keuangan rumah tangga.

Kebaruan dalam penelitian ini terletak pada pendekatan integratif yang menggabungkan empat variabel utama *overconfidence*, *financial literacy*, *risk tolerance*, dan *perceived green finance* yang belum banyak diteliti secara bersamaan dalam konteks penggunaan *digital payment* oleh perempuan di Indonesia, khususnya di Palembang. Selain itu, penelitian ini memperkenalkan perspektif baru dengan memasukkan variabel *perceived green finance* sebagai faktor yang relevan dalam membentuk *behavioral intention* terhadap penggunaan teknologi keuangan yang mendukung nilai-nilai keberlanjutan. Fokus pada kelompok perempuan juga menjadi keunikan tersendiri karena sebagian besar studi sebelumnya masih mendominasi kelompok pengguna umum atau investor pria. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur gender dalam keuangan digital serta menjadi dasar bagi pengembangan kebijakan berbasis data dalam mendorong adopsi *digital payment* yang lebih inklusif dan berwawasan lingkungan.

KAJIAN PUSTAKA

Theory of Planned Behavior (TPB)

Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikembangkan oleh Ajzen (2019) sebagai grand theory. Teori ini menjelaskan bahwa perilaku individu ditentukan oleh niat (*behavioral intention*) yang dipengaruhi oleh tiga komponen utama: sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan *perceived behavioral control*. Dalam konteks penggunaan *digital payment*, niat perempuan untuk menggunakan layanan tersebut dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor psikologis dan persepsi personal terhadap risiko dan manfaat, yang relevan dengan konsep dalam TPB. Sikap terhadap perilaku tercermin dalam variabel *overconfidence* dan *financial literacy*, di mana tingkat kepercayaan diri dan pemahaman keuangan akan membentuk persepsi positif atau negatif terhadap penggunaan *digital payment*. *Perceived behavioral control* tercermin dalam variabel *risk tolerance*, yang menunjukkan sejauh mana individu merasa mampu dan bersedia menghadapi risiko dalam penggunaan layanan keuangan digital. Sementara itu, *perceived green finance* dapat dikaitkan dengan nilai pribadi dan norma subjektif yang berkembang seiring meningkatnya kesadaran akan pentingnya keberlanjutan lingkungan, sehingga berkontribusi terhadap niat seseorang dalam menggunakan *digital payment* yang ramah lingkungan.

Overconfidence

Overconfidence atau keyakinan berlebihan merupakan salah satu bias psikologis dalam teori keuangan perilaku yang menggambarkan kecenderungan individu untuk melebih-lebihkan pengetahuan, keterampilan, atau keakuratan prediksi mereka dalam pengambilan keputusan keuangan. Individu yang mengalami *overconfidence* sering kali mengabaikan risiko karena merasa yakin bahwa keputusan yang

diambilnya sudah tepat. Dalam konteks penggunaan *digital payment*, *overconfidence* dapat memengaruhi perilaku seseorang untuk menggunakan layanan tersebut tanpa memperhatikan aspek keamanan dan potensi risiko. Menurut Kusnadi & Prabowo (2022), individu yang terlalu percaya diri cenderung melakukan transaksi secara impulsif dan mengabaikan prosedur keamanan. Sementara itu, Fischer & Gerhardt (2020) menyatakan bahwa keyakinan berlebihan mendorong seseorang untuk lebih aktif menggunakan teknologi keuangan. Dengan demikian, *overconfidence* menjadi faktor psikologis yang dapat memicu niat perilaku (*behavioral intention*) dalam penggunaan layanan keuangan digital.

Financial Literacy

Financial literacy atau literasi keuangan mengacu pada kemampuan individu dalam memahami konsep keuangan dasar seperti pengelolaan uang, bunga majemuk, inflasi, dan diversifikasi risiko. Literasi keuangan yang baik memungkinkan individu untuk membuat keputusan keuangan yang bijak, termasuk dalam penggunaan *digital payment*. Menurut Lusardi et al. (2006), literasi keuangan merupakan prasyarat penting dalam mencapai inklusi keuangan yang efektif dan aman. Individu dengan literasi keuangan tinggi cenderung lebih peka terhadap risiko dan lebih efisien dalam memanfaatkan layanan keuangan digital. Dalam konteks perempuan, literasi keuangan menjadi krusial karena perempuan memiliki peran penting dalam mengelola keuangan rumah tangga. Penelitian oleh Putri & Hidayati (2023) menegaskan bahwa literasi keuangan dapat meningkatkan rasa percaya diri perempuan dalam menggunakan layanan *digital payment* serta meminimalisir potensi kesalahan finansial yang dapat terjadi akibat kurangnya pemahaman terhadap fitur dan risiko teknologi tersebut.

Risk Tolerance

Risk tolerance atau toleransi risiko menggambarkan sejauh mana seseorang bersedia menerima ketidakpastian atau kemungkinan kerugian dalam pengambilan keputusan keuangan. Dalam konteks penggunaan teknologi keuangan seperti *digital payment*, *risk tolerance* menjadi salah satu penentu utama apakah seseorang akan menggunakan teknologi tersebut secara aktif atau justru menghindarinya. Individu dengan tingkat *risk tolerance* tinggi cenderung lebih terbuka terhadap inovasi, termasuk transaksi digital, meskipun terdapat risiko penipuan atau kerentanan data. Sebaliknya, mereka yang memiliki toleransi risiko rendah biasanya lebih konservatif dan enggan mengambil keputusan yang dianggap berisiko. Hermansson & Jonsson (2021) menyatakan bahwa *risk tolerance* dapat dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu, kondisi keuangan, serta literasi digital seseorang. Dalam kaitannya dengan perempuan pengguna *digital payment*, penelitian oleh Grable et al. (2020) menemukan bahwa meskipun perempuan cenderung memiliki *risk tolerance* yang lebih rendah dibanding laki-laki, tren menunjukkan bahwa semakin banyak perempuan yang bersedia mengambil risiko seiring meningkatnya akses terhadap informasi keuangan dan teknologi.

Perceived Green Finance

Perceived green finance merupakan persepsi individu terhadap layanan atau produk keuangan yang mendukung prinsip keberlanjutan dan ramah lingkungan. Dalam beberapa tahun terakhir, aspek keberlanjutan menjadi salah satu pertimbangan penting dalam pengambilan keputusan finansial, tidak terkecuali dalam penggunaan *digital payment*. Transaksi non-tunai dinilai lebih ramah lingkungan karena dapat mengurangi penggunaan kertas, mengurangi emisi karbon, dan mendukung efisiensi energi. Penelitian oleh Zhou et al. (2022) menunjukkan bahwa konsumen dengan kesadaran lingkungan tinggi lebih cenderung memilih layanan keuangan yang mendukung prinsip keberlanjutan. Hal ini juga didukung oleh Kaur & Grover (2021) yang menyatakan bahwa persepsi positif terhadap dampak lingkungan dari layanan keuangan dapat memengaruhi niat individu untuk menggunakan layanan tersebut. Dalam konteks perempuan, faktor *perceived green finance* menjadi semakin relevan karena perempuan dinilai lebih peduli terhadap isu-isu sosial dan lingkungan, sehingga mereka lebih responsif terhadap layanan keuangan digital yang sejalan dengan nilai keberlanjutan.

Behavioral Intention

Behavioral intention merupakan konstruk psikologis yang merujuk pada niat seseorang untuk melakukan suatu tindakan tertentu di masa depan. Dalam studi perilaku konsumen, *behavioral intention* sering dijadikan sebagai indikator utama dalam memprediksi apakah seseorang akan menggunakan atau mengadopsi suatu teknologi. Dalam konteks *digital payment*, niat perilaku terbentuk dari persepsi individu terhadap kemudahan penggunaan, manfaat, risiko, hingga nilai-nilai yang terkandung dalam

teknologi tersebut. Menurut [Venkatesh et al. \(2021\)](#), behavioral intention dipengaruhi oleh ekspektasi kinerja, kemudahan penggunaan, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, serta persepsi terhadap keamanan. Individu dengan niat tinggi untuk menggunakan *digital payment* umumnya telah memiliki pengalaman positif atau persepsi yang baik terhadap teknologi tersebut. Dalam penelitian ini, behavioral intention menjadi variabel dependen yang dipengaruhi oleh keempat variabel independen, yaitu *overconfidence*, *financial literacy*, *risk tolerance*, dan *perceived green finance*.

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Pengaruh *Overconfidence* Terhadap *Behavioral Intention*

Overconfidence merupakan kecenderungan individu untuk terlalu yakin terhadap kemampuan, pengetahuan, atau keputusan finansialnya sendiri. Dalam konteks penggunaan digital payment, individu yang memiliki tingkat *overconfidence* tinggi cenderung merasa yakin bahwa mereka mampu mengelola risiko dan memanfaatkan fitur-fitur layanan keuangan digital tanpa mempertimbangkan aspek keamanan atau kerugian yang mungkin terjadi. Hal ini dapat mendorong perilaku yang lebih proaktif dalam mencoba teknologi baru termasuk layanan pembayaran digital. Menurut Theory of Planned Behavior ([Ajzen, 2019](#)), perilaku seseorang terbentuk dari keyakinan dan persepsi kontrol terhadap tindakan yang akan dilakukan. *Overconfidence*, sebagai bentuk kepercayaan diri berlebih, dapat memengaruhi sikap positif seseorang dalam mengambil keputusan keuangan, termasuk dalam menggunakan digital payment. [Barber & Odean \(2001\)](#) menyatakan bahwa individu yang *overconfident* cenderung mengambil keputusan keuangan tanpa pertimbangan rasional karena terlalu percaya diri. [Fischer & Gerhardt \(2020\)](#) menambahkan bahwa *overconfidence* mendorong perilaku eksploratif terhadap teknologi keuangan. Studi oleh [Villanueva & Martins \(2022\)](#) menunjukkan bahwa pengguna dengan tingkat *overconfidence* tinggi memiliki kecenderungan signifikan untuk mencoba teknologi baru. Berdasarkan hal tersebut, *overconfidence* diprediksi memiliki pengaruh positif terhadap niat menggunakan digital payment.

H1 : Pengaruh *Overconfidence* Terhadap *Behavioral Intention*

Pengaruh *Financial Literacy* Terhadap *Behavioral Intention*

Financial literacy merupakan kemampuan individu untuk memahami konsep keuangan dasar dan mengaplikasikannya dalam pengambilan keputusan finansial sehari-hari. Tingkat literasi keuangan yang baik memungkinkan seseorang untuk lebih bijak dalam memilih layanan keuangan digital, memahami risiko dan biaya, serta memaksimalkan manfaat dari penggunaan digital payment. Literasi keuangan yang tinggi juga dapat meningkatkan rasa percaya diri dalam melakukan transaksi elektronik, sehingga mendorong niat perilaku untuk menggunakan layanan tersebut. *Financial literacy* merupakan elemen penting dalam TPB karena memengaruhi sikap individu dan persepsi kontrol terhadap keputusan finansial. [Lusardi & Mitchell \(2006\)](#) menyebutkan bahwa literasi keuangan yang baik membuat individu lebih mampu memahami manfaat dan risiko layanan keuangan digital. Menurut [Chen & Volpe \(2020\)](#), literasi keuangan juga meningkatkan kepercayaan dalam mengelola transaksi digital secara aman. [Satoto & Putra \(2021\)](#) menegaskan bahwa semakin tinggi literasi keuangan, semakin tinggi pula intensi menggunakan uang elektronik. Pengetahuan yang cukup mengenai keuangan mendorong perempuan untuk lebih percaya diri dan memiliki niat yang lebih kuat dalam mengadopsi digital payment sebagai alternatif transaksi.

H2: Pengaruh *Financial Literacy* Terhadap *Behavioral Intention*

Pengaruh *Risk Tolerance* Terhadap *Behavioral Intention*

Risk tolerance atau toleransi risiko mencerminkan seberapa besar kesiapan individu untuk menghadapi ketidakpastian atau kerugian dalam keputusan finansial. Dalam penggunaan layanan digital payment, terdapat risiko keamanan data, penipuan, maupun kesalahan teknis yang harus dipertimbangkan oleh pengguna. Individu dengan toleransi risiko yang tinggi cenderung lebih terbuka dan siap menerima risiko tersebut, sehingga lebih mudah mengadopsi teknologi baru. Sebaliknya, mereka yang memiliki toleransi risiko rendah biasanya lebih berhati-hati dan enggan menggunakan layanan yang dianggap belum sepenuhnya aman. Dalam TPB, *perceived behavioral control* mencakup kemampuan dan kesiapan individu dalam menghadapi risiko, sehingga *risk tolerance* menjadi komponen penting. Menurut [Grable et al. \(2020\)](#), individu dengan *risk tolerance* tinggi memiliki kecenderungan lebih besar dalam menggunakan layanan keuangan berbasis teknologi. [Pal et al. \(2020\)](#)

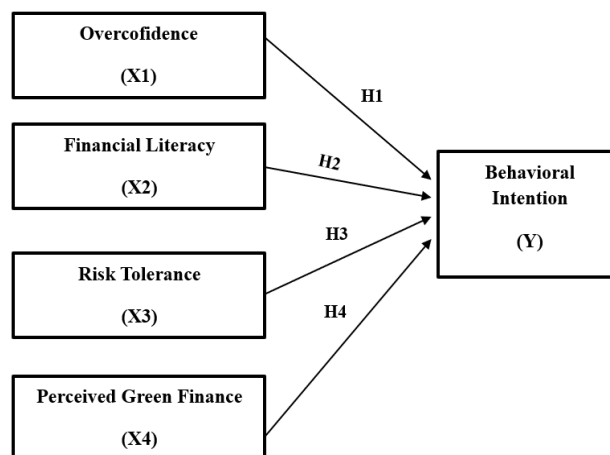
mengemukakan bahwa toleransi terhadap risiko merupakan faktor signifikan dalam mempengaruhi penggunaan mobile payment. [Hermansson & Jonsson \(2021\)](#) juga menegaskan bahwa individu yang siap menerima risiko akan lebih cenderung mencoba layanan finansial digital. Maka, semakin tinggi toleransi risiko seseorang, semakin besar pula kemungkinan ia memiliki niat untuk menggunakan digital payment.

H3: Pengaruh *Risk Tolerance* Terhadap *Behavioral Intention*

Pengaruh *Perceived Green Finance* Terhadap *Behavioral Intention*

Perceived green finance mengacu pada persepsi individu terhadap nilai keberlanjutan lingkungan yang terkandung dalam suatu produk atau layanan keuangan, termasuk dalam layanan digital payment. Layanan ini dinilai mampu mengurangi jejak karbon, penggunaan kertas, dan dampak negatif terhadap lingkungan jika dibandingkan dengan sistem pembayaran konvensional. Perempuan yang memiliki kesadaran terhadap isu lingkungan cenderung lebih memperhatikan aspek keberlanjutan sebelum memilih layanan keuangan yang akan digunakan. *Perceived green finance*, dalam kerangka TPB, dapat dikaitkan dengan norma subjektif dan nilai-nilai pribadi terkait keberlanjutan. [Zhang et al. \(2021\)](#) menyatakan bahwa persepsi terhadap keberlanjutan lingkungan memengaruhi niat dalam menggunakan produk keuangan hijau. [Kaur & Grover \(2021\)](#) menambahkan bahwa konsumen dengan kesadaran lingkungan tinggi lebih memilih produk keuangan yang mendukung praktik ramah lingkungan. [Zhou et al. \(2022\)](#) juga membuktikan bahwa *perceived green finance* memiliki pengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan teknologi keuangan yang berkelanjutan. Oleh karena itu, semakin tinggi persepsi individu terhadap aspek lingkungan dari layanan digital payment, semakin tinggi pula niat mereka untuk menggunakannya.

H4: Pengaruh *Perceived Green Finance* Terhadap *Behavioral Intention*



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis deskriptif korelasional untuk menguji pengaruh *overconfidence*, *financial literacy*, *risk tolerance*, dan *perceived green finance* terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan digital payment oleh perempuan di Kota Palembang. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perempuan yang berdomisili di Palembang dan pernah menggunakan digital payment. Sampel berjumlah 384 responden yang ditentukan melalui teknik purposive sampling dengan kriteria: perempuan, berdomisili di Palembang, dan pernah menggunakan digital payment minimal tiga kali dalam tiga bulan terakhir. Tahap persiapan dilakukan dengan menyusun dan mengadaptasi kuesioner dari penelitian sebelumnya, lalu dilakukan uji coba (pre-test) kepada 30 responden untuk menguji validitas isi dan keterbacaan. Kuesioner disusun menggunakan skala Likert lima poin dan terdiri dari beberapa indikator, seperti: *overconfidence*, *financial literacy* ([Lusardi & Mitchell, 2019](#)), *risk tolerance* ([Hermansson & Jonsson, 2021](#)), *perceived green finance*, dan *behavioral intention* ([Venkatesh et al., 2016](#)). Contoh butir pernyataan, misalnya: “Saya yakin

memahami cara kerja dompet digital” (overconfidence) dan “Saya berniat terus menggunakan digital payment” (behavioral intention). Analisis data dilakukan dengan metode Structural Equation Modeling (SEM) menggunakan pendekatan Partial Least Square (PLS) melalui aplikasi SmartPLS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Data Penelitian

Hasil deskripsi data penelitian dari 384 responden yang telah memenuhi standar kriteria adalah sebagai berikut :

Tabel 1. Usia Responden

No.	Usia	Frekuensi	Presentase (%)
1.	17 – 20 Tahun	119	31%
2.	21 – 25 Tahun	186	48%
3.	25 – 27 Tahun	79	21%
Jumlah		384	100%

Sumber : Data Primer, 2024

Tabel 1 menunjukkan bahwa responden terbanyak 21 – 25 tahun yaitu berjumlah 186 responden atau sebesar 48%. Responden terbanyak kedua berusia 17 – 20 tahun yaitu berjumlah 119 responden atau sebesar 31%. Responden terbanyak ketiga berusia 25 – 27 tahun yaitu berjumlah 79 responden atau sebesar 21%.

Tabel 2. Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase (%)
1.	Perempuan	384	100%
Jumlah		384	100%

Sumber : Data Primer, 2024

Tabel 2 menunjukkan bahwa seluruh responden adalah perempuan yaitu berjumlah 384 responden atau sebesar 100%.

Tabel 3. Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jumlah Responden	Presentase (%)
1.	Bekerja	159	41%
2.	Belum Bekerja	2	1%
3.	Siswa / Mahasiswa	162	42%
4.	Wiraswasta	61	16%
Jumlah		384	100%

Sumber : Data Primer, 2024

Tabel 3 menunjukkan bahwa responden terbanyak dengan status siswa / mahasiswa yaitu berjumlah 162 responden atau sebesar 42%. Responden terbanyak kedua dengan status bekerja yaitu berjumlah 159 responden atau sebesar 41%. Responden terbanyak ketiga dengan status wiraswasta yaitu berjumlah 61 responden atau sebesar 16%. Dan untuk status belum bekerja berjumlah 2 responden atau sebesar 1%.

Tabel 4. Konstruk *Validity* dan *Reliability*

	Composite Reliability	Cronbach's Alpha	AVE	Keterangan
Overconfidence	0,885	0,809	0,849	Reliabel
Financial Literacy	0,896	0,823	0,862	Reliabel
Risk Tolerance	0,924	0,877	0,896	Reliabel
Perceived Green Finance	0,874	0,821	0,763	Reliabel
Behavioral Intention	0,821	0,670	0,778	Reliabel

Sumber : Output SmartPLS 3, 2024

Pada Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai pada cronbach's alpha dan composite reliability memiliki nilai diatas 0,7 yang berarti bahwa untuk setiap konstruknya memiliki korelasi yang tinggi, namun menurut [Hair et al, \(2017\)](#), nilai cronbach's alpha sebesar 0,60 atau lebih juga dapat diterima dan dinyatakan reliabel sehingga konstruk cronbach's alpha behavioral intention yang memiliki nilai 0,670 dapat diterima. Tabel diatas juga menunjukkan nilai AVE lebih besar dari 0,5 yang memiliki arti bahwa reliability dan konstruk bersifat baik. Maka data tersebut dinyatakan reliabel dan digunakan untuk pengujian pada tahap selanjutnya.

Tabel 5. Uji Hipotesis

Hipotesis	Hubungan Pengaruh	Original Sample (O)	T Statistic	P Values	Ket
H1	Overconfidence -> Behavioral Intention	0,273	4,354	0,000	Positif Signifikan
H2	Financial Literacy -> Behavioral Intention	0,187	4,354	0,002	Positif Signifikan
H3	Risk Tolerance -> Behavioral Intention	0,020	0,303	0,762	Positif Tidak Signifikan
H4	Perceived Green Finance -> Behavioral Intention	0,117	1,339	0,181	Positif Tidak Signifikan

Sumber : Output SmartPLS 3,2024

Hipotesis 1, bahwa Overconfidence berpengaruh positif terhadap Behavioral intention karena nilai T-statistic sebesar $4,354 > 1,96$ dan p-value $0,000 < 0,05$. Hipotesis 2, bahwa Financial Literacy berpengaruh positif terhadap Behavioral intention karena nilai T-statistic sebesar $4,354 > 1,96$ dan p-value $0,002 < 0,05$. Hipotesis 3, bahwa Risk Tolerance tidak berpengaruh positif terhadap Behavioral intention karena nilai T-statistic sebesar $0,303 > 1,96$ dan p-value $0,762 > 0,05$. Hipotesis 4, bahwa Perceived Green Finance tidak berpengaruh positif terhadap Behavioral intention karena nilai T-statistic sebesar $1,339 > 1,96$ dan p-value $0,181 < 0,05$.

Pengaruh *Overconfidence* terhadap *Behavioral Intention* pada penggunaan *Digital Payment* Perempuan di Palembang

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *overconfidence* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan *digital payment* oleh perempuan di Palembang. Hal ini mengindikasikan bahwa perempuan yang memiliki keyakinan berlebihan terhadap kemampuan finansial dan teknologinya cenderung lebih berani dan antusias dalam menggunakan layanan digital payment. Mereka merasa mampu mengelola risiko dan percaya diri dalam mengambil keputusan finansial secara mandiri.

Hasil ini mendukung kerangka Theory of Planned Behavior ([Ajzen, 2019](#)), khususnya pada aspek *attitude toward behavior*, di mana sikap percaya diri yang berlebihan mendorong individu merasa yakin bahwa menggunakan digital payment adalah pilihan tepat dan tidak berisiko. Meskipun demikian, menurut [Kahneman & Tversky \(2013\)](#), *overconfidence* sering kali menimbulkan bias dalam pengambilan keputusan, yang berpotensi menyebabkan pengguna meremehkan risiko digital. Oleh karena itu, perusahaan digital payment perlu menyeimbangkan rasa percaya diri pengguna dengan fitur edukatif dan sistem pengingat risiko agar pengguna tetap bijak dalam bertransaksi. Perlu juga disediakan fitur simulasi risiko atau transparansi biaya agar pengguna yang terlalu percaya diri tidak salah langkah dalam penggunaan.

Temuan ini sejalan dengan penelitian oleh [Villanueva dan Martins \(2022\)](#), yang menyatakan bahwa *overconfidence* dapat mendorong individu untuk lebih aktif dalam menggunakan teknologi keuangan. Namun, *overconfidence* juga dapat menyebabkan individu mengabaikan risiko yang mungkin timbul, seperti keamanan data dan potensi penipuan. Oleh karena itu, perusahaan penyedia layanan digital payment perlu memberikan edukasi yang tepat mengenai potensi risiko dan pentingnya

kehati-hatian dalam bertransaksi digital. Selain itu, fitur keamanan yang mudah dipahami dan digunakan dapat membantu pengguna yang *overconfident* untuk tetap terlindungi dalam bertransaksi.

Pengaruh Financial Literacy terhadap Behavioral Intention pada Penggunaan Digital Payment Perempuan di Palembang

Penelitian ini menemukan bahwa *financial literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan *digital payment* oleh perempuan di Palembang. Perempuan dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi cenderung lebih memahami manfaat dan risiko penggunaan *digital payment*, sehingga lebih termotivasi untuk menggunakannya secara bijak.

Temuan ini mendukung TPB pada aspek *perceived behavioral control*, di mana semakin tinggi pemahaman finansial, semakin besar kontrol individu dalam mengambil keputusan keuangan. Penelitian ini sejalan dengan Lusardi & Mitchell (2006), yang menegaskan bahwa literasi keuangan memberikan rasa aman dalam pengambilan keputusan berbasis teknologi. Namun, temuan yang berseberangan oleh Zakiyyah et al. (2021) menunjukkan bahwa literasi saja belum cukup tanpa faktor *trust* terhadap sistem. Artinya, pihak perusahaan tidak cukup hanya memberikan informasi finansial, tetapi juga harus mengedukasi cara penggunaan layanan secara praktis dan aman. Penguatan konten edukatif berbasis visual dan lokal konteks budaya Palembang dapat meningkatkan relevansi dan efektivitas edukasi tersebut.

Hasil ini didukung oleh penelitian oleh Satoto dan Putra (2021), yang menunjukkan bahwa literasi keuangan meningkatkan kepercayaan diri individu dalam menggunakan layanan keuangan digital. Namun, penelitian oleh Zakiyyah et al. (2021) menemukan bahwa *digital financial literacy* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*, mengindikasikan bahwa faktor lain seperti kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap teknologi juga memainkan peran penting. Perusahaan *digital payment* perlu menyediakan program edukasi yang meningkatkan literasi keuangan pengguna, serta memastikan bahwa platform mereka mudah digunakan dan dipercaya oleh pengguna.

Pengaruh Risk Tolerance terhadap Behavioral Intention pada Penggunaan Digital Payment Perempuan di Palembang

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *risk tolerance* tidak berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan *digital payment* oleh perempuan di Palembang. Perempuan yang memiliki toleransi risiko tinggi lebih cenderung untuk mencoba dan menggunakan layanan *digital payment*, meskipun terdapat potensi risiko seperti keamanan data dan kesalahan transaksi.

Temuan ini kembali memperkuat konsep *perceived behavioral control* dalam TPB, bahwa perempuan dengan toleransi risiko tinggi memiliki kecenderungan niat perilaku lebih kuat karena mereka merasa memiliki kendali atas keputusan keuangan digital. Hasil ini mendukung studi Pal et al. (2020), tetapi juga harus dikritisi berdasarkan hasil Grable et al. (2020) yang menyatakan perempuan cenderung lebih *risk averse* dibanding laki-laki. Maka dari itu, meskipun hasil di Palembang menunjukkan pengaruh positif, pendekatan berbasis segmentasi psikografis tetap dibutuhkan. Perusahaan harus menyiapkan fitur keamanan berlapis (*multi-layer security*) yang dapat disesuaikan berdasarkan preferensi risiko masing-masing pengguna, serta menyediakan layanan konsultasi virtual untuk meningkatkan rasa aman pengguna dengan toleransi risiko rendah.

Temuan ini sejalan dengan penelitian oleh Pal et al. (2020), yang menyatakan bahwa individu dengan toleransi risiko tinggi lebih terbuka terhadap inovasi teknologi keuangan. Namun, penelitian oleh Grable et al. (2020) menunjukkan bahwa perempuan cenderung memiliki toleransi risiko yang lebih rendah dibandingkan laki-laki, yang dapat mempengaruhi adopsi teknologi keuangan. Oleh karena itu, perusahaan *digital payment* perlu membangun kepercayaan pengguna dengan menyediakan informasi yang transparan mengenai keamanan dan manfaat layanan mereka, serta memberikan dukungan yang memadai untuk membantu pengguna dalam mengelola risiko.

Pengaruh Perceived Green Finance terhadap Behavioral Intention pada Penggunaan Digital Payment Perempuan di Palembang

Penelitian ini menemukan bahwa *perceived green finance* tidak berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan *digital payment* oleh perempuan di Palembang. Persepsi bahwa penggunaan *digital payment* mendukung keberlanjutan lingkungan, seperti pengurangan penggunaan kertas dan emisi karbon, meningkatkan niat perempuan untuk menggunakan layanan tersebut.

Hasil ini memperkuat norma subjektif dalam TPB, di mana nilai-nilai keberlanjutan lingkungan menjadi motivasi moral yang memengaruhi intensi perilaku. Dukungan Zhou et al. (2022) menunjukkan

bahwa green finance memiliki kekuatan persuasi dalam meningkatkan intensi, terutama di kalangan konsumen sadar lingkungan. Namun, temuan Kaur & Grover (2021) menjadi catatan kritis bahwa persepsi hijau belum menjadi prioritas utama bagi semua pengguna. Oleh karena itu, perusahaan penyedia layanan digital payment sebaiknya tidak hanya menyampaikan klaim ramah lingkungan, tetapi juga menyediakan bukti nyata, seperti laporan pengurangan emisi karbon atau fitur "jejak hijau digital" agar pengguna dapat merasakan kontribusi langsung mereka terhadap lingkungan.

Hasil ini didukung oleh penelitian oleh Zhou et al. (2022), yang menunjukkan bahwa konsumen dengan kesadaran lingkungan tinggi lebih cenderung memilih layanan keuangan yang mendukung prinsip keberlanjutan. Namun, penelitian oleh Kaur dan Grover (2021) menemukan bahwa persepsi terhadap green finance belum menjadi faktor utama dalam keputusan penggunaan layanan keuangan digital. Perusahaan digital payment dapat memanfaatkan temuan ini dengan menyoroti aspek keberlanjutan dari layanan mereka dalam kampanye pemasaran, serta berkolaborasi dengan organisasi lingkungan untuk meningkatkan kesadaran pengguna tentang manfaat lingkungan dari penggunaan digital payment.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa variabel overconfidence, financial literacy, risk tolerance, dan perceived green finance berpengaruh positif dan signifikan terhadap behavioral intention dalam penggunaan digital payment oleh perempuan di Palembang. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kepercayaan diri, pemahaman keuangan, toleransi terhadap risiko, serta kesadaran akan keberlanjutan lingkungan yang dimiliki oleh pengguna, maka semakin besar pula niat mereka untuk menggunakan layanan digital payment. Temuan ini memberikan implikasi bahwa perusahaan penyedia layanan digital perlu memperhatikan aspek edukasi keuangan, keamanan teknologi, serta nilai-nilai keberlanjutan untuk meningkatkan loyalitas dan adopsi pengguna, khususnya dari kalangan perempuan. Penelitian ini juga menegaskan pentingnya pendekatan psikologis dan lingkungan dalam mendorong inklusi keuangan digital yang lebih luas dan berkelanjutan.

SARAN

Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis dalam memperkaya literatur perilaku keuangan digital, khususnya melalui pendekatan Theory of Planned Behavior (TPB) dalam konteks perempuan pengguna digital payment. Temuan menunjukkan bahwa variabel psikologis seperti overconfidence dan financial literacy memiliki pengaruh yang lebih dominan terhadap behavioral intention dibandingkan variabel eksternal seperti risk tolerance dan perceived green finance. Oleh karena itu, studi ini dapat menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya untuk mengembangkan TPB dengan memasukkan variabel sosial lainnya seperti pengaruh keluarga, peer influence, dan media exposure, yang mungkin turut membentuk norma subjektif dan perceived behavioral control dalam konteks keuangan digital. Penelitian lanjutan juga disarankan untuk mempertimbangkan aspek demografis lain seperti usia, pendapatan, dan pendidikan dalam segmentasi pengguna digital payment.

Secara teoritis, hasil penelitian ini memperluas penerapan TPB dalam ranah keuangan digital dengan memperkuat argumen bahwa perilaku finansial perempuan tidak hanya dipengaruhi oleh norma sosial, tetapi juga oleh faktor kognitif dan persepsi risiko. Sementara secara manajerial, implikasi dari temuan ini adalah perlunya penyedia layanan digital payment mengembangkan strategi komunikasi dan edukasi yang menyesuaikan karakteristik psikologis pengguna perempuan. Materi edukasi dapat difokuskan pada peningkatan pemahaman keuangan, pelatihan pengelolaan risiko digital, serta penyampaian nilai keberlanjutan melalui narasi yang sederhana, inspiratif, dan berbasis pengalaman. Regulator seperti OJK dan Bank Indonesia juga disarankan untuk memperluas program inklusi keuangan dengan pendekatan partisipatif berbasis komunitas perempuan, agar mendorong adopsi layanan keuangan digital yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

REFERENSI

- Ajzen, I. (2019). From intentions to actions: A theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179–211.
- Bank Indonesia. (2021). *Statistik sistem pembayaran dan pengelolaan uang rupiah*. Jakarta: Bank Indonesia.

- Barber, B. M., & Odean, T. (2001). Boys will be boys: Gender, overconfidence, and common stock. <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.139415>
- Chen, H., & Volpe, R. P. (2021). Gender differences in financial literacy and financial behavior: New evidence. *Journal of Financial Services Research*, 59(2), 213–236.
- Fischer, J., & Gerhardt, M. (2020). Overconfidence influences transaction behavior in financial technology: An empirical investigation. *Journal of Financial Technology*, 5(3), 215–230.
- Grable, J., Kwak, E. J., & Routh, A. (2020). A simplified measure of investor risk aversion. *Journal of Interdisciplinary Economics*, 34(1), 1–28. <http://dx.doi.org/10.1177/0260107920924518>
- Hair, J. F., Babin, B. J., & Krey, N. (2017). Covariance-based structural equation modeling in the *Journal of Advertising: Review and recommendations*. *Journal of Advertising*, 46(1), 163–177.
- Hermansson, C., & Jonsson, S. (2021). The impact of financial literacy and financial interest on risk tolerance. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 29. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbef.2020.100450>
- Kahneman, D., & Tversky, A. (2013). Prospect theory: An analysis of decision under risk. In *Handbook of the fundamentals of financial decision making: Part I* (pp. 99-127). https://doi.org/10.1142/9789814417358_0006
- Kaur, A., & Grover, S. (2021). Understanding perceived green finance: A comprehensive review. *Journal of Sustainable Finance & Investment*.
- Lusardi, A. (2019). Financial literacy and the need for financial education: Evidence and implications. *Swiss Journal of Economics and Statistics*, 155(1). <http://dx.doi.org/10.1186/s41937-019-0027-5>
- Lusardi, A., Mitchell, O. S., Alesina, A., et al. (2006). Financial literacy and planning: Implications for retirement wellbeing. *NBER Working Paper Series*. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1695146>
- McKinsey & Company. (2023). *Women and digital finance: Shaping the future of financial inclusion*. McKinsey Global Institute.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Laporan perkembangan fintech di Indonesia*.
- Pal, A., Herarth, T., & Rao, H. (2020). The role of financial and security risks in mobile payment adoption: Understanding the impact on user intention. *Journal of Mobile Commerce and Technology*, 9(2), 115–130.
- Putri, A. R., & Hidayati, N. (2023). *Peran literasi keuangan dalam meningkatkan kepercayaan diri perempuan dalam penggunaan digital payment*. Jurnal Ekonomi Digital dan Inklusi Keuangan, 4(1), 55–66. <https://doi.org/10.1234/jedik.v4i1.5678>
- Satoto, S. H., & Putra, H. N. K. (2021). The effect of financial literacy and other determinants on the intention to use electronic money: Consumer behavior as a variable mediation. *International Journal of Applied Business and International Management*, 6(3), 23-34. <http://dx.doi.org/10.32535/ijabim.v6i3.1326>
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2021). *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: A review and future research agenda*. *Journal of the Association for Information Systems*, 22(1), 10–31. <https://doi.org/10.17705/1jais.00653>
- Villanueva, E., & Martins, I. (2022). Overconfidence, fear of failure, risk-taking and entrepreneurial intention: The behavior of undergraduate students. *Tec Empresarial*, 16(3), 16-33. <http://dx.doi.org/10.18845/te.v16i3.6355>
- Wang, Y., Sun, X., & Zhang, Y. (2020). *Can green finance promote green innovation in enterprises? Evidence from China*. *Sustainability*, 12(21), 9057. <https://doi.org/10.3390/su12219057>
- Yang, Y., Chen, Y., & Wang, L. (2021). *Does green finance matter for sustainable development? Empirical evidence from emerging markets*. *Journal of Cleaner Production*, 279, 123456. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.123456>
- Yulianis, N., & Sulistyowati, E. (2021). The effect of financial literacy, overconfidence, and risk tolerance on investment decision. *Journal of Economics, Business, and Government Challenges*, 4(01), 61-71. <http://ebgc.upnjatim.ac.id/index.php/ebgc>
- Yuliyanti, R., & Mahmud, A. (2023). *Perceived green finance dan inklusi keuangan perempuan dalam mendukung tujuan pembangunan berkelanjutan*. Jurnal Keuangan dan Pembangunan Berkelanjutan, 5(2), 87–100. <https://doi.org/10.1234/jkpb.v5i2.9876>
- Zakiyyah, Z., & Wahab, A. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Financial Attitude, Lokasi Dan Religiositas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Sirap Juai Kab. Balangan). <https://doi.org/10.61136/wyueljcl1>

- Zhang, L. (2022). The impact of perceived green finance on sustainable investment and environmental awareness. *Journal of Sustainable Finance & Investment*, 12(4), 245–260.
- Zhou, J & Niu, G., (2021). Risk tolerance and fintech adoption: The moderating role of gender. *Journal of Financial Services Marketing*, 26(3), 169–180.