

BAB II

TEORI DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

A. Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian oleh Jamaludin et al. (2024) dan Tehseen et al. (2023) sama-sama menyoroti peran teknologi finansial dalam mendukung keberlanjutan. Jamaludin et al. mengeksplorasi faktor-faktor yang memengaruhi adopsi e-wallet di kalangan Generasi Z di Malaysia menggunakan kerangka UTAUT melalui wawancara mendalam terhadap delapan responden. Hasilnya menunjukkan bahwa efisiensi waktu, kemudahan penggunaan, kemampuan memantau transaksi, pengaruh teman, insentif pemerintah, dan kemudahan berdonasi menjadi faktor utama pendorong adopsi e-wallet, sekaligus menegaskan peran Generasi Z sebagai pendorong transisi menuju masyarakat tanpa uang tunai (cashless society) yang mendukung keberlanjutan ekonomi dan lingkungan.

Penelitian yang dilakukan oleh Bogdan Wierzbinski, Wiesława Kuźniar, dan Lucyna Witek ini mengeksplorasi pandangan Generasi Z terhadap kepemilikan dan akses dalam ekonomi berbagi sebagai bentuk konsumsi yang berkelanjutan. Dengan berfokus pada konsumsi berkelanjutan dan berkurangnya konsumerisme berlebihan, studi ini bertujuan mengidentifikasi faktor-faktor utama yang memengaruhi Generasi Z di Polandia dalam mengadopsi ekonomi berbagi untuk barang dan jasa. Data dikumpulkan melalui survei online terhadap 442 responden pada Mei 2023,

dengan menggunakan metode CAWI serta dianalisis melalui model persamaan struktural menggunakan perangkat lunak SPSS dan AMOS. Penelitian ini mengidentifikasi tiga faktor utama, yaitu Kemauan Berbagi untuk Penghematan (Willingness to Share for Savings/WSS), Keterlibatan Digital Pelanggan (Digital Customer Engagement/DCE), dan Kepedulian Lingkungan (Environmental Concern/EC). Hasilnya menunjukkan bahwa kekhawatiran lingkungan dan keterlibatan digital memiliki pengaruh signifikan terhadap kecenderungan untuk berbagi, yang meningkatkan kesadaran lingkungan dan perilaku hemat biaya. Temuan ini menyoroti pentingnya keterlibatan digital dalam meningkatkan kesadaran lingkungan dan potensi ekonomi berbagi untuk mendorong perilaku konsumsi yang lebih berkelanjutan di kalangan Generasi Z (Wangsa et al., 2024).

Penelitian oleh Inga Pasiusiene, Askoldas Podvieszko, Daiva Malakaite, Laura Žarskiene, Aušra Liucvaitiene, dan Rita Martisiene ini mengeksplorasi pola investasi dan sikap Generasi Z terhadap investasi hijau, bertujuan memahami kecenderungan mereka dalam memilih investasi yang bertanggung jawab secara lingkungan (Judijanto et al., 2024). Menggunakan survei pada mahasiswa di Institusi Pendidikan Tinggi di Vilnius, studi ini mengelompokkan mahasiswa berdasarkan profil kepribadian investornya menggunakan model MBTI Pompien dan memeriksa korelasi antara karakteristik kepribadian dengan kecenderungan memilih investasi hijau. Hasil survei mengungkapkan bahwa meskipun sebagian besar mahasiswa Generasi Z menyatakan kepedulian terhadap dampak lingkungan, hanya sedikit yang

benar-benar bersedia melakukan investasi hijau (Kustina et al., 2024). Sekitar 75% responden merasa bertanggung jawab atas dampak lingkungan, dan 72% percaya bahwa investasi hijau akan membawa manfaat positif bagi bumi, namun banyak yang lebih memilih keuntungan finansial jangka pendek daripada kontribusi terhadap keberlanjutan. Penelitian ini menunjukkan pentingnya peningkatan edukasi tentang literasi finansial dan keberlanjutan untuk mendukung keputusan investasi yang lebih bertanggung jawab.

Penelitian oleh Shah dan Chauhan (2024) mengungkapkan bahwa kesadaran lingkungan di kalangan Generasi Z meningkat, terutama sejak pandemi, namun perilaku konsumsi berkelanjutan masih menghadapi berbagai kendala. Studi ini, yang melibatkan survei terhadap 126 mahasiswa di Gandhinagar, Gujarat, menunjukkan bahwa meskipun 87% responden sadar akan produk ramah lingkungan, hanya 49% yang secara rutin membelinya. Kendala utama yang diidentifikasi adalah keterbatasan pilihan produk dan harga yang lebih tinggi. Penelitian juga menyoroti peran besar media dan jaringan sosial dalam meningkatkan kesadaran terhadap konsumsi berkelanjutan, sementara sumber informasi tradisional seperti jurnal dan radio jarang digunakan. Selain itu, faktor seperti nilai merek, label eco-friendly, dan citra keberlanjutan terbukti memengaruhi keputusan pembelian. Di sisi lain, hambatan seperti kurangnya toko hijau dan harga premium menjadi penghalang utama dalam mengadopsi perilaku konsumsi berkelanjutan di kalangan Generasi Z.

B. TINJAUAN PUSTAKA

1. Theory of Planned Behavior (TPB)

Theory of Planned Behavior (TPB) dikembangkan oleh Icek Ajzen, seorang psikolog sosial terkemuka yang bekerja sama dengan Martin Fishbein. Teori ini muncul sebagai pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA), yang awalnya dikemukakan oleh Ajzen dan Fishbein pada akhir tahun 1970-an untuk menjelaskan keterkaitan antara sikap dan perilaku manusia. Pada tahun 1985, Ajzen memperkenalkan TPB sebagai penyempurnaan dari TRA dengan menambahkan komponen *perceived behavioral control* atau persepsi kontrol perilaku, yang bertujuan untuk memprediksi perilaku secara lebih akurat dalam situasi di mana individu memiliki kontrol yang tidak sepenuhnya mutlak atas tindakan mereka. Teori ini kini menjadi dasar penting dalam memahami dan memprediksi berbagai perilaku manusia, termasuk perilaku yang berkaitan dengan kesehatan, lingkungan, dan konsumsi.

TPB dapat digunakan untuk menganalisis apakah sikap Generasi Z terhadap *financial technology*, untuk mengadopsi yang berkelanjutan, dan persepsi kontrol terhadap *penggunaan financial technology* berpengaruh pada perilaku konsumsi yang lebih ramah lingkungan (Tan, 2024) . Misalnya, jika Generasi Z memiliki sikap positif terhadap penggunaan *financial technology* yang mendukung transaksi berkelanjutan dan didukung oleh norma sosial yang positif,

maka perilaku konsumsi berkelanjutan mereka kemungkinan besar akan meningkat.

2. Teori Environmental, Social, and Governance (ESG)

Teori *Environmental, Social, and Governance* (ESG) adalah pendekatan yang menilai keberlanjutan suatu entitas melalui tiga pilar utama. Lingkungan (*Environmental*), Sosial (*Social*), dan Tata Kelola (*Governance*) (Tan, 2024).

- a. Pilar Lingkungan (*Environmental*) Pilar Lingkungan berfokus pada bagaimana organisasi atau individu dapat mendukung keberlanjutan melalui tindakan yang memperhatikan dampak ekologis. Indikatornya mencakup efisiensi energi, pengelolaan limbah, penggunaan teknologi ramah lingkungan, dan dukungan terhadap proyek energi terbarukan. Dalam konteks *financial technology*, hal ini dapat diterapkan melalui inovasi seperti ewallet untuk mengurangi konsumsi kertas.
- b. Pilar Sosial (*social*) mencakup aspek-aspek yang berkaitan dengan kesejahteraan masyarakat dan hubungan antar pemangku kepentingan. Indikatornya meliputi inklusi sosial, literasi keuangan, dukungan terhadap hak asasi manusia, serta keberagaman dan kesetaraan. *Financial technology* memiliki potensi besar dalam meningkatkan literasi keuangan dan inklusi sosial, khususnya di kalangan Generasi Z, dengan mendorong keputusan

konsumsi yang bertanggung jawab dan mendukung keberlanjutan sosial.

- c. Pilar Tata Kelola (*Governanc*). Menekankan pentingnya struktur manajemen yang transparan, akuntabel, dan berorientasi pada etika. Indikatornya meliputi pengelolaan risiko yang efektif, kepatuhan terhadap regulasi, integritas dalam pengambilan keputusan, serta keterbukaan informasi kepada pemangku kepentingan. Dalam sektor *financial technology*, penerapan prinsip tata kelola yang baik diwujudkan melalui sistem yang memberikan kejelasan mengenai dampak sosial dan lingkungan dari setiap aktivitas keuangan, sehingga membangun kepercayaan dan tanggung jawab bersama antara platform dan penggunanya.

Kerangka ESG menjadi relevan dalam penelitian ini untuk mengukur kontribusi *financial technology* terhadap ekonomi hijau dan konsumsi berkelanjutan. Pengukuran ekonomi hijau melibatkan indikator seperti dukungan terhadap transaksi produk ramah lingkungan, partisipasi dalam program hijau (Junaedi, 2024). Sementara itu konsumsi berkelanjutan diukur melalui preferensi pembelian produk ramah lingkungan, pengurangan konsumsi berlebihan, serta dukungan terhadap keberlanjutan sosial. Dengan pendekatan ESG, penelitian ini menganalisis bagaimana *financial technology* dapat mendukung pengelolaan keuangan yang

berkontribusi pada keberlanjutan ekonomi, sosial, dan ekologis, khususnya di kalangan Generasi Z.

3. Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan salah satu teori yang paling banyak digunakan untuk memahami adopsi teknologi di berbagai konteks, termasuk teknologi. TAM pertama kali diperkenalkan oleh Davis (1989) untuk menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi individu dalam menerima dan menggunakan teknologi baru. Teori ini didasarkan pada dua konstruk utama, yaitu *Perceived Usefulness* (PU) dan *Perceived Ease of Use* (PEOU), yang secara langsung memengaruhi sikap (attitude) dan niat perilaku (*behavioral intention*) terhadap penggunaan teknologi tertentu.

4. Integrasi *Financial Technology*

Integrasi *Financial technology* adalah penggunaan teknologi digital dalam layanan keuangan yang bertujuan untuk meningkatkan kemudahan, efisiensi, dan transparansi dalam berbagai aktivitas keuangan. Inovasi seperti *e-wallet* dan *mobile banking* memudahkan Generasi Z mengakses layanan keuangan dengan cara yang lebih praktis, efisien, dan ramah lingkungan. Teknologi ini memungkinkan transaksi yang cepat, hemat sumber daya, dan membantu mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan, seperti pengurangan penggunaan kertas dan emisi karbon. Selain itu, *Financial technology* berperan penting dalam mendukung keberlanjutan dengan berkontribusi pada pencapaian *Sustainable Development Goals* (SDGs), seperti SDG 12 (Konsumsi dan Produksi

yang Bertanggung Jawab) dan SDG 13 (Aksi Iklim). Dengan menyediakan fitur-fitur pengelolaan keuangan yang transparan dan efisien, *financial technology* membantu pengguna untuk lebih sadar dalam mengelola pengeluaran mereka, mendukung konsumsi produk ramah lingkungan, serta mendorong perubahan perilaku ke arah yang lebih bertanggung jawab. Oleh karena itu, *financial technology* tidak hanya menjadi alat transaksi, tetapi juga instrumen penting dalam menciptakan ekosistem ekonomi hijau yang berkelanjutan.

5. Perilaku Konsumsi Berkelanjutan

Konsumsi keberlanjutan adalah pola konsumsi yang mempertimbangkan dampak lingkungan, sosial, dan ekonomi dari setiap keputusan pembelian atau penggunaan produk. Pola ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan saat ini tanpa mengorbankan kemampuan generasi mendatang dalam memenuhi kebutuhan mereka. Generasi Z, sebagai kelompok yang semakin peduli dengan isu lingkungan, cenderung memilih produk ramah lingkungan dan mendukung praktik bisnis yang berkelanjutan, seperti membeli produk dengan kemasan yang dapat didaur ulang atau memilih layanan yang memiliki nilai keberlanjutan. Konsumsi keberlanjutan juga didorong oleh kesadaran untuk mengurangi pemborosan dan mendukung produk lokal yang beretika. Teknologi memainkan peran penting dengan mempermudah konsumen mengakses informasi tentang produk ramah lingkungan, mengelola pengeluaran lebih efisien, dan mendukung keberlanjutan melalui transaksi digital. Oleh karena itu, konsumsi keberlanjutan tidak hanya mencerminkan pilihan individu, tetapi juga memberikan kontribusi nyata terhadap dampak positif bagi lingkungan dan masyarakat.

6. Ekosistem Ekonomi Hijau

Ekosistem ekonomi hijau berfokus pada pertumbuhan yang berkelanjutan dengan mempromosikan praktik yang ramah lingkungan dan sosial. Ekonomi hijau bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan manusia dan keadilan sosial, sambil mengurangi risiko lingkungan dan kekurangan ekosistem. Generasi Z memiliki peran penting dalam transisi ini, karena mereka lebih cenderung untuk mendukung perusahaan yang memiliki komitmen terhadap keberlanjutan (Bondarenko et al., 2023). Generasi Z dapat berkontribusi secara signifikan terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, menciptakan sinergi antara konsumsi, produksi, dan pelestarian lingkungan (Contreras-Masse et al., 2024).

7. Keterkaitan antara *Financial technology*, Perilaku Konsumsi Berkelanjutan, dan Ekonomi Hijau

Perilaku konsumsi berkelanjutan, dan ekonomi hijau merupakan hal yang penting untuk dipahami. Integrasi *financial technology* berperan dalam mendorong konsumsi yang lebih terarah dan bertanggung jawab melalui kemudahan akses, transparansi, dan efisiensi dalam pengelolaan keuangan. Dengan *financial technology*, perilaku konsumsi masyarakat dapat berubah menjadi lebih terstruktur dan sesuai dengan prinsip keberlanjutan, seperti pengelolaan pengeluaran yang lebih bijak. Perubahan perilaku ini kemudian menghasilkan dampak positif pada ekonomi hijau, yaitu terciptanya efisiensi sumber daya dan pengurangan dampak negatif terhadap lingkungan, sehingga mendukung tercapainya ekosistem ekonomi yang lebih berkelanjutan. (Hendra, 2022).

C. Pengembangan Hipotesis

1. Integrasi *Financial Technolog* (X) memiliki pengaruh positif terhadap ekonomi hijau (Y). Penggunaan teknologi finansial yang terintegrasi diharapkan dapat mendorong terciptanya sistem ekonomi yang lebih efisien dan ramah lingkungan, karena *financial technology* memungkinkan transaksi yang lebih cepat, transparan, dan minim kertas, sehingga berdampak positif pada ekonomi hijau.
2. Integrasi *Financial technology*(X) memiliki pengaruh positif terhadap perubahan perilaku berkelanjutan (M). Peningkatan akses ke layanan *financial tecnology* memungkinkan individu untuk lebih mudah mengakses informasi dan produk yang ramah lingkungan, sehingga mendorong perubahan perilaku menuju konsumsi dan gaya hidup yang lebih berkelanjutan.
3. Perubahan perilaku berkelanjutan (M) memiliki pengaruh positif terhadap ekonomi hijau (Y). Perilaku konsumsi yang lebih berkelanjutan, seperti memilih produk ramah lingkungan dan mengurangi pemborosan, dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan ekonomi hijau dengan mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan.
4. Integrasi *Financial technology*(X) memiliki pengaruh positif terhadap ekonomi hijau (Y) melalui perubahan perilaku berkelanjutan (M)

sebagai variabel mediasi. Dengan *financial technology* yang mendorong perubahan perilaku ke arah yang lebih berkelanjutan, diharapkan dampaknya tidak hanya langsung pada ekonomi hijau tetapi juga secara tidak langsung melalui peningkatan kesadaran dan perilaku berkelanjutan dari konsumen.

D. Kerangka Pemikiran

