

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi digital di Indonesia menunjukkan laju yang sangat cepat dan telah meresap ke berbagai aspek kehidupan masyarakat, terutama dalam bidang ekonomi, komunikasi, serta transaksi keuangan. Menurut laporan *e-Conomy SEA 2025*, Indonesia masih menempati posisi sebagai pasar ekonomi digital terbesar di kawasan Asia Tenggara. Nilai transaksi bruto (*Gross Merchandise Value/GMV*) di Asia Tenggara diperkirakan menembus angka USD 300 miliar, dengan Indonesia sebagai penyumbang utama. Dinamika ini terutama didorong oleh pesatnya perkembangan sektor *e-commerce*, layanan transportasi berbasis aplikasi, dan sistem keuangan digital yang semakin mudah dijangkau oleh masyarakat luas. Perubahan tersebut turut memengaruhi pola konsumsi, di mana aktivitas belanja yang sebelumnya dilakukan secara tradisional kini bergeser ke platform daring dengan metode pembayaran digital yang lebih fleksibel. Pergeseran ini tidak hanya memperluas akses terhadap berbagai produk dan layanan, tetapi juga melahirkan kebiasaan konsumsi baru yang lebih instan. Kondisi ini semakin relevan bila dikaitkan dengan generasi muda yang tumbuh dalam ekosistem digital, karena mereka lebih cepat merespons inovasi teknologi dan cenderung memanfaatkan layanan keuangan digital untuk menunjang gaya hidup sehari-hari.

Salah satu inovasi keuangan digital yang berkembang pesat di Indonesia adalah layanan *Buy Now Pay Later (BNPL)*, dengan *Shopee PayLater* sebagai penyedia yang paling dominan. Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), nilai pembiayaan BNPL tercatat mencapai Rp 28,05 triliun pada September 2024, sementara jumlah akun aktif meningkat hingga 17,26 juta pada Februari 2025 (OJK, 2025). Tingginya popularitas *Shopee PayLater* tidak terlepas dari

kemudahan akses, integrasi langsung dengan platform belanja *Shopee*, serta strategi promosi berupa diskon yang agresif, sehingga layanan ini menjadi pilihan utama bagi kalangan muda, khususnya Generasi Z. Kajian empiris menunjukkan bahwa penggunaan *Shopee PayLater* tidak selalu berkaitan dengan kebutuhan mendesak, melainkan lebih sering dipengaruhi oleh dorongan keinginan, seperti mengikuti tren, memanfaatkan potongan harga, atau mencari kepuasan sesaat (Candika et al. 2025). Kondisi ini mencerminkan adanya pergeseran pola konsumsi dari orientasi rasional menuju dorongan emosional. Dengan demikian, *Shopee PayLater* berperan sebagai fasilitas yang memperkuat perilaku konsumtif, karena pengguna merasa aman menunda pembayaran tanpa mempertimbangkan konsekuensi finansial jangka panjang.

Generasi Z merupakan kelompok demografi yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 dan dikenal sebagai generasi yang tumbuh bersama teknologi karena sejak usia dini sudah akrab dengan internet, media sosial, dan perangkat pintar. Teknologi menjadi sarana utama bagi mereka untuk memperoleh informasi, mengekspresikan diri, sekaligus membentuk gaya hidup. Di sisi lain, Generasi Z memiliki kecenderungan konsumtif yang relatif lebih tinggi dibandingkan generasi sebelumnya; tekanan sosial dari lingkungan digital, promosi yang agresif, serta pengaruh influencer membuat mereka lebih rentan melakukan pembelian impulsif. Kondisi ini menjadikan Generasi Z salah satu kelompok yang paling berisiko dalam penggunaan layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL), termasuk *Shopee PayLater*.

Generasi yang berada di Kabupaten Kebumen memiliki jumlah yang cukup banyak. Badan Pusat Statistik (BPS) Kebumen memiliki jumlah data generasi Z, tetapi kurang spesifik dalam penggolongan usia. Berikut data jumlah penduduk dari sisi generasi yang ada di Kabupaten Kebumen sebagai berikut:

Tabel I- 1
Jumlah Penduduk Dari Sisi Generasi Di Kabupaten Kebumen

Nama Generasi	Jumlah
Silent Generation	20.000 Jiwa
Baby Boomer	193.747 Jiwa
Gen X	269.756 Jiwa
Gen Y	332.728 Jiwa
Gen Z	347.258 Jiwa

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS), 2025

Berdasarkan Tabel 1-1, Jumlah penduduk Generasi Z di Kabupaten Kebumen yang berada pada rentang usia 17–28 tahun tercatat sebanyak 347.258 jiwa atau sekitar 24,5% dari keseluruhan populasi, sehingga menempatkannya sebagai kelompok usia dengan komposisi terbesar dibandingkan generasi lainnya. Besarnya proporsi tersebut menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki peran yang signifikan dalam mendorong aktivitas ekonomi digital di daerah, terutama melalui penggunaan platform perdagangan daring serta layanan kredit digital. Dominasi jumlah Generasi Z ini semakin jelas ketika dikaitkan dengan pola konsumsi mereka, khususnya dalam pemanfaatan layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL). Selain itu juga terdapat data aplikasi pemakaian Paylater yang paling banyak digunakan Generasi Z di Kabupaten Kebumen, sebagai berikut:

Tabel I- 2
Aplikasi Paylater Yang Paling Banyak Digunakan Generasi Z Di Kabupaten Kebumen Tahun 2025

Aplikasi Paylater	Responden	Persentase
<i>Shopee Paylater</i>	41	75,9%
<i>Gopaylater</i>	8	14,8%
Akulaku	3	5,6%
Kredivo	2	3,7%
Jumlah	54	100%

Sumber: Hasil Observasi, 2025

Berdasarkan tabel I-2 hasil observasi yang dilakukan kepada 54 orang di kabupaten kebumen yang menunjukkan bahwa *Shopee PayLater* menjadi layanan paylater dengan tingkat penggunaan tertinggi, yakni digunakan oleh 41

responden atau sebesar 75,9% dari keseluruhan sampel. Dominasi penggunaan *Shopee PayLater* mencerminkan daya tarik yang kuat bagi Generasi Z, yang diduga dipengaruhi oleh kemudahan proses akses, keterhubungan langsung dengan platform belanja daring, serta pilihan skema pembayaran yang fleksibel. Selanjutnya diikuti, GoPayLater digunakan oleh 8 responden atau setara dengan 14,8%. Meskipun persentasenya lebih rendah dibandingkan *Shopee PayLater*, keberadaan GoPayLater tetap menunjukkan eksistensi pengguna, khususnya di kalangan Generasi Z yang terbiasa memanfaatkan layanan dalam ekosistem Gojek. Adapun aplikasi Akulaku yaitu 3 responden dengan 5,6% dan Kredivo hanya digunakan oleh 2 responden atau sebesar 3,7%, yang mengindikasikan bahwa tingkat pemanfaatannya relatif lebih rendah dibandingkan dengan aplikasi paylater lainnya. Dari data tersebut menunjukkan kecenderungan Generasi Z di Kabupaten Kebumen untuk memilih layanan paylater yang terintegrasi langsung dengan aktivitas belanja online. Kondisi ini memperkuat dasar pemilihan objek penelitian pada pengguna *Shopee PayLater*, mengingat tingginya tingkat dominasi aplikasi tersebut di antara responden yang diteliti.

Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan individu untuk melakukan pembelian produk atau layanan secara berlebihan, yang tidak semata-mata didorong oleh kebutuhan praktis, melainkan oleh hasrat pribadi, tren mode, maupun dorongan emosional. Perilaku ini sering kali muncul dalam bentuk pembelian spontan, tanpa adanya perencanaan yang matang, sehingga keputusan konsumsi lebih banyak dipengaruhi oleh keinginan sesaat dibandingkan pertimbangan rasional.

Pada Generasi Z, perilaku konsumtif semakin menonjol seiring dengan perkembangan teknologi digital dan layanan keuangan elektronik. Fenomena ini tampak jelas melalui penggunaan fasilitas *Buy Now Pay Later* (BNPL) seperti *Shopee PayLater*. Banyak keputusan konsumsi dilakukan dengan

mengesampingkan prioritas kebutuhan, bahkan tetap berbelanja meskipun kewajiban cicilan sebelumnya belum sepenuhnya diselesaikan. Faktor-faktor seperti kemudahan sistem pembayaran, penawaran promosi yang menarik, serta anggapan bahwa pembayaran dapat ditunda ke periode berikutnya semakin memperkuat perilaku konsumtif ini, sehingga proses pengambilan keputusan cenderung kurang rasional dan lebih berorientasi pada kepuasan jangka pendek. Selain itu, kemudahan akses layanan *paylater* semakin mendorong perilaku konsumtif, karena memungkinkan mereka berbelanja tanpa harus menunggu dana tersedia secara tunai. Ada beberapa faktor- faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu literasi keuangan, gaya hidup, pendapatan dan kontrol diri.

Menurut (Fahrezi et al. 2025), literasi keuangan merupakan salah satu faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif Generasi Z. Literasi keuangan dapat dipahami sebagai kemampuan seseorang untuk memahami, mengelola, dan menggunakan uang secara bijak sehingga mampu menghindari perilaku konsumtif yang merugikan, terutama dalam penggunaan layanan keuangan digital seperti *Shopee PayLater*. Rendahnya literasi keuangan membuat Generasi Z cenderung melakukan pembelian impulsif dan berlebihan, karena kurang memahami risiko utang, bunga, serta konsekuensi jangka panjang dari penggunaan kredit digital. Sebaliknya, semakin tinggi pengetahuan keuangan yang dimiliki seseorang, semakin besar pula kemampuan mereka untuk mengelola pengeluaran secara rasional dan terkendali. (Rizma & Fathihani 2025) menegaskan bahwa literasi rendah memperkuat perilaku belanja impulsif, Hasil penelitian oleh (Siddiqi & Sari 2025) literasi keuangan menunjukkan literasi tinggi berdampak negatif terhadap perilaku konsumtif karena mendorong perencanaan keuangan yang cermat. Sebaliknya, Hasil penelitian oleh (Alghifari & Firman 2025) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif pengguna *Shopee PayLater* generasi Z. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat

literasi keuangan, semakin mampu generasi Z mengendalikan pengeluaran dan menghindari pembelian impulsif, serta mampu mengelola keuangan secara sehat. Kondisi ini semakin relevan bila dikaitkan dengan hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2025, yang mencatat indeks literasi keuangan nasional hanya sebesar 66,46%, sementara inklusi keuangan mencapai 80,51%. Kesenjangan 14,05% ini menunjukkan bahwa meskipun akses terhadap produk keuangan digital semakin luas, pemahaman masyarakat terutama Generasi Z tentang risiko utang dan konsekuensi finansial masih terbatas. Hal ini memperkuat kecenderungan penggunaan *Shopee PayLater* atas dasar keinginan, bukan kebutuhan.

Faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu gaya hidup. Gaya hidup merupakan ciri khas individu yang tercermin dalam aktivitas, minat, dan pandangan sehari-hari. Perbedaan gaya hidup melahirkan persepsi yang beragam, sekaligus menjadi identitas penting yang berkaitan dengan cara seseorang mengelola keuangan. Generasi Z cenderung memiliki gaya hidup tinggi karena dorongan untuk mengikuti tren atau meniru figur publik. Hal ini menjadikan gaya hidup sebagai faktor pendorong perilaku konsumtif, termasuk penggunaan *Shopee PayLater* (Sari, 2023). Menurut penelitian (Azizah & Febrilyantri 2024) Gaya hidup menggambarkan pola konsumsi dan pemenuhan kebutuhan yang lebih didorong oleh keinginan dibandingkan kebutuhan utama, sehingga cenderung berorientasi pada pemuasan kesenangan. Gaya hidup tersebut dapat tercermin dari barang yang digunakan atau dikonsumsi, serta dari cara seseorang bersikap dan berperilaku dalam interaksi dengan lingkungan sekitarnya. Lingkungan sosial, media digital, dan kebiasaan yang berkembang di masyarakat sangat memengaruhi gaya hidup ini, terutama pada generasi muda. Hasil penelitian (Khaerunisa *et al.* 2024) menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif pengguna *shopee paylater*. Sedangkan hasil

penelitian (Suhandoko *et al.* 2025) menunjukkan bahwa gaya hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu pendapatan. Pendapatan merupakan hasil usaha yang diperoleh perusahaan, yang berkontribusi terhadap peningkatan laba melalui proses penciptaan barang atau jasa dalam periode tertentu (Rahma *et al.*, 2022). Pendapatan berpengaruh pada kemampuan seseorang untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan hidupnya, termasuk membuat keputusan tentang apa yang mereka beli. Pendapatan yang berdampak positif pada perilaku konsumtif individu karena menentukan daya beli mereka; dengan demikian, pendapatan yang lebih tinggi dapat membuat konsumen lebih banyak menggunakan layanan Paylater. Hasil penelitian (Fahrezi *et al.* 2025) menunjukkan bahwa pendapatan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Sedangkan, hasil penelitian (Ukhriyawati *et al.* 2024) menunjukkan bahwa pendapatan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif.

Faktor terakhir yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu kontrol diri. Kontrol diri adalah kemampuan seseorang untuk mengontrol dan mengendalikan dorongan atau keinginan yang dapat mempengaruhi perilaku mereka, seperti membuat keputusan konsumtif. Dalam kasus generasi Z, kontrol diri sangat penting untuk mengendalikan kecenderungan konsumtif mereka yang didorong oleh kemudahan akses kredit digital dan gaya hidup mereka. Selain itu kontrol diri juga mempengaruhi kemampuan generasi Z dalam menghadapi tekanan emosional dan sosial. Menurut (Putri *et al.* 2025) menjelaskan bahwa kontrol diri dalam pemanfaatan *Shopee PayLater* ditunjukkan melalui kemampuan seseorang untuk mengendalikan dorongan membeli secara spontan, membatasi keinginan konsumtif, menunda pemenuhan kepuasan, serta mempertimbangkan dampak keuangan yang mungkin timbul sebelum melakukan transaksi. Kontrol diri melibatkan kemampuan untuk memilih tindakan sesuai dengan tujuan dan norma

yang berlaku, serta menghindari perilaku yang merugikan diri sendiri. Hasil penelitian (Ukhriyawati .c 2024) menunjukkan bahwa kontrol diri berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna *shopee paylater*. Sedangkan, hasil penelitian (Athallah & Artdhita 2025) menunjukkan bahwa kontrol diri berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif.

Berdasarkan fenomena yang dikaji, perkembangan teknologi digital di Indonesia telah mendorong perubahan signifikan dalam pola konsumsi masyarakat, khususnya generasi Z yang tumbuh dalam ekosistem digital dan menjadi pengguna utama layanan kredit daring seperti *Shopee PayLater*. Data di Kabupaten Kebumen menunjukkan dominasi penggunaan *Shopee PayLater* dibandingkan layanan sejenis, mencerminkan kuatnya daya tarik fasilitas ini bagi generasi muda. Namun, meskipun faktor literasi keuangan, gaya hidup, pendapatan, dan kontrol diri diyakini berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, temuan empiris yang ada masih belum konsisten baik dari arah maupun besarnya pengaruh. Ketidaksesuaian hasil tersebut menegaskan adanya gap penelitian, yaitu belum adanya kesimpulan yang komprehensif mengenai bagaimana faktor-faktor tersebut secara simultan memengaruhi perilaku konsumtif generasi Z dalam penggunaan kredit digital. Oleh karena itu, penelitian ini menghadirkan kebaruan dengan mengkaji keempat faktor tersebut secara bersamaan pada pengguna *Shopee PayLater* di Kabupaten Kebumen, sehingga diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih utuh dan sesuai dengan kondisi empiris yang terjadi.

Berdasarkan penjelasan tersebut penelitian tertarik untuk melakukan penelitian terkait perilaku konsumtif pengguna *shopee paylater* dengan judul **“Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Pendapatan Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna *Shopee Paylater* Pada Generasi Z Di Kabupaten Kebumen.”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka permasalahan yang akan diteliti dapat dirumuskan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pengguna *shopee paylater* pada generasi Z di Kabupaten Kebumen ?
2. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pengguna *shopee paylater* pada generasi Z di Kabupaten Kebumen ?
3. Apakah pendapatan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pengguna *shopee paylater* pada generasi Z di Kabupaten Kebumen ?
4. Apakah kontrol diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pengguna *shopee paylater* pada generasi Z di Kabupaten Kebumen ?

1.3 Batasan Masalah

Untuk melakukan penelitian, peneliti terlebih dahulu harus memahami apa yang dimaksud dengan penelitian tersebut. Agar sasaran pembahasan disini dapat tercapai, maka disini peneliti hanya akan mengungkapkan pembatasan masalah penelitian antara lain :

1. Responden dalam penelitian ini yaitu, generasi Z yang ada di Kabupaten Kebumen dengan rentan usia 17 sampai 28 tahun.
2. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu meliputi indikator dari masing-masing variabel seperti :
 - a. Literasi keuangan
Pengetahuan keuangan dasar, Tabungan dan pinjaman, Asuransi, dan Investasi
 - b. Gaya hidup
Activity, interest, dan opinion
 - c. Pendapatan

Tingkat pendapatan bulanan, stabilitas pendapatan terhadap keputusan keuangan, dan alokasi pendapatan terhadap keputusan keuangan.

d. Kontrol diri

Kontrol perilaku, kontrol kognitif, dan kontrol kepuasan

e. Perilaku konsumtif

Adanya penawaran hadiah menarik, membeli karena kemasan yang menarik, membeli dan menjaga penampilan, membeli setelah pertimbangan harga, discount atau potongan harga.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif pengguna *shopee paylater* pada generasi Z di Kabupaten Kebumen.
2. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna *shopee paylater* pada generasi Z di Kabupaten Kebumen.
3. Untuk mengetahui pengaruh pendapatan terhadap perilaku konsumtif pengguna *shopee paylater* pada generasi Z di Kabupaten Kebumen.
4. Untuk mengetahui pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pengguna *shopee paylater* pada generasi Z di Kabupaten Kebumen.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan terkait perilaku konsumtif pengguna *shopee paylater* pada generasi Z yang ada di Kabupaten Kebumen. Selain itu, hasil dari penelitian ini juga diharapkan dapat

bermanfaat bagi penelitian selanjutnya baik sebagai referensi atau sebagai perbandingan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi penulis

Penelitian ini akan digunakan sebagai sarana untuk memperoleh gelar sarjana manajemen dari program studi manajemen Universitas Putra Bangsa. Penelitian ini juga diharapkan bermanfaat bagi peneliti untuk lebih memahami peran literasi keuangan, gaya hidup, pendapatan, dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pengguna *shopee paylater* pada generasi Z di Kabupaten Kebumen.

b. Bagi mahasiswa

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber informasi, motivasi dan fokus pada pentingnya perilaku konsumtif pengguna *shopee paylater* pada generasi Z di Kabupaten Kebumen yang baik.

c. Bagi Perguruan Tinggi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi tambahan serta rekomendasi untuk penelitian selanjutnya yang membahas tentang pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, pendapatan dan control diri terhadap perilaku konsumtif pengguna *shopee paylater* pada generasi Z di Kabupaten Kebumen.