

BAB I

PENDAHULUAN

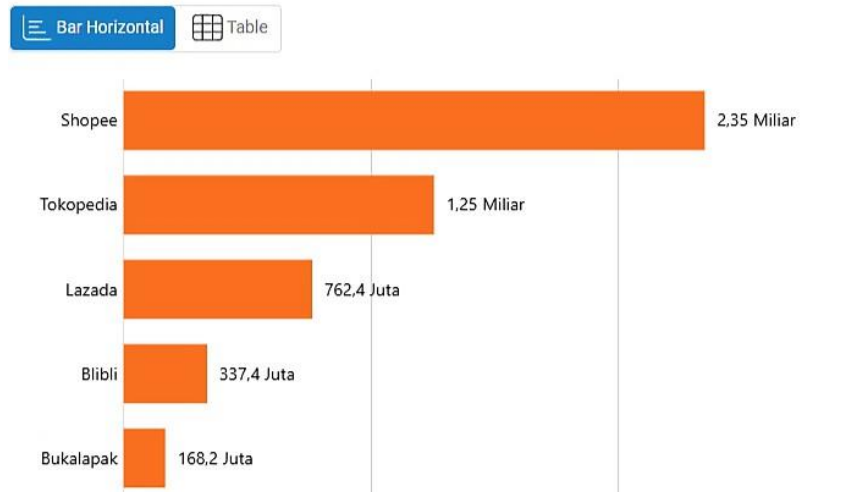
1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan internet di Indonesia telah mendorong pertumbuhan pesat industri e-commerce dalam satu dekade terakhir. E-commerce muncul sebagai solusi perdagangan digital yang memudahkan transaksi jual beli antara penjual dan konsumen melalui platform online. Faktor utama yang mendorong pertumbuhan e-commerce di Indonesia adalah meningkatnya penetrasi internet, penggunaan smartphone, serta perubahan perilaku konsumen yang lebih memilih kemudahan berbelanja secara daring. Menurut data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo), Indonesia merupakan salah satu negara dengan pertumbuhan e-commerce tercepat di Asia Tenggara, dengan potensi ekonomi digital yang diprediksi mencapai 146 miliar dolar AS pada tahun 2025 (McKinsey & Company, 2021).

Selain itu, kemunculan e-commerce juga dipengaruhi oleh meningkatnya dukungan infrastruktur digital dan kebijakan pemerintah yang mendorong ekonomi digital. Pemerintah Indonesia melalui program Making Indonesia 4.0 mendukung perkembangan ekonomi berbasis teknologi, termasuk industri e-commerce. Banyak platform e-commerce seperti Tokopedia, Bukalapak, Shopee, dan Lazada hadir untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, mulai dari kebutuhan sehari-hari hingga produk spesifik.

E-commerce di Indonesia terus menunjukkan perkembangan pesat seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap layanan belanja online yang cepat, mudah, dan praktis. Persaingan antara platform e-commerce semakin ketat, ditandai dengan upaya masing-masing perusahaan dalam memberikan layanan terbaik, diskon menarik, serta kemudahan transaksi. Tren ini semakin didorong oleh perubahan perilaku konsumen, yang kini lebih memilih berbelanja secara digital dibandingkan metode konvensional. Gambar di bawah ini menunjukkan lima e-commerce dengan jumlah pengunjung terbanyak di Indonesia sepanjang Januari hingga Desember 2023, yang menggambarkan dominasi beberapa platform utama dalam menarik minat pengguna.

**5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak di Indonesia
(Januari-Desember 2023)***



Gambar 1.1
Pengunjung E-Commerce Terbanyak di Indonesia

Sumber: databoks.katadata.co.id

Berdasarkan data yang dinyatakan oleh Databoks.kadata.co.id , Shopee merupakan *e-commerce* kategori marketplace yang meraih kunjungan situs terbanyak di Indonesia sepanjang tahun 2023. Selama Januari-Desember 2023 secara kumulatif situs Shopee meraih sekitar 2,3 miliar kunjungan, jauh melampaui para pesaingnya. Dalam periode yang sama, situs Tokopedia meraih 1,2 miliar kunjungan, dan situs Lazada 762,4 juta kunjungan. Selain menang dari segi kuantitas, situs Shopee juga meraih tingkat pertumbuhan kunjungan paling tinggi sepanjang Januari-Desember 2023 jumlah kunjungan ke situs Shopee tercatat naik 41,39%. Disisi lain, kunjungan ke situs Tokopedia turun 21,08%, Lazada turun 46,72%, dan Bukalapak turun 56,5%. Dan pesaing Shopee yang kunjungannya tumbuh positif hanya Blibli, yakni meningkat 25,18%.

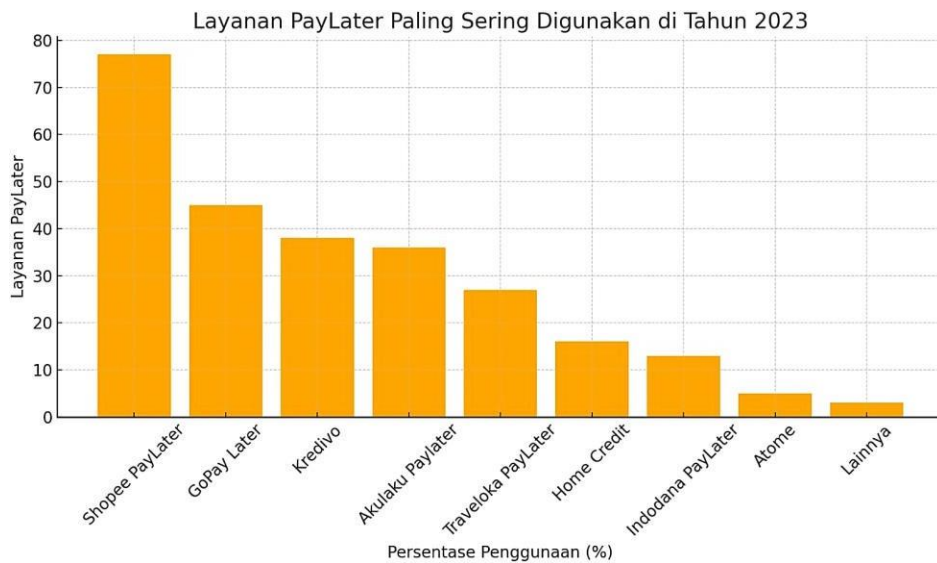
Sejak kemunculannya, Shopee berhasil menarik perhatian masyarakat, khususnya generasi Z. Shopee menawarkan berbagai kemudahan seperti pilihan produk yang beragam, harga yang kompetitif, diskon, gratis ongkir, dan fitur

pembayaran yang fleksibel. Salah satu layanan yang paling diminati adalah Shopee PayLater, sebuah layanan *Buy Now Pay Later (BNPL)* yang memungkinkan pengguna untuk membeli barang terlebih dahulu dan membayarnya nanti dalam bentuk cicilan. Layanan ini menjadi solusi instan bagi banyak pengguna, terutama kalangan muda, untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan mereka tanpa harus memiliki uang tunai secara langsung.

Secara keseluruhan, perkembangan e-commerce di Indonesia, khususnya platform Shopee dengan fitur Shopee PayLater, memberikan manfaat besar dalam memudahkan transaksi dan memenuhi kebutuhan konsumen. Namun, kemudahan yang ditawarkan oleh Shopee PayLater menimbulkan sejumlah masalah keuangan, khususnya di kalangan Gen Z. Generasi ini dikenal sebagai generasi yang adaptif terhadap teknologi tetapi cenderung memiliki perilaku konsumtif dan impulsif.

Kemudahan akses layanan kredit seperti Shopee PayLater sering kali digunakan tanpa perencanaan keuangan yang matang, sehingga mendorong perilaku berbelanja yang tidak terkontrol. Banyak dari mereka yang membeli barang bukan berdasarkan kebutuhan, tetapi hanya karena promo menarik atau tren yang beredar di media sosial. Akibatnya, muncul perilaku keuangan yang tidak sehat, seperti pengeluaran yang melebihi pendapatan, ketidakmampuan membayar cicilan, hingga terjatuh utang.

Namun, tanpa diimbangi dengan pengetahuan keuangan yang memadai, sikap bijak dalam mengambil keputusan, serta kemampuan mengontrol diri terhadap godaan konsumtif, layanan ini justru dapat menimbulkan masalah keuangan yang serius bagi penggunanya. Hal ini menjadi perhatian khusus bagi generasi Z yang dikenal memiliki gaya hidup serba cepat dan cenderung impulsif dalam pengeluaran, sehingga risiko terjatuh dalam masalah keuangan semakin besar apabila mereka tidak mengelola keuangan pribadi dengan baik.



Gambar 1.2
Layanan PayLater yang paling sering digunakan di Tahun 2023

Sumber: databoks.katadata.co.id

Berdasarkan gambar 1.2 dapat dilihat diatas bahwa layanan *paylater* yang memiliki persentase penggunaan tertinggi adalah Shopee Paylater. Grafik di atas menunjukkan layanan PayLater yang paling sering digunakan di tahun 2023 berdasarkan persentase penggunaan. Shopee PayLater menduduki peringkat pertama dengan penggunaan tertinggi sekitar 78%, diikuti oleh GoPay Later sebesar 45%. Layanan Kredivo dan Akulaku PayLater memiliki tingkat penggunaan yang hampir sama, sekitar 37%. Traveloka PayLater menyusul dengan persentase penggunaan sekitar 27%, sementara Home Credit dan Indodana PayLater masing-masing memiliki angka lebih rendah, sekitar 15% dan 13%. Atome dan layanan lain-lain mencatat penggunaan paling sedikit, di bawah 5%. Hal ini menunjukkan dominasi Shopee PayLater di pasar layanan pembayaran tunda pada tahun 2023.

Layanan PayLater semakin dibutuhkan oleh masyarakat Indonesia, terutama di era digital yang menuntut kemudahan dan fleksibilitas dalam bertransaksi. Kemampuan untuk membeli barang atau jasa tanpa harus membayar langsung menjadi solusi bagi banyak orang yang ingin memenuhi kebutuhan mendesak atau

memanfaatkan promo tanpa menunggu gaji. Selain itu, layanan ini juga menjadi alternatif bagi mereka yang belum memiliki akses ke kartu kredit, sehingga memungkinkan lebih banyak orang untuk berbelanja online, membayar layanan transportasi, hingga memesan tiket perjalanan dengan sistem pembayaran yang lebih fleksibel.

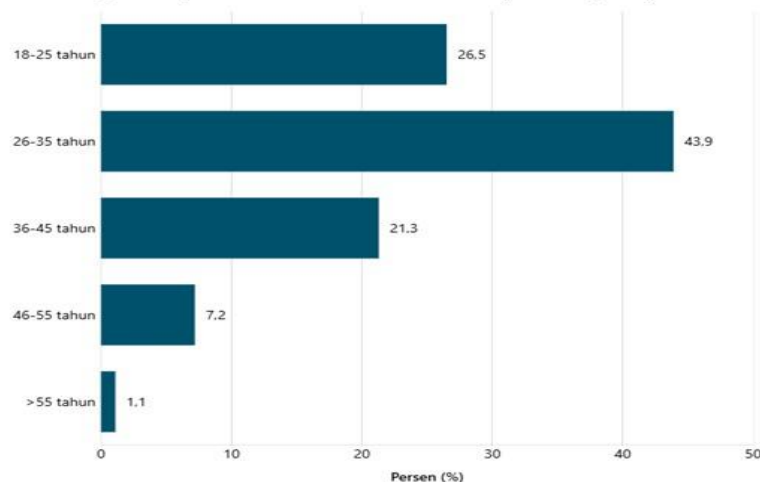
Di sisi lain, kebutuhan akan PayLater juga dipicu oleh gaya hidup berlebihan dan meningkatnya tren belanja online. Masyarakat cenderung lebih nyaman menggunakan sistem pembayaran tunda karena memberikan keleluasaan dalam mengatur keuangan tanpa harus langsung mengeluarkan uang dalam jumlah besar. Namun, penting untuk diingat bahwa penggunaan PayLater harus dilakukan dengan bijak agar tidak memicu utang berlebih. Jika digunakan secara bertanggung jawab, layanan ini dapat menjadi alat finansial yang membantu masyarakat dalam mengelola keuangan dengan lebih baik, terutama bagi mereka yang memiliki penghasilan tetap namun membutuhkan fleksibilitas dalam pembayaran.

Milenial dan Gen Z Mendominasi Pengguna Paylater di Indonesia

 databoks

Nabilah Muhamad - 2024/07/04, 11.03 AM

Jumlah Pengguna Paylater di Indonesia menurut Kelompok Usia (2023)



Gambar 1.3

**Jumlah Pengguna Paylater di Indonesia menurut Kelompok Usia
Tahun 2023**

Sumber: databoks.katadata.co.id

Hasil survei kolaborasi antara Kredivo dan Katadata Insight Center (KIC) menunjukkan bahwa pengguna layanan PayLater di Indonesia masih didominasi oleh generasi milenial dan Gen Z. Sebanyak 43,9% pengguna berasal dari generasi milenial (usia 26–35 tahun), diikuti oleh Gen Z (usia 18–25 tahun) sebesar 26,5%. Selain itu, terdapat peningkatan jumlah pengguna dari kelompok usia 36–45 tahun yang kini mencakup 21,3%, naik dari 18,9% pada 2021 dan 20,6% pada 2022. Hal ini menunjukkan tren adopsi PayLater yang semakin meluas ke kelompok usia yang lebih tua. Sementara itu, kelompok usia 46–55 tahun mencatatkan 7,2% pengguna, dan yang berusia di atas 55 tahun hanya 1,1%.

Survei ini juga mengungkap bahwa mayoritas pengguna PayLater (63,1%) memanfaatkannya untuk transaksi online, sementara 16,5% menggunakannya untuk transaksi offline, dan 20,4% lainnya memanfaatkan keduanya. Fenomena ini sejalan dengan meningkatnya kembali aktivitas belanja secara offline pasca-pandemi. Survei ini melibatkan lebih dari 2 juta sampel pengguna Kredivo dari 34 provinsi di Indonesia, dengan data transaksi online dikumpulkan dari lima marketplace terbesar dan transaksi offline dari tujuh merchant ritel utama di Indonesia sepanjang tahun 2023.

Perilaku keuangan adalah tindakan atau keputusan yang diambil individu dalam mengelola sumber daya keuangan mereka, termasuk dalam pengeluaran, tabungan, investasi, serta pengelolaan utang. (Lusardi & Mitchell, 2014), perilaku keuangan yang bijak bergantung pada kemampuan individu untuk memahami konsep keuangan dasar dan menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari. Perilaku ini tidak hanya dipengaruhi oleh aspek rasional seperti pengetahuan keuangan, tetapi juga oleh faktor psikologis, seperti sikap terhadap uang dan *Self-Control*. Sementara itu, (Ajzen, 1991) melalui *Theory of Planned Behavior* menjelaskan bahwa perilaku seseorang, termasuk perilaku keuangan, dipengaruhi oleh sikap, norma sosial, dan persepsi kontrol terhadap perilaku tertentu. Dengan demikian, perilaku keuangan merupakan hasil interaksi antara pengetahuan, sikap, dan kemampuan mengontrol diri yang dimiliki individu.

Perilaku keuangan yang tidak sehat ini semakin diperburuk oleh rendahnya kesadaran akan pentingnya perencanaan keuangan. Banyak Gen Z yang belum

memiliki kebiasaan untuk menyusun anggaran bulanan, mencatat pengeluaran, atau membatasi penggunaan layanan kredit. Penggunaan Shopee PayLater tanpa kendali yang baik menjadi salah satu penyebab utama munculnya utang yang menumpuk dan keterlambatan pembayaran. Jika kebiasaan ini terus berlanjut, dikhawatirkan akan memengaruhi stabilitas keuangan mereka di masa depan dan menimbulkan masalah ekonomi yang lebih serius.

Fenomena penggunaan layanan kredit digital semakin marak di kalangan anak muda, terutama dengan hadirnya fitur paylater yang menawarkan kemudahan bertransaksi tanpa perlu membayar langsung. Meskipun layanan ini memberikan fleksibilitas finansial, tidak semua individu memiliki literasi keuangan yang memadai untuk mengelola utang dengan bijak. Kurangnya pemahaman terhadap konsep bunga, jatuh tempo, dan dampak jangka panjang dari utang konsumtif dapat menyebabkan perilaku keuangan yang tidak sehat, seperti pengeluaran berlebihan dan penumpukan utang. Selain itu, sikap konsumtif yang tinggi serta rendahnya pengendalian diri dalam berbelanja turut memperburuk kondisi finansial pengguna, terutama di kalangan Gen Z yang cenderung lebih terdorong oleh tren dan gaya hidup digital.

Kabupaten Kuningan menjadi fokus penelitian ini karena pesatnya adopsi teknologi finansial di kalangan generasi muda di daerah tersebut, yang belum sepenuhnya diiringi dengan pemahaman yang baik mengenai pengelolaan keuangan pribadi. Banyak individu yang menggunakan layanan kredit digital tanpa mempertimbangkan dampak jangka panjangnya, sehingga berisiko mengalami kesulitan keuangan di masa depan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana faktor-faktor seperti pengetahuan keuangan, sikap keuangan, dan tingkat *Self-Control* memengaruhi perilaku keuangan pengguna layanan kredit digital, khususnya Shopee PayLater. Dengan memahami hubungan antara faktor-faktor tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis dalam meningkatkan kesadaran finansial dan membangun kebiasaan keuangan yang lebih sehat di kalangan generasi muda.

Fenomena ini menarik untuk diteliti karena meskipun layanan ini memberikan kemudahan dalam bertransaksi, banyak individu yang kurang memiliki

pengetahuan keuangan, sikap keuangan yang bijak, serta pengendalian diri yang kuat, sehingga berpotensi memicu perilaku keuangan yang tidak sehat. Kabupaten Kuningan dipilih sebagai lokasi penelitian karena tingginya adopsi teknologi dan tren konsumsi digital di kalangan Gen Z di daerah tersebut, yang belum sepenuhnya diiringi dengan pemahaman mengenai pengelolaan keuangan. Penelitian ini bertujuan untuk memahami sejauh mana faktor-faktor seperti pengetahuan keuangan, sikap keuangan, dan *Self-Control* memengaruhi perilaku keuangan pengguna Shopee PayLater, serta memberikan rekomendasi untuk membangun kesadaran finansial yang lebih baik di kalangan generasi muda.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Yuni Arta et al., 2024) menyatakan bahwa pengetahuan keuangan, sikap keuangan, dan locus of control menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan dengan efikasi diri memiliki pengaruh negative tetapi signifikan terhadap perilaku keuangan, dan juga sikap keuangan merupakan variabel dengan dampak terkuat sedangkan efikasi diri memiliki pengaruh berlawanan. Penelitian yang sejenis juga dilakukan oleh (Utami & Isbanah, 2023) yang memperoleh hasil financial literacy dan *Self-Control* memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap perilaku keuangan dan tingginya literasi keuangan dan pengendalian diri pada responden mendukung pengelolaan keuangan yang baik. Dan menurut (Komarudin et al., n.d.) literasi keuangan dan pengendalian diri memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, sedangkan pendapatan (income) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif menunjukkan bahwa semakin tinggi pendapatan seseorang maka semakin besar kecenderungan mereka untuk berperilaku konsumtif.

Dengan meningkatnya penggunaan layanan kredit digital seperti Shopee PayLater di kalangan Gen Z, khususnya di Kabupaten Kuningan, mendorong peneliti untuk memahami lebih dalam bagaimana layanan ini memengaruhi perilaku keuangan generasi muda. Banyaknya individu yang menggunakan Shopee PayLater tanpa perencanaan keuangan yang matang dan kecenderungan mereka untuk berbelanja impulsif menimbulkan kekhawatiran akan dampak jangka panjang terhadap kesehatan finansial. Selain itu, rendahnya kesadaran mengenai risiko

keterlambatan pembayaran dan akumulasi utang menjadi faktor yang perlu diteliti lebih lanjut.

Oleh karena itu, untuk memperoleh gambaran awal mengenai tingkat pengetahuan keuangan, sikap keuangan terhadap penggunaan Shopee PayLater, serta kemampuan pengendalian diri (*Self-Control*) dalam mengelola keuangan, peneliti melakukan pra-survei terhadap 30 responden Gen Z di Kabupaten Kuningan. Hasil dari pra-survey ini diharapkan dapat memberikan wawasan awal mengenai pola perilaku keuangan mereka serta menjadi dasar dalam merumuskan penelitian lebih lanjut terkait pengaruh literasi keuangan, sikap keuangan, dan *Self-Control* terhadap penggunaan layanan kredit digital ini.

Tabel 4.1

Hasil Pra Survey

Penggunaan Shopee Paylater Pada Gen Z di Kabupaten Kuningan

Pertanyaan	Ya	Tidak	Total
Apakah Saudara/i termasuk pengguna Shopee PayLater?	30	0	30
Apakah saudara/i sering menggunakan Shopee Paylater untuk berbelanja barang yang bukan kebutuhan mendesak?	26	4	30
Apakah saudara/i merasa memahami konsekuensi dari penggunaan Shopee Paylater, seperti denda keterlambatan atau akumulasi utang?	26	4	30
Apakah Saudara/i sering tergoda menggunakan Shopee Paylater karena promo atau diskon yang ditawarkan?	28	2	30
Apakah saudara/i memiliki kebiasaan membuat perencanaan keuangan sebelum menggunakan Shopee Paylater?	2	28	30

Pertanyaan	Ya	Tidak	Total
Apakah saudara/i pernah kesulitan membayar tagihan Shopee Paylater tepat waktu?	25	5	30
Apakah saudara/i merasa mampu mengontrol diri untuk tidak menggunakan Shopee Paylater secara berlebihan?	11	19	30
Apakah saudara/i mengetahui cara mengelola keuangan pribadi dengan baik?	26	4	30
Apakah sikap saudara/i terhadap penggunaan Shopee Paylater cenderung positif karena kemudahannya?	22	8	30
Apakah saudara/i pernah merasa menyesal setelah menggunakan Shopee Paylater untuk berbelanja secara impulsif?	21	9	30
Apakah saudara/i yakin bahwa memiliki pengetahuan keuangan yang baik dapat membantu mengontrol penggunaan Shopee Paylater?	26	4	30
Apakah keluarga atau teman saudara/i pernah mengingatkan terkait risiko penggunaan Shopee Paylater?	9	21	30
Apakah saudara/i merasa penggunaan Shopee Paylater memengaruhi kebiasaan pengelolaan keuangan?	26	4	30
Apakah saudara/i setuju bahwa <i>Self-Control</i> berperan penting dalam menghindari penggunaan layanan seperti Shopee Paylater secara berlebihan?	29	1	30

Sumber: diolah penulis (2024)

Berdasarkan hasil prasurvey diatas mengenai pengaruh pengetahuan keuangan, sikap keuangan, dan *Self-Control* terhadap perilaku keuangan dalam penggunaan Shopee PayLater pada Gen Z di Kabupaten Kuningan, dapat disimpulkan bahwa ketiga faktor tersebut memiliki peran penting dalam membentuk pola pengelolaan keuangan individu. Hasil pra-survey menunjukkan bahwa meskipun mayoritas responden mengetahui adanya bunga dan risiko keterlambatan dalam penggunaan Shopee PayLater, banyak di antara mereka yang tetap tergoda untuk berbelanja impulsif akibat promo dan diskon yang menarik. Selain itu, rendahnya kebiasaan perencanaan keuangan dan tingginya kecenderungan mengalami kesulitan dalam membayar tagihan menunjukkan bahwa masih terdapat celah dalam pemahaman serta pengendalian diri dalam mengelola keuangan.

Fenomena yang muncul dari hasil penelitian mengenai penggunaan layanan Shopee PayLater pada Gen Z di Kabupaten Kuningan menunjukkan adanya tren peningkatan adopsi teknologi finansial di kalangan anak muda, yang belum sepenuhnya diiringi oleh pemahaman dan literasi keuangan yang memadai. Generasi Z dikenal adaptif terhadap perkembangan teknologi, namun masih memiliki kecenderungan untuk bersikap konsumtif dan impulsif, terutama ketika dihadapkan dengan kemudahan bertransaksi melalui layanan kredit digital seperti Shopee PayLater. Hasil pra-survei terhadap 30 responden menunjukkan bahwa sebagian besar dari mereka menggunakan Shopee PayLater untuk kebutuhan yang tidak mendesak, tergoda oleh promo atau diskon, serta mengalami kesulitan dalam membayar tagihan tepat waktu. Lebih dari itu, mayoritas responden tidak memiliki kebiasaan menyusun perencanaan keuangan sebelum menggunakan layanan ini, yang menandakan rendahnya kesadaran akan pentingnya pengelolaan keuangan pribadi.

Ini menjadi semakin kompleks ketika dikaitkan dengan rendahnya kontrol diri (*Self-Control*) dan sikap keuangan yang kurang bijak dalam menghadapi godaan konsumtif. Meskipun sebagian besar responden menyadari adanya konsekuensi dari penggunaan Shopee PayLater, seperti denda keterlambatan dan akumulasi utang, hanya sedikit yang mampu mengontrol diri untuk tidak

menggunakannya secara berlebihan. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara pengetahuan keuangan dan penerapannya dalam perilaku sehari-hari. Maka dari itu, penting bagi generasi muda, khususnya di Kabupaten Kuningan, untuk dibekali dengan edukasi keuangan yang lebih baik, penguatan sikap keuangan yang bertanggung jawab, serta peningkatan kemampuan dalam mengendalikan diri agar dapat membentuk perilaku keuangan yang sehat dan berkelanjutan.

Setelah dilakukan prasurvey, peneliti akan mencantumkan faktor-faktor dari masing-masing variabel yang berperan dalam memperkuat hasil prasurvei tersebut. Pencantuman faktor-faktor ini bertujuan untuk memberikan landasan yang lebih kuat dalam analisis data serta memastikan bahwa hasil yang diperoleh memiliki tingkat keakuratan dan validitas yang tinggi. Dengan demikian, penelitian dapat menghasilkan temuan yang lebih reliabel dan dapat digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan atau langkah penelitian selanjutnya secara bijak.

Pengetahuan keuangan memiliki peran penting dalam menentukan perilaku keuangan pengguna Shopee PayLater, terutama dalam aspek pengelolaan utang dan pengambilan keputusan finansial. Individu dengan pengetahuan keuangan yang baik cenderung lebih bijak dalam menggunakan layanan PayLater, memahami bunga, biaya administrasi, serta risiko keterlambatan pembayaran. Sebaliknya, pengguna dengan tingkat pengetahuan keuangan rendah lebih rentan terhadap perilaku konsumtif, pengeluaran impulsif, dan potensi gagal bayar akibat kurangnya pemahaman tentang kewajiban finansial mereka. Hal ini menunjukkan bahwa edukasi keuangan dapat menjadi faktor utama dalam meminimalisir risiko penggunaan layanan PayLater yang tidak terkendali.

Untuk mengatasi tantangan ini, diperlukan upaya edukasi keuangan yang lebih masif, baik melalui platform Shopee itu sendiri maupun melalui program literasi keuangan yang diselenggarakan oleh pemerintah dan lembaga keuangan. Shopee dapat berperan dengan menyediakan informasi yang transparan mengenai bunga, biaya administrasi, serta simulasi pembayaran agar pengguna lebih memahami konsekuensi dari penggunaan PayLater. Selain itu, integrasi fitur pengingat pembayaran dan batas penggunaan berdasarkan profil risiko dapat membantu pengguna mengelola utang dengan lebih bijak. Dengan meningkatnya

kesadaran dan pemahaman finansial, diharapkan pengguna dapat memanfaatkan layanan PayLater secara lebih bertanggung jawab, sehingga dapat mendukung kondisi keuangan pribadi yang lebih stabil dan sehat.

Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Yuni Arta et al., 2024), mengatakan bahwa pengetahuan keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan. Sedangkan hasil penelitian (Yerianto & Mustaqim, 2024), mengatakan pengetahuan keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan.

Sikap keuangan memiliki peran penting dalam memengaruhi perilaku keuangan pengguna Shopee PayLater. Faktor utama yang berpengaruh adalah tingkat literasi keuangan, di mana pemahaman seseorang tentang manajemen keuangan akan menentukan cara mereka menggunakan layanan kredit seperti Shopee PayLater. Individu dengan sikap keuangan yang bijak cenderung menggunakan fitur ini secara terencana, hanya untuk kebutuhan yang mendesak atau dengan mempertimbangkan kemampuan membayar cicilan tepat waktu. Sebaliknya, sikap konsumtif dan kurangnya kesadaran akan risiko utang dapat menyebabkan penggunaan Shopee PayLater secara impulsif, yang berpotensi menimbulkan beban finansial di masa depan. Selain itu, faktor psikologis seperti kemudahan akses dan kenyamanan dalam berbelanja juga dapat mendorong seseorang untuk lebih sering menggunakan layanan ini tanpa pertimbangan matang. Oleh karena itu, sikap keuangan yang positif dan kesadaran akan pengelolaan utang sangat diperlukan agar penggunaan Shopee PayLater tetap terkendali dan tidak menimbulkan masalah keuangan.

Untuk memastikan penggunaan Shopee PayLater yang lebih sehat, diperlukan pendekatan holistik yang mencakup edukasi keuangan, penguatan disiplin finansial, dan kontrol diri dalam berbelanja. Platform e-commerce dapat berperan dengan menghadirkan fitur-fitur seperti pengingat batas kredit, analisis pola pengeluaran, serta edukasi tentang manajemen utang agar pengguna lebih sadar akan konsekuensi finansial dari setiap transaksi yang dilakukan. Selain itu, individu juga perlu membangun kebiasaan pengelolaan keuangan yang lebih baik, seperti membuat anggaran belanja, menetapkan prioritas kebutuhan, dan menghindari

pembelian yang hanya didorong oleh faktor emosional atau tren sesaat. Dengan sikap keuangan yang lebih bijak serta dukungan dari berbagai pihak, pengguna Shopee PayLater dapat lebih mengontrol penggunaan kredit mereka, sehingga terhindar dari risiko keuangan yang tidak diinginkan.

Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Ahmad Fathoni Ardyansyah & Nur Khusniyah Indrawati, 2024), mengatakan bahwa sikap keuangan berpengaruh signifikan mempengaruhi perilaku pengelolaan keuangan. Sedangkan hasil penelitian (Nanda & Christiana, 2024), mengatakan sikap keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan.

Self-control berperan penting dalam perilaku keuangan pengguna Shopee PayLater. Kemampuan untuk mengendalikan diri menentukan sejauh mana seseorang dapat menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan. Individu dengan *Self-Control* yang tinggi cenderung lebih bijak dalam menggunakan fasilitas kredit seperti Shopee PayLater, hanya berbelanja sesuai kebutuhan, dan mempertimbangkan kemampuan finansial mereka sebelum berutang. Sebaliknya, individu dengan *Self-Control* rendah lebih rentan terhadap impulsive buying, di mana mereka tergoda untuk membeli barang tanpa perencanaan, yang pada akhirnya dapat menyebabkan akumulasi utang yang sulit dikendalikan.

Selain itu, *Self-Control* juga berpengaruh terhadap manajemen pembayaran dan pengelolaan anggaran. Pengguna dengan kontrol diri yang baik akan lebih disiplin dalam membayar tagihan tepat waktu dan mengalokasikan dana untuk melunasi cicilan Shopee PayLater agar tidak terkena denda atau bunga tambahan. Mereka juga lebih cenderung memiliki strategi pengelolaan keuangan yang lebih sehat, seperti menetapkan batas belanja bulanan atau menghindari penggunaan PayLater untuk kebutuhan yang tidak mendesak. Dengan demikian, *Self-Control* yang baik dapat membantu individu menghindari risiko finansial dan memastikan penggunaan Shopee PayLater yang lebih bertanggung jawab.

Untuk mendukung penguatan *Self-Control* dalam penggunaan Shopee PayLater, diperlukan kombinasi antara kesadaran individu dan dukungan dari sistem keuangan yang lebih bertanggung jawab. Individu dapat menerapkan strategi seperti menetapkan batas pengeluaran pribadi, mengaktifkan fitur pengingat

pembayaran, serta menghindari kebiasaan menjadikan PayLater sebagai opsi pembayaran utama dalam setiap transaksi. Sementara itu, Shopee juga dapat berperan dengan menyediakan fitur seperti analisis kebiasaan belanja, rekomendasi batas kredit yang sesuai dengan profil keuangan pengguna, serta edukasi tentang dampak jangka panjang dari penggunaan kredit tanpa perencanaan. Dengan adanya keseimbangan antara *Self-Control* individu dan sistem pendukung yang tepat, pengguna Shopee PayLater dapat lebih bijak dalam mengelola keuangan mereka, sehingga terhindar dari jerat utang yang tidak terkendali dan mampu menjaga stabilitas finansial mereka dalam jangka panjang.

Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Ardiana et al., 2023), mengatakan bahwa *Self Control* mempengaruhi perilaku keuangan. Sedangkan hasil penelitian (Aurelia, 2024), mengatakan bahwa *Self Control* tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan.

Dengan demikian, peningkatan pengetahuan keuangan, pembentukan sikap keuangan yang lebih rasional, serta penguatan *Self-Control* menjadi aspek krusial dalam menciptakan perilaku keuangan yang lebih sehat di kalangan Gen Z. Diperlukan upaya edukasi dan sosialisasi yang lebih masif agar generasi muda dapat memahami konsekuensi dari penggunaan layanan kredit digital serta mampu mengelola keuangan mereka dengan lebih baik. Kesadaran ini tidak hanya akan membantu individu dalam menghindari risiko utang berlebihan, tetapi juga mendorong terbentuknya kebiasaan finansial yang lebih stabil dan berkelanjutan di masa depan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan keuangan, sikap keuangan, dan *Self-Control* terhadap perilaku keuangan dalam penggunaan Shopee PayLater di kalangan Gen Z di Kabupaten Kuningan. Dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi perilaku keuangan, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan solusi dan rekomendasi yang tepat bagi Gen Z untuk meningkatkan literasi keuangan dan membangun kebiasaan pengelolaan keuangan yang lebih sehat. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi dasar bagi pemerintah dan lembaga terkait untuk menyusun program edukasi keuangan yang lebih efektif dan menyeluruh.

Menurut penjelasan terkait masalah penelitian diatas, serta penjelasan research gap sebagai landasan adanya penelitian terdahulu, yang membuktikan bahwa adanya ketidakselarasan antara satu variabel dengan variabel lainnya, dari masalah ini, peneliti tertarik untuk mengangkat masalah ini sebagai bahan penelitian yang berjudul “ **Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Sikap Keuangan, dan *Self Control* Terhadap Perilaku Keuangan Dalam Penggunaan Shopee Paylater Pada Gen Z**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh pengetahuan keuangan terhadap perilaku keuangan dalam penggunaan Shopee Paylater pada Gen Z di Kabupaten Kuningan.
2. Bagaimana pengaruh sikap keuangan terhadap perilaku keuangan dalam penggunaan Shopee Paylater pada Gen Z di Kabupaten Kuningan.
3. Bagaimana pengaruh *Self-Control* terhadap perilaku keuangan dalam penggunaan Shopee Paylater pada Gen Z di Kabupaten Kuningan.
4. Bagaimana pengaruh pengetahuan keuangan, sikap keuangan, dan *Self-Control* terhadap perilaku keuangan dalam penggunaan Shopee Paylater pada Gen Z di Kabupaten Kuningan.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh pengetahuan keuangan terhadap perilaku keuangan dalam penggunaan Shopee Paylater pada Gen Z di Kabupaten Kuningan.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh sikap keuangan terhadap perilaku keuangan dalam penggunaan Shopee Paylater pada Gen Z di Kabupaten Kuningan.

3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Self-Control* terhadap perilaku keuangan dalam penggunaan Shopee Paylater pada Gen Z di Kabupaten Kuningan.
4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh pengetahuan keuangan, sikap keuangan, dan *Self-Control* terhadap perilaku keuangan dalam penggunaan Shopee Paylater pada Gen Z di Kabupaten Kuningan.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Untuk menambah wawasan bagi penulis, karena dapat mengimplementasikan ilmu yang di peroleh dari perkuliahan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberi masukan-masukan yang mungkin dapat diterapkan perusahaan. Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan kajian dan bacaan serta dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian lebih lanjut bagi pihak-pihak lain.