

Pengaruh Persepsi, Teknologi, Kemudahan Penggunaan, dan Difusi Inovasi terhadap Minat Adopsi *E-Money* pada Generasi Z di Kota Denpasar

I Gusti Agung Ayu Intan Fatmayoni¹, Ni Wayan Asri Pradnyani², I Gusti Ngurah Putra Harthawan³, Pande Made Ari Ananta Paramarta⁴

^{1,2,3}Program Studi Akuntansi, Politeknik Nasional, Denpasar Bali, Indonesia

⁴Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Bisnis, Universitas Dwijendra Denpasar, Bali, Indonesia

E-mail: intan.fatmayoni15@gmail.com¹

Article History:

Received: 30 Maret 2026

Revised: 07 April 2026

Accepted: 09 April 2026

Keywords: Convenience, Diffusion, Generation, Interest, Perception, Technology

Abstract: This study aims to analyze the influence of Perception, Technology, Ease of Use, and Diffusion of Innovation on E-Money Adoption Intention among Generation Z in Denpasar City. Generation Z grew up in an intensive digital ecosystem, thus having an adaptive character towards application-based financial innovations. The research approach uses a quantitative method with Structural Equation Modeling analysis based on Partial Least Squares (SEM-PLS). The research sample consisted of 150 respondents determined through probability sampling techniques with the simple random sampling method. The results show that all independent variables have a positive and significant effect on E-Money Adoption Intention. Ease of Use has the most dominant influence, followed by Perception, Technology, and Diffusion of Innovation. The R Square value of 0.682 indicates that the model is able to explain 68.2% of the variation in adoption interest. This finding confirms that psychological factors, the quality of the technology system, and social influence play an important role in encouraging the acceptance of digital payments. The implications of the study emphasize the importance of increasing digital financial literacy, strengthening security systems, and data protection regulations to support sustainable digital economic growth in Denpasar.

PENDAHULUAN

Demografi generasi merujuk pada pengelompokan penduduk berdasarkan rentang tahun kelahiran yang diasumsikan memiliki pengalaman historis dan sosial yang relatif serupa sehingga membentuk karakter kolektif tertentu dalam suatu periode waktu (Cicik & Agung, 2022). Generasi *Baby Boomer* yang lahir setelah Perang Dunia II tumbuh dalam fase ekspansi industri dan stabilitas ekonomi, sedangkan Generasi X berkembang pada masa transisi ekonomi dan perubahan struktur keluarga yang mendorong sikap pragmatis serta mandiri (Amalia *et al.*, 2022). Generasi Milenial

hadir ketika internet mulai meluas dan globalisasi ekonomi semakin intensif, membentuk orientasi pada konektivitas, pendidikan tinggi, serta pencarian makna kerja (Huda *et al.*, 2021). Generasi Z lahir dalam ekosistem digital yang mapan dengan paparan media sosial seperti Instagram dan TikTok serta akses informasi instan melalui Google, kondisi yang memengaruhi pola komunikasi, pembelajaran, dan konstruksi identitas mereka (Zhang *et al.*, 2024).

Generasi Z merupakan kelompok demografis yang lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an. Kelompok ini tumbuh dalam lingkungan digital sejak usia dini (Rosnerova *et al.*, 2025). Paparan teknologi membentuk struktur kognitif yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya. Akses internet berkecepatan tinggi hadir dalam fase perkembangan psikologis yang krusial. Pengalaman tersebut memengaruhi pola komunikasi, preferensi belajar, serta orientasi nilai sosial. Status sebagai digital native melekat kuat dalam identitas kolektif kelompok ini. Adaptasi terhadap inovasi teknologi berlangsung secara cepat dan relatif alami. Transformasi sosial global menjadi latar perkembangan generasi ini. Perubahan tersebut menciptakan konfigurasi perilaku yang khas (Surugiu, Surugiu, *et al.*, 2025). Analisis ilmiah terhadap Generasi Z memerlukan pendekatan multidisipliner. Perkembangan media sosial berperan besar dalam membentuk interaksi sosial Generasi Z. *Platform* seperti Instagram, TikTok, dan YouTube menjadi ruang utama ekspresi diri. Identitas personal sering dikonstruksi melalui representasi visual daring (Onjewu *et al.*, 2025). Validasi sosial diperoleh melalui jumlah respons digital. Intensitas interaksi daring melampaui komunikasi tatap muka pada banyak konteks. Eksposur terhadap budaya global berlangsung secara simultan dan berkelanjutan. Proses globalisasi identitas terjadi tanpa hambatan geografis. Representasi diri cenderung terkurasi secara selektif. Fenomena tersebut memengaruhi persepsi diri dan hubungan interpersonal. Dinamika sosial digital membentuk norma komunikasi baru (Škudienė *et al.*, 2025).

Karakteristik kognitif Generasi Z menunjukkan kecenderungan pemrosesan informasi yang cepat. Paparan konten singkat dan visual memengaruhi daya atensi. Preferensi terhadap informasi instan terbentuk melalui mesin pencari seperti Google. Strategi belajar mengalami pergeseran menuju media interaktif. Modul berbasis video dan infografik lebih diminati dibandingkan teks linear panjang. Multitasking menjadi praktik umum dalam aktivitas akademik maupun hiburan. Kecepatan akses informasi meningkatkan efisiensi pencarian data. Risiko distraksi juga meningkat akibat notifikasi berkelanjutan. Literasi digital berkembang seiring frekuensi penggunaan perangkat. Literasi kritis masih memerlukan penguatan dalam konteks evaluasi informasi. Aspek psikososial Generasi Z memperlihatkan kompleksitas yang signifikan. Kesadaran terhadap isu perubahan iklim dan keadilan sosial meningkat. Partisipasi dalam kampanye digital berlangsung secara aktif. Tekanan sosial akibat perbandingan daring berpotensi memengaruhi kesehatan mental. Kecemasan dan stres menjadi isu yang banyak diteliti pada kelompok usia ini. Dukungan komunitas virtual memberikan rasa keterhubungan kolektif. Paparan informasi krisis global terjadi secara real time. Ketahanan psikologis menjadi faktor penting dalam adaptasi sosial. Identitas diri berkembang dalam ruang publik digital. Dinamika tersebut memerlukan pendekatan kebijakan yang responsif.

Dimensi ekonomi Generasi Z ditandai oleh pragmatisme dan orientasi stabilitas finansial. Ketidakpastian pasar kerja membentuk sikap realistis terhadap karier. Minat terhadap kewirausahaan digital meningkat secara signifikan. Ekonomi kreatif menjadi ruang aktualisasi potensi individu (Surugiu, Grădinaru, *et al.*, 2025). Model kerja fleksibel menarik perhatian generasi ini. Otonomi profesional dipandang sebagai nilai penting. Loyalitas institusional cenderung lebih rendah dibanding generasi sebelumnya. Pengembangan keterampilan berkelanjutan menjadi prioritas utama. Adaptasi terhadap otomatisasi industri menjadi kebutuhan

strategis (Xiang *et al.*, 2025). Generasi ini berada dalam fase transisi menuju ekonomi berbasis pengetahuan. Lingkungan keluarga dan sistem pendidikan turut membentuk karakter Generasi Z. Pola asuh protektif memengaruhi tingkat ketergantungan awal. Akses informasi mempercepat kematangan perspektif global. Budaya populer lintas negara membentuk identitas hibrid. Perbedaan gaya komunikasi muncul dalam interaksi antar generasi. Bahasa digital yang ringkas menjadi ciri khas komunikasi sehari-hari (Venus *et al.*, 2025). Emoji dan simbol visual memperkaya ekspresi daring. Kesenjangan persepsi dapat muncul dalam konteks profesional. Literasi lintas generasi menjadi kebutuhan strategis. Kolaborasi antargenerasi memerlukan pemahaman timbal balik. Generasi Z memiliki posisi strategis dalam membentuk masa depan global (Vishnoi *et al.*, 2025).

Denpasar merupakan pusat pemerintahan dan pusat ekonomi di Bali dengan struktur ekonomi berbasis perdagangan, jasa, pendidikan, dan pariwisata yang terintegrasi dengan wilayah sekitarnya (Lee & Shin, 2025). Urbanisasi dan konsentrasi kegiatan usaha menjadikan kota ini sebagai magnet bagi penduduk usia produktif, termasuk Generasi Z yang diperkirakan mencapai sekitar 25%–30% dari total populasi kota berdasarkan komposisi usia produktif perkotaan. Kelompok ini tumbuh dalam lingkungan yang terdigitalisasi dengan akses internet luas serta penggunaan ponsel pintar yang tinggi (Lee & Shin, 2025). Aktivitas konsumsi sehari-hari semakin terintegrasi dengan sistem pembayaran non tunai melalui platform seperti GoPay, OVO, dan DANA. Implementasi QRIS pada pelaku usaha mikro hingga pusat perbelanjaan modern mempercepat terbentuknya ekosistem *cashless society* di Denpasar, sehingga Generasi Z menjadi aktor utama dalam percepatan transformasi ekonomi digital lokal.

Penggunaan e-money di kalangan Generasi Z membawa dampak positif berupa efisiensi transaksi, transparansi pencatatan pengeluaran, serta percepatan perputaran ekonomi daerah. Kemudahan pembayaran digital juga mempermudah akses terhadap layanan transportasi, kuliner, hiburan, dan belanja daring (Ngo *et al.*, 2025). Kondisi tersebut tetap memunculkan sejumlah kelemahan dan permasalahan, antara lain meningkatnya perilaku konsumtif akibat transaksi yang terasa abstrak tanpa uang fisik, risiko keamanan siber seperti peretasan dan *phishing*, serta potensi penyalahgunaan fitur *paylater* yang mendorong utang konsumtif jangka pendek. Ketergantungan tinggi pada sistem digital menimbulkan kerentanan ketika terjadi gangguan jaringan atau kegagalan sistem aplikasi. Kesenjangan literasi keuangan digital masih menjadi tantangan yang perlu diatasi melalui edukasi dan regulasi yang adaptif agar transformasi ekonomi digital di Denpasar berjalan secara inklusif dan berkelanjutan. Berdasarkan permasalahan di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pengaruh persepsi teknologi, kemudahan penggunaan, dan difusi inovasi terhadap minat adopsi *e-money* pada generasi Z di Kota Denpasar.

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Denpasar sebagai pusat pemerintahan dan pusat ekonomi di Bali. Pemilihan lokasi didasarkan pada karakter Denpasar sebagai wilayah urban dengan tingkat penetrasi internet dan adopsi pembayaran digital yang relatif tinggi di Bali (Ambarini *et al.*, 2026). Aktivitas ekonomi berbasis perdagangan, jasa, pendidikan, dan pariwisata menciptakan ekosistem transaksi non tunai yang berkembang pesat. Konsentrasi penduduk usia produktif, termasuk Generasi Z, memberikan relevansi empiris terhadap kajian perilaku penggunaan *e-money*. Denpasar merepresentasikan dinamika ekonomi digital perkotaan dengan integrasi pelaku usaha mikro hingga pusat perbelanjaan modern dalam sistem pembayaran berbasis QRIS dan dompet digital (Darmawan *et al.*, 2024).

Sampel dan Metode Penentuan Sampel

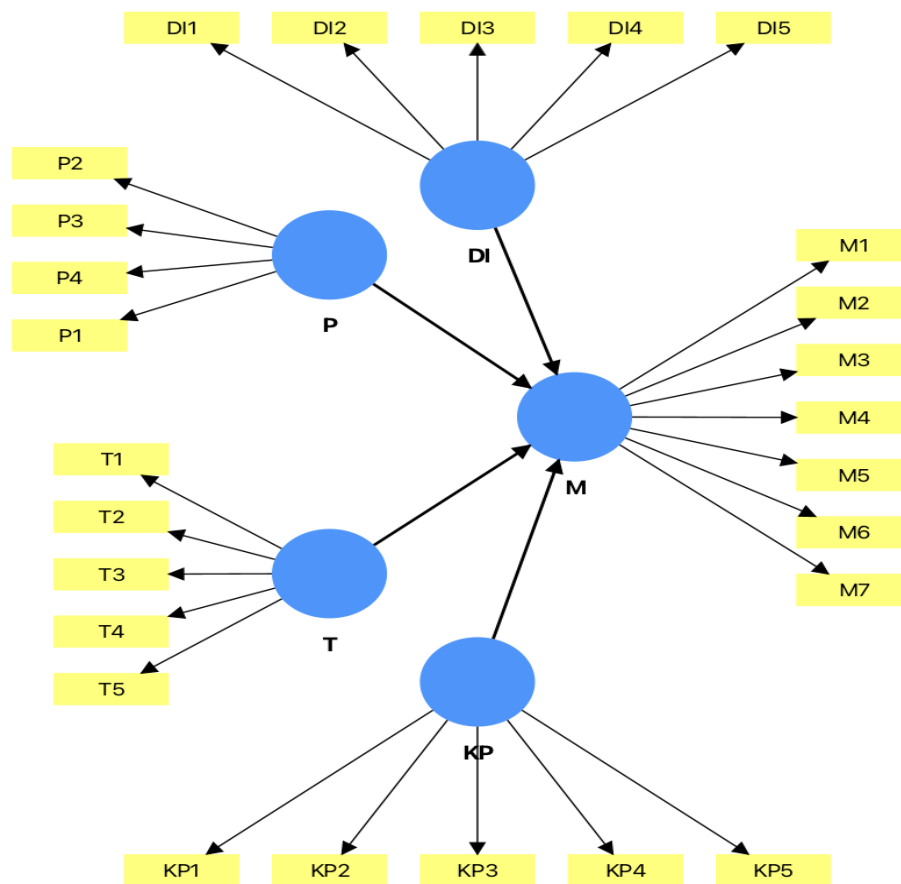
Populasi penelitian mencakup Generasi Z yang berdomisili di Denpasar dan menggunakan layanan pembayaran digital. Jumlah sampel ditetapkan sebanyak 150 responden. Penentuan ukuran sampel mengacu pada pedoman dalam analisis SEM yang menyatakan bahwa ukuran sampel minimal dapat ditentukan berdasarkan 5–10 kali jumlah indikator dalam model penelitian (Xiang *et al.*, 2025). Jumlah 150 responden dinilai memadai untuk model dengan kompleksitas sedang serta memenuhi ketentuan minimum analisis SEM-PLS. Metode penentuan sampel menggunakan probability sampling dengan teknik simple *random sampling*. Setiap anggota populasi Generasi Z di Denpasar yang memenuhi kriteria memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai responden. Teknik ini bertujuan mengurangi bias pemilihan dan meningkatkan representativitas data terhadap populasi penelitian.

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara terstruktur menggunakan kuesioner berbasis skala Likert lima poin untuk mengukur variabel persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, risiko, literasi keuangan digital, serta perilaku penggunaan *e-money* (Williams *et al.*, 2023). Dokumentasi digunakan untuk memperoleh data sekunder terkait jumlah penduduk usia Generasi Z, perkembangan transaksi non tunai, serta kebijakan pembayaran digital di Denpasar. Studi literatur dilakukan dengan menelaah jurnal nasional dan internasional yang relevan mengenai adopsi teknologi finansial dan perilaku generasi digital, termasuk kerangka *Technology Acceptance Model* dan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* sebagai dasar konseptual penelitian (Paramarta, 2024).

Analisis Data

Analisis data menggunakan pendekatan *Structural Equation Modeling* berbasis *Partial Least Squares* (SEM-PLS) (Goktas & Dirsehan, 2025). Metode ini dipilih karena mampu menganalisis hubungan simultan antar variabel laten serta sesuai untuk penelitian dengan ukuran sampel relatif moderat. Tahapan analisis meliputi evaluasi *outer model* dan *inner model* (Hair *et al.*, 2024). Evaluasi *outer model* mencakup uji validitas konvergen melalui loading factor dan *Average Variance Extracted*, validitas diskriminan melalui *cross loading*, serta reliabilitas konstruk melalui *composite reliability* dan *Cronbach alpha* (Henseler & Schuberth, 2025). Evaluasi *inner model* meliputi pengujian *R square*, *path coefficient*, dan uji signifikansi melalui prosedur *bootstrapping*. Pendekatan SEM-PLS memungkinkan pengujian hubungan kausal antar variabel secara komprehensif dalam konteks perilaku penggunaan *e-money* pada Generasi Z di Denpasar.



Gambar 1. Diagram SEM-PLS Pengaruh Persepsi, Teknologi, Kemudahan Penggunaan, dan Difusi Inovasi terhadap Minat Adopsi *E-money* pada Generasi Z di Kota Denpasar

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penggunaan *e-money* pada Generasi Z menunjukkan peningkatan signifikan seiring perkembangan teknologi digital dan penetrasi internet (Surugiu, Grădinaru, *et al.*, 2025). Generasi Z memiliki karakter adaptif terhadap inovasi keuangan berbasis aplikasi. Preferensi terhadap transaksi non-tunai dipengaruhi oleh kemudahan, kecepatan, serta integrasi dengan platform belanja daring dan transportasi. Intensitas penggunaan *e-money* juga berkorelasi dengan gaya hidup praktis dan mobilitas tinggi (Venus *et al.*, 2025). Keamanan transaksi dan fitur promosi menjadi faktor pendorong utama dalam keputusan penggunaan. Literasi keuangan digital berperan penting dalam membentuk perilaku konsumsi yang rasional. Risiko perilaku konsumtif tetap muncul akibat kemudahan akses pembayaran. Regulasi dan edukasi finansial diperlukan untuk menjaga stabilitas serta keberlanjutan ekosistem pembayaran digital (Vishnoi *et al.*, 2025). Perkembangan penggunaan *e-money* dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti Pengaruh Persepsi, Teknologi, Kemudahan Penggunaan, dan Difusi Inovasi (Lee & Shin, 2025).

Persepsi berperan dalam membentuk keyakinan individu terhadap manfaat dan keamanan *e-money* (Bongini *et al.*, 2025). Persepsi positif meningkatkan kepercayaan serta memperkuat intensi penggunaan. Teknologi menyediakan infrastruktur sistem yang andal, cepat, dan terintegrasi dengan berbagai layanan digital. Kualitas teknologi menentukan stabilitas transaksi dan

perlindungan data pengguna. Kemudahan penggunaan memengaruhi tingkat kenyamanan dalam proses registrasi, pengisian saldo, dan pembayaran. Antarmuka sederhana mendorong efisiensi serta mengurangi hambatan adopsi (Prystemskyi *et al.*, 2025). Difusi inovasi menjelaskan proses penyebaran *e-money* melalui komunikasi sosial dan pengaruh lingkungan. Paparan informasi dari media dan komunitas mempercepat penerimaan. Kombinasi faktor tersebut meningkatkan minat adopsi secara signifikan pada berbagai segmen masyarakat (Wang *et al.*, 2025). Hubungan antara persepsi, teknologi, kemudahan penggunaan, dan difusi inovasi terhadap minat adopsi *e-money* pada generasi Z di Kota Denpasar dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Path Coefficient Pengaruh Persepsi Teknologi, Kemudahan Penggunaan, dan Difusi Inovasi terhadap Minat Adopsi *E-Money* pada Generasi Z di Kota Denpasar

Variabel	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standar Deviation (STDEV)</i>	<i>t-statistic (O/STDEV)</i>	<i>p-value</i>
Persepsi → Minat Adopsi Inovasi	0.356	0.349	0.090	3.956	0.000
Teknologi → Minat Adopsi Inovasi	0.285	0.279	0.088	3.239	0.001
Kemudahan Penggunaan → Minat Adopsi Inovasi	0.401	0.394	0.093	4.312	0.000
Difusi Inovasi → Minat Adopsi Inovasi	0.231	0.224	0.081	2.852	0.004

Tabel 1 menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Adopsi Inovasi. Persepsi memiliki koefisien sebesar 0,356 dengan nilai *t-statistic* 3,956 dan *p-value* 0,000. Nilai tersebut menunjukkan bahwa persepsi yang baik terhadap sistem *e-money* meningkatkan minat adopsi inovasi secara nyata. Persepsi mencerminkan penilaian individu terhadap manfaat, keamanan, dan kepercayaan pada sistem pembayaran digital (Goktas & Dirsehan, 2025). Hasil ini menguatkan asumsi bahwa faktor kognitif berperan penting dalam keputusan penggunaan teknologi finansial.

Kemudahan Penggunaan memiliki koefisien terbesar yaitu 0,401 dengan *t-statistic* 4,312 dan *p-value* 0,000. Nilai tersebut menunjukkan pengaruh paling dominan terhadap Minat Adopsi Inovasi. Kemudahan akses, tampilan aplikasi yang sederhana, serta proses transaksi yang cepat mendorong peningkatan penggunaan *e-money*. Temuan ini sejalan dengan kerangka *Technology Acceptance Model* yang menempatkan *perceived ease of use* sebagai determinan utama adopsi teknologi. Teknologi memiliki koefisien sebesar 0,285 dengan *t-statistic* 3,239 dan *p-value* 0,001. Kualitas sistem, keamanan jaringan, serta integrasi fitur digital memberikan kontribusi signifikan terhadap minat penggunaan. Difusi Inovasi menunjukkan koefisien 0,231 dengan *t-statistic* 2,852 dan *p-value* 0,004. Penyebaran informasi, pengaruh sosial, dan tren penggunaan dalam komunitas turut memperkuat niat adopsi.

Tabel 2. Determinant Coefficient

<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>
0.682	0.673

Nilai *R Square* sebesar 0,682 menunjukkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan penjelasan yang kuat terhadap Minat Adopsi Inovasi *e-money* pada Generasi Z di Denpasar. Persentase tersebut mengindikasikan bahwa 68,2% variasi minat adopsi dapat dijelaskan oleh Persepsi, Teknologi, Kemudahan Penggunaan, dan Difusi Inovasi. Nilai *Adjusted R Square* sebesar

0,673 memperlihatkan konsistensi model setelah mempertimbangkan jumlah variabel dan sampel penelitian. Hasil ini menegaskan bahwa kombinasi faktor kognitif, teknis, dan sosial berperan signifikan dalam mendorong penerimaan inovasi pembayaran digital (Susetyo & Lie, 2025). Model penelitian dinilai relevan untuk menjelaskan perilaku adopsi e-money secara empiris dan kontekstual (Henseler & Schubert, 2025).

Sejarah *e-money* di dunia bermula dari perkembangan kartu pintar pada dekade 1980-an. Sistem pembayaran elektronik berkembang pesat di Eropa dan Amerika Serikat seiring kemajuan teknologi perbankan. Perusahaan teknologi finansial memperkenalkan dompet digital berbasis internet pada akhir 1990-an. Perkembangan telepon seluler pintar mempercepat integrasi pembayaran digital dalam kehidupan sehari-hari (Wang *et al.*, 2025). Revolusi industri 4.0 memperluas penggunaan transaksi non tunai secara global. Sistem pembayaran digital kemudian menjadi bagian penting dalam transformasi ekonomi *modern*. Perkembangan *e-money* di Indonesia dimulai sejak regulasi Bank Indonesia pada awal 2000-an (Hilen Julianti *et al.*, 2024). Penerbitan kartu prabayar untuk transportasi dan ritel menjadi tahap awal implementasi. Pertumbuhan signifikan terjadi setelah penetrasi smartphone meningkat secara nasional. Platform dompet digital seperti GoPay, OVO, dan DANA mempercepat adopsi masyarakat terhadap transaksi non tunai. Implementasi QRIS oleh Bank Indonesia memperluas integrasi pembayaran digital hingga pelaku usaha mikro. Ekosistem *cashless society* berkembang pesat dalam satu dekade terakhir. Perkembangan e-money di Denpasar menunjukkan tren peningkatan yang konsisten. Sektor pariwisata dan perdagangan mendorong kebutuhan transaksi cepat dan efisien (Nurdiani *et al.*, 2023). Generasi Z menjadi kelompok paling adaptif terhadap teknologi pembayaran digital. Integrasi sistem pembayaran di pusat perbelanjaan, kafe, transportasi daring, dan pasar tradisional memperluas penggunaan *e-money*. Infrastruktur internet yang relatif stabil mendukung kelancaran transaksi. Dinamika ekonomi kota mempercepat normalisasi sistem pembayaran non tunai (Škudienė *et al.*, 2025).

Dampak penggunaan *e-money* di masyarakat menunjukkan dimensi positif dan negatif. Efisiensi transaksi meningkatkan produktivitas ekonomi. Transparansi pencatatan keuangan memudahkan pengelolaan pengeluaran. Inklusi keuangan meningkat melalui akses layanan digital yang lebih luas. Perputaran uang menjadi lebih cepat dalam ekosistem lokal (Xiang *et al.*, 2025). Risiko keamanan siber tetap menjadi perhatian utama. Kebocoran data dan penipuan digital berpotensi merugikan pengguna. Perilaku konsumtif dapat meningkat akibat kemudahan transaksi tanpa uang fisik. Ketergantungan pada jaringan internet menimbulkan kerentanan sistemik. Implikasi sosial ekonomi dari temuan penelitian menunjukkan pentingnya penguatan literasi keuangan digital (Ngo *et al.*, 2025). Edukasi mengenai keamanan transaksi perlu ditingkatkan. Regulasi perlindungan data harus diperkuat untuk menjaga kepercayaan publik. Institusi pendidikan memiliki peran dalam membangun kesadaran penggunaan teknologi secara bijak (Vishnoi *et al.*, 2025). Pemerintah daerah perlu mendorong inklusi digital yang merata. Pelaku usaha harus memastikan sistem keamanan transaksi yang andal. Transformasi digital memerlukan keseimbangan antara inovasi dan perlindungan konsumen. Minat adopsi inovasi yang tinggi pada Generasi Z di Denpasar menunjukkan potensi besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi digital yang berkelanjutan.

KESIMPULAN

Kesimpulan penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabel independen yaitu Persepsi, Kemudahan Penggunaan, Teknologi, dan Difusi Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Adopsi Inovasi *e-money*. Kemudahan Penggunaan menjadi faktor paling dominan

dengan koefisien terbesar, yang menegaskan bahwa aspek kemudahan akses, kesederhanaan sistem, dan kecepatan transaksi menjadi pertimbangan utama dalam keputusan penggunaan. Persepsi menempati posisi penting kedua, yang menunjukkan bahwa kepercayaan, rasa aman, dan keyakinan terhadap manfaat sistem pembayaran digital memperkuat niat adopsi. Teknologi dan Difusi Inovasi turut memberikan kontribusi signifikan melalui kualitas sistem, keamanan jaringan, serta pengaruh sosial dalam lingkungan pengguna. Temuan ini memperlihatkan bahwa adopsi *e-money* tidak hanya dipengaruhi oleh kecanggihan teknologi, tetapi juga oleh faktor psikologis dan sosial. Perkembangan historis *e-money* dari kartu pintar global hingga sistem QRIS di Indonesia membuktikan bahwa transformasi pembayaran berlangsung secara evolutif dan adaptif terhadap kebutuhan masyarakat. Kondisi di Denpasar menunjukkan bahwa Generasi Z menjadi kelompok paling responsif terhadap perubahan tersebut. Dampak positif berupa efisiensi transaksi dan peningkatan inklusi keuangan berjalan berdampingan dengan risiko keamanan siber dan potensi perilaku konsumtif. Implikasi penelitian menekankan pentingnya literasi keuangan digital, penguatan regulasi perlindungan data, serta peningkatan keamanan sistem untuk memastikan bahwa pertumbuhan ekonomi digital berlangsung secara berkelanjutan dan memberikan manfaat optimal bagi masyarakat.

DAFTAR REFERENSI

- Amalia, A., Sari, A., Sari, D. N. R., Fadillah, R., & Pratiwi, S. T. (2022). Penyuluhan Kesehatan Reproduksi Remaja dalam Menyikapi Bonus Demografi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Saga Komunitas*, 1 (3).
- Ambarini, L. A. D., Frimawaty, E., & Herdiansyah, H. (2026). Sustainable management strategies for degraded subak rice fields in South Denpasar, Bali. *Journal of Degraded and Mining Lands Management*, 13 (1), 9199–9209. <https://doi.org/10.15243/jdmlm.2026.131.9199>
- Bongini, P. A., Mattassoglio, F., Pedrazzoli, A., & Vismara, S. (2025). Crypto ecosystem: navigating the past, present, and future of decentralized finance. *Journal of Technology Transfer*, 50 (5), 2054–2075. <https://doi.org/10.1007/s10961-025-10186-x>
- Cicih, L. H. M., & Agung, D. N. (2022). Lansia di era bonus demografi. *Jurnal Kependudukan Indonesia*, 17 (1), 1. <https://doi.org/10.14203/jki.v17i1.636>
- Darmawan, D. P., Arisena, G. M. K., Sukendar, N. M. C., Dewi, N. L. M. I. M., Krisnandika, A. A. K., Wiguna, P. P. K., Dunensa, D. L., Dewi, A. A. I. A. P., & Cahyani, D. D. A. (2024). Farmer Regeneration and Labor Requirements in Rice Farming: A Case Study of West Denpasar District, Denpasar City, Bali, Indonesia. *Organic Farming*, 10 (3), 185–201. <https://doi.org/10.56578/of100303>
- Goktas, P., & Dirsehan, T. (2025). Using PLS-SEM and XAI for causal-predictive services marketing research. *Journal of Services Marketing*, 39 (1), 53–68. <https://doi.org/10.1108/JSM-10-2023-0377>
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Ringle, C. M., Sharma, P. N., & Lienggaard, B. D. (2024). Going beyond the untold facts in PLS–SEM and moving forward. *European Journal of Marketing*, 58 (13), 81–106. <https://doi.org/10.1108/EJM-08-2023-0645>
- Henseler, J., & Schuberth, F. (2025). Should PLS become factor-based or should CB-SEM become composite-based? Both! In *European Journal of Information Systems* (Vol. 34, Number 3, pp. 551–563). Taylor and Francis Ltd. <https://doi.org/10.1080/0960085X.2024.2357123>
- Hilen Julianti, Fitri Agustina, & Yaumil Khoiriyah. (2024). Pengaruh Pendapatan Asli Daerah, Dana Perimbangan, Ukuran Pemerintah Daerah, Leverage Terhadap Kinerja Keuangan. *Journal of Accounting, Management, Economics, and Business (ANALYSIS)*, 2 (2), 141–

152. <https://doi.org/10.56855/analysis.v2i2.1100>
- Huda, I. U., Karsudjono, A. J., & Darmawan, R. (2021). ANALISIS BONUS DEMOGRAFI TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI DI PROVINSI KALIMANTAN SELATAN. *Jurnal Komunikasi Bisnis Dan Manajemen*, 8 (2).
- Lee, M. S., & Shin, S. (2025). Factors affecting the turnover intention of newly graduated Generation Z nurses in Korea: multilevel analysis. *Human Resources for Health*, 23 (1). <https://doi.org/10.1186/s12960-025-01011-5>
- Ngo, Q. H., Nguyen, T. D., & Phan, N. B. (2025). Exploring green purchasing intentions and behaviours among Vietnamese Generation Z: A perspective from the theory of planned behaviour. *PLoS ONE*, 20 (5 May). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0323879>
- Nurdiani, U., Mustaufik, & Saputro, W. A. (2023). Edukasi pembukuan keuangan pada poklhasar menggunakan buku kas sederhana. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 4 (2), 566–574. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v4i2.20696>
- Onjewu, A. K. E., Godwin, E. S., Azizsafaei, F., & Appiah, D. (2025). The influence of technology use on learning skills among generation Z: A gender and cross-country analysis. *Industry and Higher Education*, 39 (2), 139–157. <https://doi.org/10.1177/09504222241263227>
- Paramarta, P. M. A. A. (2024). Analisis Pengaruh Saluran Komunikasi dan Keadaan Penyuluh Terhadap Adopsi Inovasi Combine Harvester di Kabupaten Tabanan. *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3 (6), 7627–7631.
- Prystemskyi, O. S., Sakun, A. Z., Mokhnenko, A. S., Kostornoi, S. V., & Antonov, R. A. (2025). Innovations of the European Digital Space in the Banking Payment Services Market. *Studies in Business and Economics*, 20 (1), 228–246. <https://doi.org/10.2478/sbe-2025-0013>
- Rosnerova, Z., Ponisciakova, O., Kicova, E., & Strenitzerova, M. (2025). The Impact of the Digital World on the Buying Behaviour of Generation Z. *Administrative Sciences*, 15 (12). <https://doi.org/10.3390/admsci15120459>
- Škudienė, V., Augutytė Kvedaravičienė, I., Truncienė, G., & Legotė, I. (2025). Antecedents of retention: digital subscription perspectives of Generation Z. *Management Decision*. <https://doi.org/10.1108/MD-04-2024-0961>
- Surugiu, C., Grădinaru, C., & Surugiu, M. R. (2025). Drivers of VR Adoption by Generation Z: Education, Entertainment, and Perceived Marketing Impact. *Administrative Sciences*, 15 (2). <https://doi.org/10.3390/admsci15020041>
- Surugiu, C., Surugiu, M. R., Grădinaru, C., & Grigore, A. M. (2025). Factors Motivating Generation Z in the Workplace: Managerial Challenges and Insights. *Administrative Sciences*, 15 (1). <https://doi.org/10.3390/admsci15010029>
- Susetyo, B., & Lie, A. (2025). Quality indicators of vocational schools: Partial least squares-SEM for small sample. *MethodsX*, 15. <https://doi.org/10.1016/j.mex.2025.103620>
- Venus, A., Intyaswati, D., Ayuningtyas, F., & Lestari, P. (2025). Political participation in the digital age: Impact of influencers and advertising on Generation Z. *Cogent Arts and Humanities*, 12 (1). <https://doi.org/10.1080/23311983.2025.2520063>
- Vishnoi, S. K., Mathur, S., Agarwal, V., Virmani, N., & Jagtap, S. (2025). What drives Generation Z to choose green apparel? Unraveling the impact of environmental knowledge, altruism and perceived innovativeness. *International Journal of Sustainable Engineering*, 18 (1). <https://doi.org/10.1080/19397038.2025.2473986>
- Wang, F., Dickinson, T., & Ghazi-Tehrani, A. (2025). Not All Money Is the Same: The Meanings of Money in Online Fraud. *Crime and Delinquency*.

<https://doi.org/10.1177/00111287251321442>

- Williams, B. A., Jones, C. H., Welch, V., & True, J. M. (2023). Outlook of pandemic preparedness in a post-COVID-19 world. *Npj Vaccines*, 8 (1). <https://doi.org/10.1038/s41541-023-00773-0>
- Xiang, K., Wu, M. Y., Tong, Y., & He, C. (2025). Imprinting and Workplace Well-Being Among Generation Z Hotel Employees. *Journal of Travel Research*, 64 (6), 1393–1413. <https://doi.org/10.1177/00472875241249396>
- Zhang, Y., Schunn, C. D., & Wu, Y. (2024). What does it mean to be good at peer reviewing? A multidimensional scaling and cluster analysis study of behavioral indicators of peer feedback literacy. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 21 (1). <https://doi.org/10.1186/s41239-024-00458-1>