BAB I
PENDAHULUAN

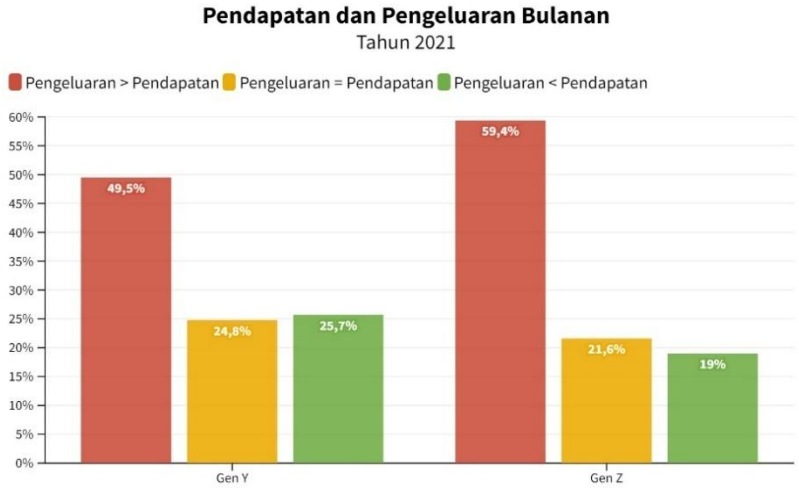
1.1 Latar Belakang

Saat ini, fokus perhatian dalam penerapan perilaku keuangan banyak diarahkan kepada kalangan muda atau remaja. Kelompok ini didominasikan oleh Generasi Z yang dikenal memiliki tantangan dalam mengatur pengeluaran. Menurut Sari & Manjaleni (2025) kemajuan teknologi telah membuka akses yang semakin mudah terhadap berbagai layanan keuangan digital, seperti dompet digital (*e-wallet*) dan bayar nanti (Paylater), yang menawarkan fleksibilitas tinggi dalam bertransaksi. Kondisi ini menjadi bagian dari gaya hidup Generasi Z kelompok yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 yang sangat akrab dengan teknologi dan lebih sering melakukan aktivitas konsumsi secara online.

Paparan konten gaya hidup, tren fesyen, publik figur media sosial (*influencer*) dan promosi online membuat remaja lebih rentan melakukan pembelian impulsif. Media sosial menjadi salah satu faktor penyebab meningkatnya perilaku konsumtif. Hal ini, didukung dengan pendapat yang dikatakan oleh Putri et al. (2024) bahwa perkembangan teknologi telah mengubah cara masyarakat menggunakan uang. Banyak orang kini lebih berfokus pada pemenuhan keinginan yang dianggap penting untuk mendapatkan kenyamanan dan pengakuan sosial. Kondisi tersebut juga terlihat pada Generasi Z, dimana remaja cenderung gemar berbelanja, menghabiskan waktu di kafe atau jalan-jalan sebagai bagian dari kebutuhan sosialisasi dan interaksi mereka.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa perilaku konsumtif pada Generasi Z dapat berdampak pada kemampuan mereka dalam menjaga keseimbangan antara pemasukan dan pengeluaran. Kemudahan akses layanan keuangan digital serta tingginya intensistas konsumsi sering kali membuat remaja lebih mengutamakan pemenuhan keinginan dibandingkan kebutuhan. Akibatnya, pengeluaran yang dilakukan cenderung lebih besar dibandingkan pemasukan yang dimiliki. Fenomena ini menunjukan masih rendahnya kemampuan sebagian Generasi Z dalam mengelola keuangan secara bijak dan terencana. Hal tersebut dapat dilihat

dari data mengenai keseimbangan pemasukan dan pengeluaran Generasi Z berikut ini.



Gambar 1.1

Pendapatan dan Pengeluaran Bulanan

Sumber: GoodStats (2021)

Sebanyak 49,5% responden Generasi Y mengaku memiliki pengeluaran yang lebih daripada pendapatan, sementara pada Generasi Z angka mencapai 59,4%. Di sisi lain, hanya 25,7% responden Generasi Y dan 19% Generasi Z yang memiliki pengeluaran lebih rendah dibandingkan pendapatan (Angelia, 2022). Selain itu, berdasarkan kondisi sosial ekonomi, semakin rendah status ekonomi seseorang maka kecenderungan pengeluaran melebihi pendapatan juga semakin tinggi.

Sebelum menyajikan data mengenai pertimbangan konsumen dalam memilih merek niaga elektronik (*e-commerce*) dan pertimbangan dalam pembelian barang, perlu dipahami bahwa keputusan tersebut tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor, melainkan hasil evaluasi dari berbagai aspek, seperti kemudahan penggunaan platform. Berbagai pertimbangan ini tidak hanya memengaruhi keputusan pembelian, tetapi juga berdampak pada perilaku pengelolaan keuangan, seperti pola pengeluaran dan kemampuan mengontrol belanja, terutama dalam menghindari pembelian impulsif di era digital.



Gambar 1.2

Pertimbangan Konsumen Menentukan Merek E-Commerce

Sumber: Databoks (2021)

Fenomena *e-commerce* di Indonesia menciptakan persaingan ketat yang membuat konsumen semakin selektif, dengan kecenderungan melakukan riset serta perbandingan harga dan pokok sebelum berbelanja. Namun, kemudahan belanja digital serta akses pembayaran seperti Paylater juga mendorong perilaku impulsif yang dapat menjadi tantangan dalam pengelolaan keuangan pribadi (Pusparisa, 2021).



Gambar 1.3

Net Spending Intention Generasi Z Berdasarkan Kategori Belanja

Sumber: Databoks (2024)

Prioritas pengeluaran konsumen cenderung berfokus pada pemenuhan kebutuhan pokok, diikuti oleh kategori fashion dan kesehatan dalam rencana

belanja bulanan. Hal ini diperkuat oleh data pada gambar yang menunjukan bahwa kebutuhan pokok memiliki posisi tertinggi dalam niat pengeluaran bersih (*net spending intention*), sementara faktor seperti variasi promosi dan harga tetap menjadi pertimbangan utama dalam memilih platform belanja. Kondisi ini mencerminkan bahwa konsumen tetap mengutamakan nilai fungsional dan efisinsi ekonomi di tengah beragamnya penawaran dari berbagai e-commerce (Ahdiat, 2025).

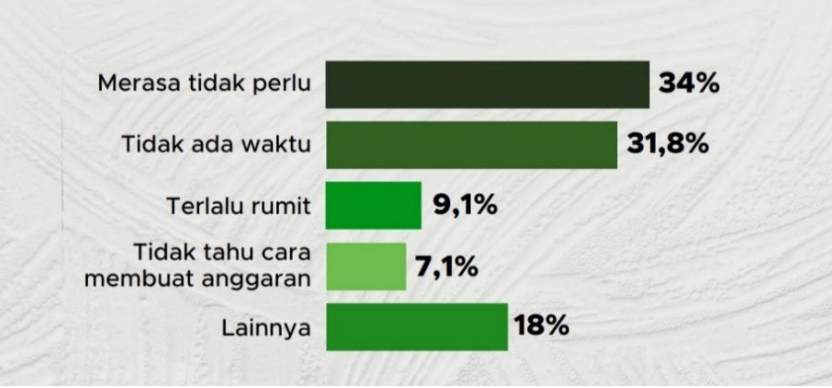
Kondisi tersebut menunjukkan bahwa meskipun kebutuhan pokok tetap menjadi prioritas utama, pengeluaran Generasi Z juga tersebar pada berbagai kategori lain, hal ini mengindikasikan bahwa pola konsumsi tidak hanya berfokus pada kebutuhan dasar, tetapi juga dipengaruhi oleh gaya hidup. Selanjutnya, rincian proporsi pengeluaran bulanan Generasi Z dapat dilihat pada Tabel 1.1 yang menggambarkan distribusi pengeluaran berdasarkan jenis kebutuhan.

Tabel 1.1
Pencatatan Pengeluaran Bulanan

Kategori	Persentase
Selalu mencatat	37,5
Tidak mencatat	62,5

Sumber: GoodStats (2025)

Menurut survei yang dilakukan oleh GoodStats dengan judul pola perilaku mengelola keuangan masyarakat Indonesia 2025, masih banyak masyarakat Indonesia yang belum terbiasa mencatat anggaran maupun pengeluaran bulanan secara rutin. Hasil menunjukkan bahwa hanya 37,5% yang menyusun pencatatan bulanan secara tertulis dan rinci, sedangkan 62,5% lainnya belum melakukan pencatatan bulanan (Alfathi, 2025). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa tingkat kesadaran masyarakat dalam melakukan perencanaan dan pengelolaan keuangan pribadi masih tergolong rendah, padahal pencatatan pengeluaran memiliki peran penting dalam mengontrol kondisi keuangan dan mencegah perilaku konsumtif.



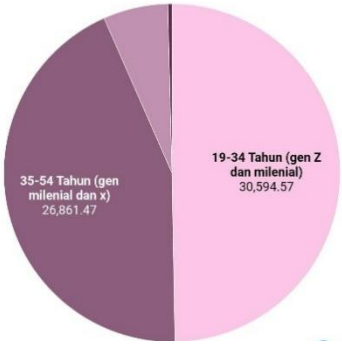
Gambar 1.4

Mayoritas Merasa Tidak Perlu Membuat Anggaran

Sumber: GoodStats (2024)

Tantangan dalam pengelolaan keuangan pribadi sering kali disebabkan oleh rendahnya kedisiplinan dalam perencanaan. Banyak individu tidak Menyusun anggaran bulanan karena merasa tidak perlu (34%) dan keterbatasan waktu (31,8%). Selain itu, persepsi bahwa penyusunan anggaran rumit (9,1%) serta kurangnya pemahaman (7,1%) juga menjadi hambatan. Kurangnya perencanaan ini beresiko melemahkan kontrol keuangan (Yonatan, 2024b).

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa rendahnya perencanaan keuangan dapat menyebabkan pengelolaan keuangan pribadi menjadi kurang optimal, sehingga individu cenderung hanya berfokus pada aktivitas finansial yang bersifat rutin dan wajib. Salah satu aktivitas yang paling dominan adalah pembayaran tagihan sebagai kewajiban utama. Hal ini menggambarkan bahwa tanpa perencanaan yang baik, pengelolaan keuangan cenderung bersifat reaktif daripada terstruktur. Selanjutnya, gambaran mengenai aktivitas utama masyarakat Indonesia dapat dilihat pada data berikut ini.

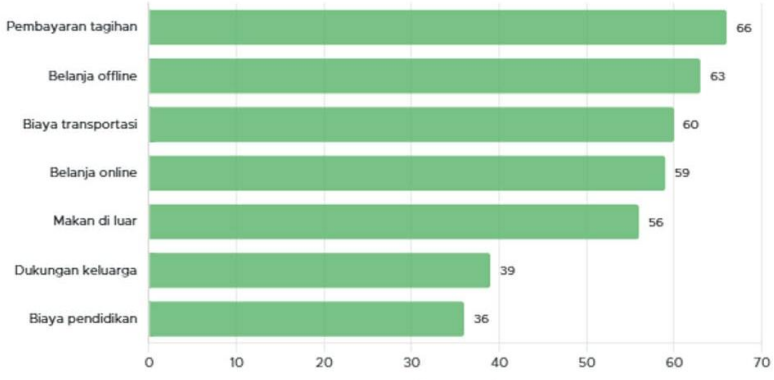


Gambar 1.5

Generasi Z dan Milenial Paling Malas Bayar Hutang

Sumber: Komparatif dan OJK (2024)

Berdasarkan ata Otoritas Jasa Keuangan (OJK) per juni 2024 mengenai total outstanding pinjaman fintech lending, Generasi Z dan Milenial tercatat sebagai kelompok dengan kontribusi terbesar dalam penundaan pembayaran pinjaman, dengan total utang mencapai Rp. 30,59 triliun. Selanjutnya, Generasi Milenial dan Generasi X mencatat outstanding sebesar Rp. 26,86 triliun, diikuti oleh Generasi X dan Baby Boomer sebesar Rp. 3,82 triliun, serta Generasi Z sebesar Rp. 244 miliar. Jika dilihat dari jenis kelamin, perempuan mendominasi dengan porsi 55% atau setara Rp. 33,76 triliun dari total outstanding pinjaman perseorangan, sementara laki-laki sebesar 45% atau Rp. 27,76 triliun .



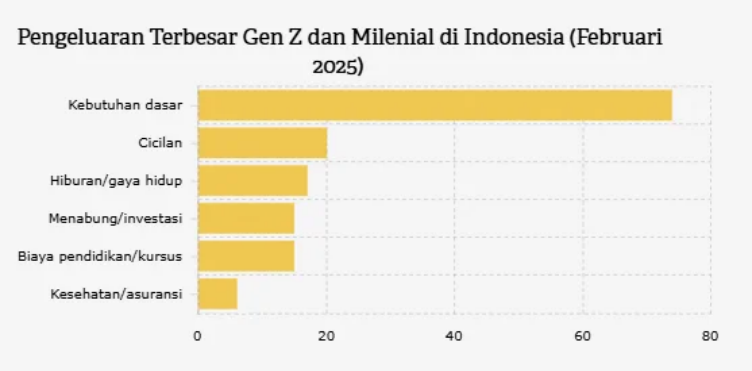
Gambar 1.6

Membayar Tagihan Jadi Aktivitas Finansial Utama Publik RI

Sumber: GoodStats (2025)

Berdasarkan survei Jakpat, pembayaran tagihan menjadi aktivitas keuangan yang paling dominan dilakukan masyarakat Indonesia dengan persentase sebasar 66%, sementara aktivitas yang paling rendah adalah pembayaran biaya Pendidikan yang hanya mencapai 36%. Selain itu pengeluaran lain juga cukup tinggi, seperti belanja offline 63%, biaya transportasi 60%, belanja online 59%, makan diluar rumah 56%, serta dukungan keluarga 39% (Husein, 2025).

Fenomena perubahan pola konsumsi ini terlihat pada perilaku ekonomi generasi muda yang kini banyak menominasi pasar tenaga kerja. Hal tersebut tercermin dari bagimana prioritas anggaran dialokasikan untuk memenuhi kebutuhan hidup di tengah kondisi ekonomi saat ini. seperti yang ditunjukkan pada gambar 1.7, struktur biaya hidup memperlihatkan adanya dominasi pada sektor-sektor tertentu yang menjadi komponen utama pengeluaran sehari-hari.



Gambar 1.7

Pengeluaran Terbesar Generasi Z di Indonesia

Sumber: Databoks (2025)

Menurut hasil survei yang dilakukan oleh Populix 2025, sebagian besar dari kelompok Generasi Z di Indonesia mengalokasikan pengeluaran utamanya untuk kebutuhan dasar, seperti makanan, transportasi, dan tagihan, dengan persentase mencapai 74%. Selanjutnya, sekitar 20% Sebagian besar menggunakan pendapatannya untuk membayar cicilan atau angsuran pinjaman, sementara 17% lainnya mengalokasikan dana untuk kebutuhan hiburan atau gaya hidup. Selain itu, terdapat pula responden yang memprioritaskan pengeluaran untuk pendidikan atau

kursus serta tabungan dan investasi, masing-masing sebesar 15%, serta biaya kesehatan atau asuransi sebesar 6% (Muhamad, 2025).

Generasi Z yang memiliki pengetahuan dan kebiasaan menabung yang baik akan tumbuh menjadi individu yang lebih disiplin, bertanggung jawab, dan bijaksana dalam mengelola keuangannya. Pendapatan yang dikelola dengan tepat memungkinkan seseorang memenuhi kebutuhan sekaligus menjaga gaya hidup yang sehat dan teratur (Lubis & Siregar, 2025). Remaja umumnya memiliki sumber keuangan yang terbatas, namun tetap harus memenuhi berbagai kebutuhan sehari-hari maupun kebutuhan lainnya. Karena itu, penting bagi generasi muda untuk memahami bagaimana mengelola keuangan dengan baik agar mampu merencanakan kondisi finansial yang lebih stabil di masa depan.

Menurut Safitri et al. (2023) menyatakan Generasi Z memiliki keterkaitan erat dengan teknologi karena lahir di era ponsel pintar (*smartphone*), tumbuh bersama kemajuan teknologi, dan lebih terbuka terhadap informasi melalui internet dibandingkan generasi sebelumnya. Mereka mahir menggunakan teknologi, aktif memanfaatkan media sosial untuk berinteraksi, dan cenderung mengutamakan kepuasan saat ini dari pada kebutuhan di masa depan. Karakteristik inilah yang membedakan Generasi Z dari generasi sebelumnya, sehingga penting untuk memahami karakter, sikap, dan perilaku mereka dalam mengelola keuangan.

Perkembangan teknologi keuangan tidak terlepas dari penerimaan pengguna terhadap teknologi tersebut. Hal ini dapat dijelaskan melalui model penerimaan teknologi (*technology acceptance model* - TAM), yang menyatakan bahwa penerimaan teknologi dipengaruhi oleh persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan (Davis, 1989). Dalam kemudahan penggunaan layanan keuangan digital dapat mendorong individu untuk memanfaatkan teknologi dalam aktivitas keuangan, sehingga berpotensi memenuhi perilaku pengelolaan keuangan pribadi.

Jika generasi muda tidak memahami cara mengelola keuangan dengan baik, mereka akan kesulitan merencanakan serta mengontrol penggunaan uang. kondisi ini dapat membuat mereka kurang mampu memenuhi berbagai kebutuhan yang jumlahnya tidak terbatas. Di era digitalisasi saat ini, perubahan perilaku finansial semakin terlihat jelas, bahwa digitalisasi membuat generasi muda lebih mudah

terpengaruh oleh berbagai tren dan inovasi baru. Kelompok ini juga sering menjadi target para pelaku bisnis untuk mendorong konsumsi produk mereka.

Dengan kecenderungan mudah tergoda oleh barang baru atau bermerek, generasi muda menjadi pasar yang sangat potensial. Ditambah dengan sikap konsumtif dan kemajuan teknologi yang menyediakan akses cepat serta praktis, anak muda semakin mudah menghabiskan uang tanpa perencanaan yang matang. Kebutuhan dan keinginan merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan setiap orang.

Kegagalan dalam mengelola keuangan dapat menimbulkan berbagai masalah keuangan yang pada akhirnya menghambat tercapainya kesejahteraan. Pengetahuan keuangan menjadi hal yang sangat penting dalam pengelolaan keuangan individu. Banyak fenomena di masyarakat menunjukkan adanya kesulitan keuangan yang tidak hanya disebabkan oleh rendahnya pendapatan, tetapi juga akibat kesalahan dalam pengelolaan keuangan serta tidak adanya perencanaan keuangan yang baik. Hal ini menunjukkan bahwa kurangnya pemahaman dalam mengelola keuangan pribadi menjadi faktor utama munculnya masalah finansial (Novita et al., 2022).

Perilaku individu dalam mengelola keuangan juga dapat dijelaskan melalui teori perilaku terencana (*theory of planned behavior* - TPB), yang menyatakan bahwa perilaku dipengaruhi oleh niat (*intention*) yang terbentuk dari sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dipersepsikan (Ajzen, 1991). Dalam sikap dan kontrol diri individu terhadap penggunaan teknologi keuangan dapat memengaruhi perilaku pengelolaan keuangan pribadi.

Integrasi antara niat dan kontrol perilaku menjadi semakin relevan di tengah pesatnya digitalisasi sektor keuangan yang menawarkan berbagai kemudahan akses. Dalam kerangka TPB, sikap individu terhadap efisiensi dan kemudahan penggunaan platform digital menjadi faktor penting dalam menentukan tingkat adopsi teknologi pada aktivitas ekonomi sehari-hari. Salah satu bentuk penerapannya terlihat pada hadirnya instrumen pembiayaan yang lebih felsibel, yang secara langsung dapat memengaruhi kemampuan individu dalam mengontrol diri dan menjaga stabilitas keuangan.

Perkembangan teknologi keuangan mendorong munculnya inovasi dalam sistem pembayaran salah satunya layanan beli sekarang bayar nanti (*buy now pay later* - BNPL). Layanan ini memungkinkan konsumen membeli barang atau jasa terlebih dahulu dan membayarnya di kemudian hari, baik secara penuh maupun cicilan. Kehadiran BNPL memberikan kemudahan transaksi, namun juga berpotensi memengaruhi perilaku pengelolaan keuangan, terutama dalam pengendalian pengeluaran dan pengambilan keputusan finansial (Putri & Rizal, 2026).

Secara umum, layanan Paylater merepresentasikan fenomena baru dalam pola konsumsi digital yang menggabungkan kemudahan teknologi dengan kebutuhan finansial masyarakat modern. Perkembangan Paylater sejalan dengan meningkatnya digitalisasi sistem pembayaran serta pesatnya pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia, yang turut mendorong tingginya tingkat adopsi layanan ini di berbagai lapisan masyarakat. Data pertumbuhan penggunaan Paylater menunjukkan tren peningkatan yang konsisten dari tahun ke tahun, mengindikasikan bahwa Paylater semakin diterima sebagai instrumen pembiayaan jangka pendek dalam aktivitas konsumsi sehari-hari.



Gambar 1.8

Pertumbuhan Pengguna Paylater di Indonesia

Sumber: GoodStats (2024)

Seiring dengan meningkatnya penetrasi internet serta berkembangnya teknologi finansial di Indonesia, layanan Paylater mengalami pertumbuhan yang pesat dan menjadi salah satu metode pembayaran yang semakin diminati masyarakat. Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), penggunaan layanan Paylater menunjukkan tren peningkatan yang sangat signifikan dalam lima tahun terakhir. Pada tahun 2019, jumlah kontrak pembiayaan Paylater tercatat sebesar 4,63 juta kontrak, kemudian mengalami peningkatan yang drastis hingga mencapai 79,92 juta kontrak pada tahun 2023. Lonjakan tertinggi terjadi pada periode 2020 hingga 2021, di mana jumlah kontrak pembiayaan meningkat lebih dari 400% dalam satu tahun (Yonatan, 2024a). Fenomena ini mencerminkan tingginya tingkat kepercayaan masyarakat serta meningkatnya ketergantungan terhadap layanan pembiayaan digital dalam memenuhi kebutuhan transaksi keuangan.

Kondisi tersebut menjadikan Paylater tidak hanya relevan sebagai bagian dari perkembangan ekonomi digital, tetapi juga sebagai indikator penting dalam kajian perilaku keuangan. Hal ini, terutama terlihat pada Generasi Z yang dikenal sebagai kelompok dengan tingkat adopsi teknologi digital yang tinggi. Intensitas penggunaan Paylater pada generasi ini mencerminkan adanya perubahan dalam cara individu mengelola arus kas pribadi, pengambilan keputusan konsumsi, serta memahami risiko dan konsekuensi finansial dari kemudahan akses kredit digital. Oleh karena itu, meningkatnya penggunaan Paylater di Indonesia menjadi konteks empiris yang signifikan terhadap pengelolaan keuangan

Tabel 1.2

Pengguna Paylater Menurut Generasi

Generasi	Proporsi Pengguna
Generasi Milenial (1981-1996)	48,3
Generasi Z (1997-2012)	39,9
Generasi X (1965-1980)	11,4
Generasi Boomer (1946-1964)	0,4

Sumber: GoodStats (2024)

Fenomena adopsi layanan *buy now pay later* (BNPL) di Indonesia telah mengalami pergeseran demografis yang signifikan. Berdasarkan data OJK dan

good stats, Generasi Z kelahiran 1997-2012 kini menjadi salah satu pilar utama pertumbuhan industri ini dengan proporsi mencapai 39,9% dari total pengguna.

Meskipun secara keseluruhan posisi pertama masih ditempati oleh kelompok Milenial (48,3%), Generasi Z mencatatkan laju pertumbuhan adopsi yang paling agresif. Hal ini didorong oleh karakteristik mereka sebagai pribumi digital (*digital natives*) yang menguntungkan kecepatan akses finansial tanpa hambatan birokrasi perbankan konvensional. Tingginya penetrasi Paylater di kalangan Generasi Z menciptakan urgensi untuk meneliti lebih dalam mengenai perilaku konsumtif, literasi keuangan, serta dampak psikologis dari kemudahan utang instan digital terhadap keberlanjutan ekonomi mereka.

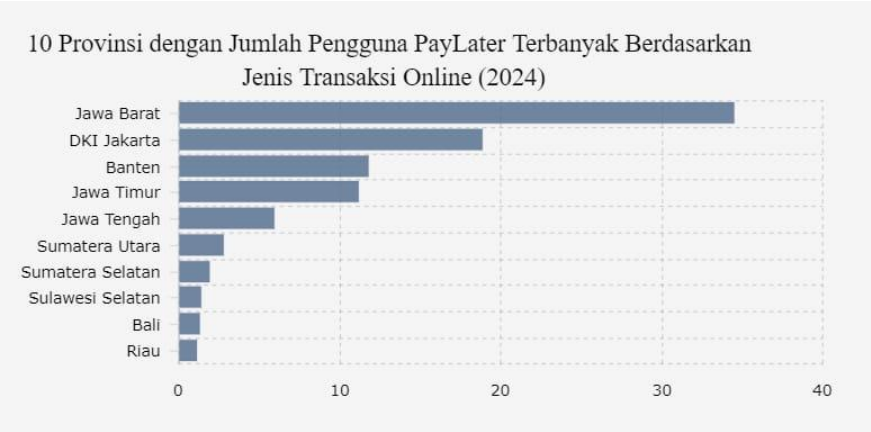
Pengguna layanan Paylater saat ini didominasi oleh kalangan muda, khususnya Generasi Z yang cenderung lebih terbuka terhadap teknologi finansial dan transaksi digital. Paylater menawarkan kemudahan dan fleksibilitas dalam berbelanja, karena memungkinkan konsumen membeli barang atau layanan terlebih dahulu dan membayarnya dikemudian hari, baik secara cicilan maupun sekali bayar. Fitur ini menjadi daya tarik utama bagi generasi muda yang ingin memenuhi kebutuhan konsumsi secara cepat tanpa harus menunggu menabung terlebih dahulu.

Namun, kemudahan ini juga membawa tantangan. Beberapa pengguna terutama yang masih kurang literasi keuangan, berisiko terjebak pada pengguna Paylater secara berlebihan, sehingga pengeluaran melebihi kemampuan mereka untuk membayar di kemudian hari. Hal ini dapat menimbulkan beban finansial jangka pendek maupun panjang jika tidak diikuti dengan kontrol diri yang baik. Oleh karena ini, perilaku pengguna Paylater tidak hanya dipengaruhi oleh kemudahan teknologi, tetapi juga oleh tingkat literasi keuangan, kontrol diri, dan kebiasaan pengelolaan keuangan pribadi pengguna.

Berbagai kemudahan yang tersedia saat ini sering kali mendorong munculnya gaya hidup yang lebih berorientasi pada konsumsi. Karena itu, penting bagi setiap individu untuk mampu mengelola keuangannya secara bijak agar dapat membuat keputusan finansial yang tepat. Di era sekarang, Ketika seseorang kehilangan kendali atas pengeluarannya, mereka cenderung menggunakan sumber daya yang dimiliki tanpa mempertimbangkan efisiensi maupun produktivitas. Hal

ini dapat berujung pada keputusan keuangan yang kurang tepat dan merugikan diri sendiri (Putri et al., 2024).

Perkembangan layanan Paylater telah menjangkau hampir seluruh provinsi di Indonesia dengan tingkat penggunaan yang beragam. Penyajian data berdasarkan provinsi diperlukan untuk menggambarkan pola persebaran pengguna secara geografis serta mendukung analisis kebijakan, strategi pemasaran, dan kajian lanjutan terkait inklusi keuangan digital.



Gambar 1.9

10 Provinsi dengan Jumlah Pengguna Paylater Terbanyak Berdasarkan Jenis Transaksi Online

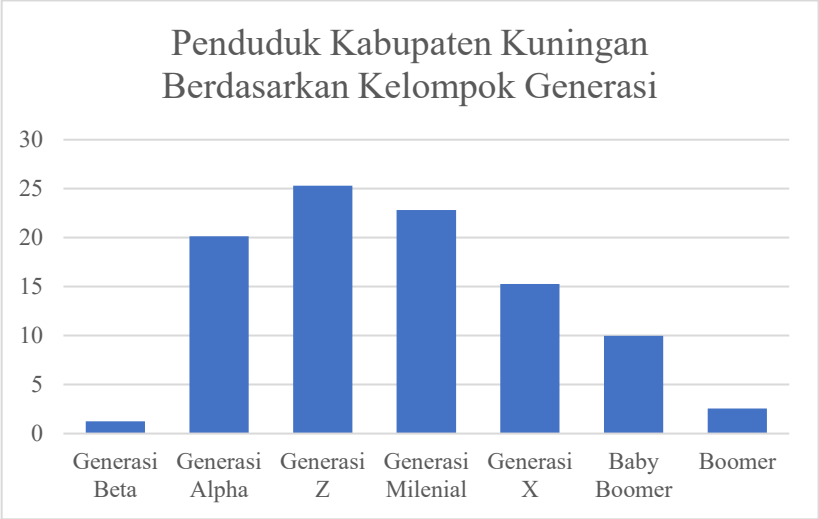
Sumber: Databoks (2024)

Dari 10 Provinsi teratas, Jawa Barat menduduki posisi pertama dengan proporsi 34,5% dari total pengguna transaksi online layanan kredit tersebut, kedua ada DKI Jakarta dengan proporsi 18,9% pengguna, ketiga ada Banten dengan proporsi 11,8% pengguna transaksi online, keempat dan kelima ada Jawa Timur dan Jawa Tengah dengan proporsi masing-masing 11,2% dan 5,9% pengguna Paylater transaksi online, selanjutnya ada Sumatra Utara 2,8%, Sumatera Selatan 1,9%, Sulawesi Selatan 1,4%, Bali 1,3% dan Riau 1,1% (Santika, 2024).

Mengingat pentingnya memahami perilaku pengelolaan keuangan di kalangan generasi muda, penelitian ini dilakukan di wilayah Kabupaten Kuningan, salah satu wilayah di Provinsi Jawa Barat, merupakan daerah yang memiliki karakteristik tersebut, dengan struktur usia penduduk yang menunjukkan dominasi kelompok remaja hingga dewasa awal.

Kondisi demografis ini relevan dengan fokus penelitian, karena Generasi Z sebagai kelompok usia muda cenderung lebih aktif menggunakan layanan keuangan digital dan sedang berada pada tahap awal dalam pengelolaan keuangan pribadi. Dengan memahami karakteristik usia ini, penelitian dapat lebih tepat dalam menganalisis perilaku pengelolaan keuangan di era digital.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Kuningan, penduduk usia hingga dewasa awal tersebar di berbagai Kecamatan, menunjukkan keberagaman demografis yang cukup representatif. Oleh karena itu, Generasi Z di Kabupaten Kuningan menjadi kelompok yang relevan dalam penelitian ini.



Gambar 1.10

Penduduk Kabupaten Kuningan Berdasarkan Kelompok Generasi

Sumber: BPS (2025)

Kondisi demografis pada tahun 2025 menunjukkan struktur populasi yang dinamis dengan total penduduk mencapai 1.225.493 jiwa. Berdasarkan data tersebut, kelompok Generasi Z menjadi pilar utama dengan jumlah 310.210 jiwa (25,29%), disusul oleh Generasi Milenial sebanyak 280.100 jiwa (22,83%). Jika diakumulasikan, kedua generasi yang berada pada rentang usia produktif ini mendominasikan hampir separuh dari total populasi. Di sisi lain, Generasi Alpha yang berjumlah 279.940 jiwa (20,14%). Sementara itu, Generasi X sebanyak 187.100 jiwa (15,27%), kelompok Baby Boomer mencakup 122.190 jiwa (9,96%),

kelompok lansia di atas 80 tahun sebanyak 30.533 jiwa (2,56%), dan Generasi Beta sebesar 15.420 jiwa (1,26%).

Dominasi Generasi Z dan Milenial yang mencapai hampir separuh dari total populasi tersebut menciptakan pergeseran paradigma dalam pola konsumsi dan gaya hidup. Sebagai generasi yang tumbuh di era digitalisasi keuangan, mereka memiliki aksesibilitas yang tinggi terhadap layanan finansial, namun disisi lain terpapar pada risiko konsumerisme yang lebih besar.

Tingginya angka populasi usia muda ini menciptakan urgensi terhadap pentingnya perilaku pengelolaan keuangan pribadi. Pengelolaan keuangan bukan lagi sekedar kemampuan menabung, melainkan kemampuan dalam melakukan pengambilan keputusan keuangan yang rasional di tengah tekanan gaya hidup dan kemudahan akses kredit. Dengan demikian, meneliti bagaimana generasi dominan ini mengalokasikan sumber daya finansial mereka menjadi hal yang mendesak untuk dilakukan guna menghindari kegagalan finansial di usia produktif.

Untuk mengetahui lebih lanjut perilaku pengelolaan keuangan pribadi, peneliti melakukan pra-survei terhadap Generasi Z kelahiran tahun 2001-2008. Berdasarkan pra-survei yang telah dilakukan, peneliti mengumpulkan informasi melalui google form yang disebarkan secara online kepada 30 responden. Instrumen pra-survei disusun berdasarkan indikator perilaku pengelolaan keuangan pribadi menurut (Herdjiono & Damanik, 2016).

Tabel 1.3

Hasil Pra-Survei Perilaku Pengelolaan Keuangan Pribadi

No	Pernyataan	Ya	Tidak	Persentase (%)	
				Ya	Tidak
1.	Pertimbangan dalam pembelian barang	10	20	33,3	66,7
2.	Pembayaran tagihan tepat waktu	19	11	63,3	36,7
3.	Pencatatan pengeluaran bulanan	9	21	30	70

No	Pernyataan	Ya	Tidak	Persentase (%)	
				Ya	Tidak
4.	Keseimbangan pemasukan dan pengeluaran	11	19	36,7	63,3
5.	Perencanaan anggaran keuangan	10	20	33,3	66,7
6.	Penyisihan uang untuk tabungan atau investasi	11	19	36,7	63,3
7.	Membayar kewajiban atau hutang tepat waktu	19	11	63,3	36,7

Sumber: Diolah peneliti (2026)

Berdasarkan hasil pra-survei yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa perilaku pengelolaan keuangan responden masih menunjukkan variasi. Pada aspek mempertimbangkan pembelian barang, Sebagian besar responden masih belum melakukan pertimbangan secara matang sebelum melakukan pembelian. Hal yang sama juga terlihat pada kebiasaan mencatat pengeluaran bulanan serta membuat perencanaan anggaran bulanan, dimana mayoritas responden belum melakukannya secara optimal.

Selain itu, dalam menjaga keseimbangan antara pemasukan dan pengeluaran, sebagian besar responden juga masih mengalami kesulitan. Perilaku menyisihkan uang untuk tabungan atau investasi pun belum dilakukan secara konsisten oleh sebagian besar responden. Di sisi lain, terdapat beberapa indikator yang menunjukkan kondisi yang lebih baik, yaitu dalam hal membayar tagihan tepat waktu serta memenuhi kewajiban atau hutang, dimana sebagian responden sudah menunjukkan kedisplinan dalam melaksanakannya.

Secara keseluruhan, hasil pra-survei ini menunjukkan bahwa pengelolaan keuangan responden masih belum optimal, khususnya dalam aspek perencanaan, pengendalian, dan pencatatan keuangan. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi perilaku tersebut.

Pemahaman mengenai perilaku dalam mengelola keuangan menjadi hal yang sangat penting bagi masyarakat modern, terutama di tengah perkembangan teknologi digital yang pesat. Pengelolaan keuangan kini tidak hanya berkaitan dengan bagaimana seseorang merencanakan, menggunakan, dan mengendalikan uang yang dimiliki, tetapi juga bagaimana mereka memanfaatkan teknologi untuk mendukung setiap keputusan finansial. Indonesia sebagai negara berkembang kini memasuki era globalisasi, di mana pertumbuhan ekonomi di berbagai negara, termasuk Indonesia, memberikan pengaruh terhadap perilaku keuangan masyarakat dalam upaya memenuhi kebutuhan mereka (Rohmanto & Susanti, 2022).

Disebutkan bahwa perilaku pengelolaan keuangan pribadi merupakan manifestasi sikap dan tindakan individu dalam mengatur keuangan. Untuk menciptakan perilaku pengelolaan keuangan pribadi yang baik perlu komitmen yang kuat serta perlu memahami perbedaan antara kebutuhan dan keinginan sehingga dapat mengurangi kemungkinan seseorang terjebak dalam masalah keuangan. Perilaku pengelolaan keuangan pribadi juga tidak hanya membutuhkan pemahaman tentang konsep keuangan tertentu, tetapi juga mengetahui dan terlatih bagaimana membuat suatu anggaran menyadari pentingnya menabung dan mampu mengendalikan hutang (Firmansyah & Indrawat, 2022).

Berbagai penelitian sebelumnya telah mengkaji perilaku pengelolaan keuangan, namun hasilnya menunjukkan tidak konsisten. Menurut Nurika (2025) menyimpulkan bahwa perilaku pengelolaan keuangan terutama dipengaruhi oleh literasi keuangan dan tingkat konsumsi individu. Sementara itu, penelitian Mutmainna et al. (2024) menemukan bahwa penggunaan layanan keuangan digital seperti Paylater justru lebih dominan memengaruhi perilaku keuangan dibandingkan literasi keuangan.

Selain adanya perbedaan hasil, sebagian besar penelitian belum mengkaji secara spesifik kelompok Generasi Z, yang merupakan pengguna paling aktif layanan Paylater. Selain itu, belum banyak penelitian yang menguji kombinasi tiga faktor sekaligus transformasi digital, literasi keuangan, dan kemudahan penggunaan teknologi dalam memengaruhi perilaku pengelolaan keuangan pribadi di era digital. Oleh karena itu, masih terdapat celah penelitian yang perlu diisi

dengan melihat bagaimana ketiga faktor tersebut secara bersama-sama memengaruhi perilaku pengelolaan keuangan pengguna Paylater pada kalangan Generasi Z.

Adapun faktor yang dapat mempengaruhi perilaku keuangan seseorang yaitu transformasi digital. Transformasi digital merupakan perubahan proses bisnis melalui pemanfaatan teknologi digital yang bertujuan meningkatkan efisiensi, efektivitas, inovasi, dan daya saing organisasi (Fachrurazi et al., 2023). Transformasi digital yang melibatkan teknologi keuangan (*financial technology* atau *fintech*) telah membawa efisiensi yang signifikan dalam sistem pembayaran dan pengelolaan keuangan, baik bagi individu, perusahaan, maupun lembaga publik. *Fintech* berperan sebagai penggerak utama dalam merombak sistem keuangan konvensional yang selama ini dianggap lamban, mahal, dan kurang inklusif. Dengan inovasi seperti pembayaran digital, dompet elektronik, transaksi waktu nyata (*real-time*), dan otomatisasi pencatatan keuangan, *fintech* mampu mempercepat proses transaksi, menekan biaya operasional, serta meningkatkan akurasi dan transparansi dalam pengelolaan keuangan (Nauli et al., 2025).

Transformasi digital yang semakin pesat turut memengaruhi perilaku pengelolaan keuangan pribadi. Meskipun transformasi digital telah mempermudah akses terhadap layanan keuangan, seperti *e-wallet*, Paylater, dan aplikasi investasi, sebagian besar penelitian masih fokus pada kemudahan transaksi dan peningkatan konsumsi.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Saffanah & Fitri (2025) menjabarkan bahwasannya transformasi digital yang melibatkan *fintech* secara positif dan signifikan mempengaruhi perilaku pengelolaan keuangan pribadi, memperkuat pemahaman finansial serta keteraturan dalam perencanaan dan kontrol keuangan. Lalu Oktavianti et al. (2025) menunjukkan bahwa *fintech payment* dalam pembayaran digital (*digital payment*) secara positif dan signifikan mempengaruhi manajemen keuangan pribadi, artinya penggunaan teknologi finansial secara langsung bisa mendukung pengelolaan keuangan yang baik. Sedangkan menurut Yue et al. (2022) keuangan digital (*digital finance*) meskipun meningkatkan inklusi keuangan, dapat menimbulkan dampak negatif berupa jebakan utang (*debt trap*)

akibat peningkatan konsumsi dan penggunaan kredit berulang. Kondisi ini merugikan pengelolaan keuangan pribadi dan berpotensi menimbulkan beban finansial jangka Panjang. Menurut Sanggarwati et al. (2025) penggunaan *fintech digital payment* tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan Generasi Z.

Adapun faktor lain yang dapat mempengaruhi perilaku pengelolaan keuangan seseorang yaitu literasi keuangan. Menurut Wahyuni et al. (2023) literasi keuangan yang efektif mencakup pemahaman dan kemampuan dalam menggunakan serta mengelola uang. Hal ini merupakan gabungan antara pengetahuan, sikap, dan perilaku individu terkait keuangan. Kesenjangan literasi keuangan menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi bagaimana individu mengelola keuangannya, termasuk dalam pengambilan keputusan konsumsi. Orang dengan literasi keuangan yang rendah cenderung memiliki kontrol finansial yang lemah dan lebih mudah terjerumus dalam perilaku konsumtif (Sari & Manjaleni, 2025).

Meskipun literasi keuangan telah banyak diteliti sebagai faktor penting dalam pengambilan keputusan finansial, masih terdapat ketidakjelasan mengenai aspek literasi keuangan yang paling berpengaruh dalam perilaku pengelolaan uang Generasi Z. Beberapa studi menekankan literasi keuangan sebagai pengetahuan tentang produk dan layanan keuangan, sementara penelitian lain menunjukkan bahwa sikap dan kebiasaan keuangan juga memengaruhi keputusan finansial.

Sofian et al. (2024) menunjukkan bahwa literasi keuangan secara berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan pribadi. Lalu Maharani & Kusuma (2025) menyatakan literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan pribadi. Menurut Ramadani et al. (2024) hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial literasi keuangan memiliki pengaruh negatif terhadap perilaku pengelolaan keuangan. Sedangkan menurut Rizki et al. (2025) menyatakan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan.

Adapun faktor lain yang dapat mempengaruhi perilaku pengelolaan keuangan seseorang yaitu kemudahan penggunaan teknologi. Kemudahan

penggunaan teknologi adalah keputusan yang telah dibuat oleh seseorang untuk menggunakan teknologi harus akurat sesuai dengan keyakinannya dan adanya timbal balik antara kenikmatan dan kemudahan yang dirasakan. Kemudahan tidak perlu memerlukan banyak usaha sehingga pengguna mudah untuk dipahami dan mempelajari dalam penggunaanya (Asja et al., 2021). Teknologi yang mudah digunakan tidak memerlukan banyak usaha, sehingga pengguna dapat dengan cepat memahami dan mengaplikasikannya.

Selain kemudahan penggunaan teknologi, manfaat yang dirasakan (*perceived usefulness*) dari suatu teknologi juga sangat memengaruhi minat seseorang untuk menggunakannya. Menurut Davis (1989) dalam *technology acceptance model* (TAM), *perceived usefulness* diartikan sebagai tingkat keyakinan individu bahwa penggunaan suatu sistem dapat meningkatkan kinerja atau memberikan manfaat dalam aktivitas yang dilakukan. Dalam teknologi keuangan, manfaat tersebut dapat berupa efisiensi waktu, kemudahan akses, serta kemampuan dalam mengelola keuangan secara lebih praktis dan terstruktur.

Menurut Widodo & Sudarno (2024) kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif terhadap perilaku pengelolaan keuangan. Namun, menurut Asja et al. (2021) meskipun metode Paylater menawarkan manfaat dan kemudahan, hal ini dapat berdampak negatif jika penggunanya tidak bertanggung jawab atau gagal memenuhi kewajibannya dalam melakukan pembayaran. Sedangkan menurut Alifah & Nasution (2024) kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan.

Dengan demikian berkaitan dengan uraian di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dan bermaksud untuk berfokus meneliti lebih jauh dengan menetapkan judul "PENGARUH TRANSFORMASI DIGITAL, LITERASI KEUANGAN DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TEKNOLOGI TERHADAP PERILAKU PENGELOLAAN KEUANGAN PRIBADI DI ERA DIGITAL (Studi pada Pengguna Paylater Kalangan Generasi Z di Kabupaten Kuningan)"

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah transformasi digital, literasi keuangan, dan kemudahan penggunaan berpengaruh secara simultan terhadap perilaku pengelolaan keuangan pribadi?
2. Bagaimana pengaruh transformasi digital terhadap perilaku pengelolaan keuangan pribadi?
3. Bagaimana pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku pengelolaan keuangan pribadi?
4. Bagaimana pengaruh kemudahan penggunaan terhadap perilaku pengelolaan keuangan pribadi?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh transformasi digital, literasi keuangan, dan kemudahan penggunaan secara simultan terhadap perilaku pengelolaan keuangan pribadi di era digital pada pengguna Paylater di kalangan Generasi Z di Kabupaten Kuningan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh transformasi digital terhadap perilaku pengelolaan keuangan pribadi pada pengguna Paylater di kalangan Generasi Z di Kabupaten Kuningan.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku pengelolaan keuangan pribadi pada pengguna Paylater di kalangan Generasi Z di Kabupaten Kuningan.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan terhadap perilaku pengelolaan keuangan pribadi pada pengguna Paylater di kalangan Generasi Z di Kabupaten Kuningan.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang manajemen keuangan dan perilaku keuangan, dengan menambah referensi empiris mengenai pengaruh transformasi digital, literasi keuangan, dan kemudahan penggunaan terhadap perilaku pengelolaan keuangan pribadi di era digital.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Generasi Z

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman dan meningkatkan kesadaran Generasi Z mengenai pentingnya pengelolaan keuangan pribadi yang baik di era digital, khususnya dalam penggunaan layanan Paylater. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu Generasi Z dalam mengambil keputusan keuangan yang lebih bijak dan bertanggung jawab agar terhindar dari permasalahan keuangan di masa mendatang.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan peneliti mengenai pengaruh transformasi digital, literasi keuangan, dan kemudahan penggunaan terhadap perilaku pengelolaan keuangan pribadi. Selain itu, penelitian ini juga menjadi sarana penerapan teori yang telah diperoleh selama perkuliahan ke dalam penelitian empiris.