

## **Pengaruh Literasi Keuangan Digital dan *Self-Control* Terhadap Penggunaan *Paylater* Pada Generasi Z Di Kabupaten Bone**

**Yuli Rahma<sup>1)</sup>, Muhammad Fakhri Amir<sup>2)</sup>, Musrini Muis<sup>3)</sup>, Dhika Dzulkarnain Wibisono<sup>4)</sup>**

*Institut Agama Islam Negeri Bone, Indonesia<sup>1,2,3</sup>, Universitas Negeri Yogyakarta<sup>4</sup>*

[yulirahma320@gmail.com](mailto:yulirahma320@gmail.com)<sup>1</sup>, [fakhriamir@iain-bone.ac.id](mailto:fakhriamir@iain-bone.ac.id)<sup>2</sup>, [musrini1@gmail.com](mailto:musrini1@gmail.com)<sup>3</sup>, [dhikadzulkarnain25@gmail.com](mailto:dhikadzulkarnain25@gmail.com)<sup>4</sup>

### **Abstrak**

*This study aims to analyze the partial and simultaneous influence of Digital Financial Literacy and Self-Control on Paylater Usage among Generation Z in Bone Regency. The main problem of this study is to test the extent to which these two variables influence paylater usage behavior. This quantitative research took the population of Generation Z paylater users in Bone Regency with a sample of 100 respondents. The results of the study indicate that partially, Digital Financial Literacy has a significant effect on Paylater Usage, which is interpreted that literacy acts as a facilitator of overconfidence. Meanwhile, Self-Control has no significant effect, indicating that the fintech environment triggers instant gratification and reduces Self-Control. However, simultaneously (F Test), X1 and X2 have a significant effect on Y. The implications of this study are input for regulator (OJK) to formulate more specific consumer education and protection policies regarding paylater risks, as well as increase Generation Z's awareness of the importance of Self-Control to manage digital finances responsibly.*

**Keywords:** *Digital Financial, Self-Control, Paylater Usage, Generation Z.*

### **Pendahuluan**

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi besar dalam sektor keuangan melalui hadirnya financial technology (*fintech*), yang melahirkan berbagai inovasi layanan keuangan digital, salah satunya adalah layanan *Buy Now, Pay Later (Paylater)*. Layanan ini menawarkan kemudahan kredit instan tanpa kartu kredit, proses pendaftaran cepat, serta persetujuan yang mudah, sehingga menjadi instrumen pembayaran yang sangat diminati masyarakat. Di Indonesia, *Paylater* berkembang pesat dan menjadi salah satu penggerak utama konsumsi digital, terutama melalui integrasinya dengan platform e-commerce dan aplikasi pembayaran digital.

Generasi Z sebagai generasi digital native menjadi kelompok pengguna dominan layanan *Paylater*. Kedekatan mereka dengan teknologi, transaksi online, dan ekosistem digital menjadikan *Paylater* sebagai pilihan praktis dalam memenuhi kebutuhan konsumsi (Alysa dkk 2023). Namun, kemudahan ini juga membawa dampak negatif berupa meningkatnya perilaku konsumtif dan pembelian impulsif. Berbagai penelitian menunjukkan

bahwa penggunaan *Paylater* berkontribusi terhadap perubahan pola konsumsi yang cenderung tidak rasional, khususnya di kalangan generasi muda.

Muncul risiko serius berupa akumulasi utang, gagal bayar, denda tinggi, serta penurunan skor kredit melalui Sistem Layanan Informasi Keuangan (SLIK) OJK. Banyak pengguna, terutama Generasi Z, belum memahami secara komprehensif risiko bunga, denda keterlambatan, serta konsekuensi jangka panjang dari penggunaan kredit digital. Kemudahan transaksi justru sering menjadi pemicu belanja impulsif terhadap barang yang tidak bersifat kebutuhan utama (Aghnita Alinda Dewi dkk 2023).

Permasalahan tersebut berkaitan erat dengan tingkat literasi keuangan digital. Literasi keuangan digital mencakup pengetahuan, keterampilan, dan pemahaman individu dalam mengelola keuangan berbasis teknologi digital, termasuk pemahaman terhadap risiko, bunga, keamanan data, serta konsekuensi finansial penggunaan layanan digital. Rendahnya literasi keuangan digital membuat individu rentan terhadap keputusan finansial yang merugikan, khususnya dalam penggunaan *Paylater* yang bersifat kredit instan. Faktor psikologis berupa *self-control* (pengendalian diri) menjadi variabel penting dalam membentuk perilaku penggunaan *Paylater*. *Self-control* merupakan kemampuan individu dalam mengendalikan dorongan impulsif, menunda kepuasan, serta mengarahkan perilaku pada tujuan jangka panjang. *Self-control* yang rendah menyebabkan individu lebih mudah tergoda oleh promosi, diskon, dan kemudahan kredit *Paylater*, sehingga meningkatkan risiko konsumsi berlebihan dan pembentukan utang. Individu dengan *self-control* yang baik cenderung menggunakan *Paylater* secara rasional, selektif, dan bertanggung jawab. Mereka mampu mempertimbangkan dampak finansial jangka panjang, menahan dorongan konsumtif, serta mengelola keuangan secara lebih terencana. Dengan demikian, literasi keuangan digital dan *self-control* merupakan dua faktor kunci yang secara simultan membentuk perilaku penggunaan *Paylater* (Aspari 2020).

Kebaruan penelitian ini terletak pada integrasi antara faktor kognitif (literasi keuangan digital) dan faktor psikologis (*self-control*) sebagai prediktor utama penggunaan *Paylater*. Pendekatan ini mengisi *research gap* karena belum banyak penelitian yang mengkaji hubungan kedua variabel tersebut secara simultan dan komprehensif, khususnya pada Generasi Z sebagai kelompok demografis yang paling aktif dalam konsumsi digital.

Penelitian ini secara spesifik difokuskan pada Generasi Z di Kabupaten Bone dengan metode penelitian kuantitatif lapangan terhadap 100 responden pengguna *Paylater*. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh literasi keuangan digital dan *self-control* terhadap penggunaan *Paylater*, serta diharapkan memberikan kontribusi akademik dalam kajian perilaku keuangan digital dan kontribusi praktis bagi regulator,

pemerintah, dan masyarakat dalam membangun sistem edukasi keuangan digital yang lebih bijak, rasional, dan berkelanjutan.

## **Tinjauan Literatur**

### **Konsep Literasi Keuangan Digital**

Literasi keuangan digital merupakan pengembangan dari konsep literasi keuangan konvensional yang terintegrasi dengan kemampuan penggunaan teknologi digital dalam aktivitas keuangan (Roy F Baumeister and Kathleen D Vohs, 2007). Literasi ini mencakup pemahaman terhadap produk keuangan digital, kemampuan membaca risiko transaksi elektronik, serta kecakapan dalam mengelola keuangan melalui platform digital secara bijak dan bertanggung jawab. Dalam konteks masyarakat modern, literasi keuangan digital menjadi kompetensi dasar yang harus dimiliki, terutama oleh generasi muda yang hidup dalam ekosistem ekonomi digital.

Literasi keuangan tidak hanya berkaitan dengan pengetahuan, tetapi juga mencakup sikap dan perilaku dalam pengelolaan keuangan. Literasi keuangan digital memperluas cakupan tersebut dengan memasukkan aspek penggunaan aplikasi keuangan, dompet digital, layanan kredit digital, dan sistem pembayaran elektronik. Dengan demikian, literasi keuangan digital tidak hanya menuntut pemahaman produk, tetapi juga kesadaran terhadap risiko, keamanan data, dan konsekuensi finansial jangka panjang. Perkembangan *fintech* yang sangat pesat menyebabkan masyarakat, khususnya Generasi Z, menjadi kelompok pengguna utama layanan keuangan digital. Generasi ini tumbuh dalam lingkungan teknologi, sehingga memiliki akses luas terhadap layanan finansial digital seperti *e-wallet*, *marketplace*, pinjaman *online*, dan layanan *paylater* (BriLatifa Paramita and V. Santi Paramita, 2024). Namun, akses yang luas tidak selalu diiringi dengan pemahaman yang memadai, sehingga risiko penyalahgunaan layanan keuangan digital menjadi semakin tinggi.

Literasi keuangan digital berfungsi sebagai instrumen protektif dalam perilaku keuangan generasi muda. Individu dengan literasi keuangan digital yang baik cenderung lebih selektif dalam menggunakan layanan kredit digital, mampu menilai kemampuan finansialnya, serta memahami implikasi bunga, denda, dan kewajiban pembayaran. Hal ini menjadikan literasi keuangan digital sebagai variabel penting dalam penelitian terkait penggunaan *paylater*.

### **Penggunaan Paylater dalam Perspektif Perilaku Keuangan Digital**

*Paylater* merupakan bentuk layanan keuangan digital yang memungkinkan konsumen melakukan pembelian terlebih dahulu dan melakukan pembayaran di kemudian hari dalam jangka waktu tertentu. Sistem ini memberikan kemudahan transaksi, fleksibilitas pembayaran, dan kecepatan akses kredit tanpa prosedur perbankan yang kompleks. Di Indonesia, layanan *paylater* berkembang pesat melalui platform marketplace dan fintech (Fauzatul Laily Nisa, 2024). *Paylater* mengubah pola konsumsi masyarakat dari berbasis kemampuan finansial aktual menjadi berbasis akses kredit instan. Kemudahan ini menciptakan kecenderungan konsumsi impulsif, karena individu tidak merasakan langsung beban finansial saat transaksi dilakukan. Hal ini terutama terjadi pada generasi muda yang memiliki kecenderungan eksploratif dan konsumtif dalam penggunaan teknologi digital.

Generasi Z sebagai digital native menjadi kelompok paling dominan dalam penggunaan layanan *paylater*. Karakteristik Generasi Z yang adaptif terhadap teknologi, responsif terhadap promosi digital, serta aktif dalam ekosistem *marketplace* menjadikan mereka target utama layanan *paylater*. Namun, tanpa pemahaman finansial yang baik, penggunaan *paylater* berpotensi menimbulkan masalah keuangan seperti *over-indebtedness*, gagal bayar, dan stres finansial. Penggunaan *paylater* tidak dapat dipandang semata sebagai inovasi teknologi, tetapi juga sebagai fenomena perilaku keuangan yang membutuhkan pengendalian kognitif dan literasi finansial. *Paylater* menjadi instrumen yang bermanfaat jika digunakan secara terkontrol, namun berpotensi destruktif jika digunakan tanpa perencanaan dan kesadaran finansial (M. Fathul Azmi, 2023).

### **Konsep *Self-Control* dalam Perilaku Keuangan**

*Self-control* atau kontrol diri merupakan kemampuan individu untuk mengendalikan dorongan, keinginan, dan impuls dalam bertindak. Dalam psikologi sosial, *self-control* dipandang sebagai mekanisme regulasi diri yang memungkinkan individu menunda kepuasan sesaat demi tujuan jangka panjang. Dalam konteks keuangan, kontrol diri berperan penting dalam pengambilan keputusan konsumsi. Individu dengan *self-control* tinggi cenderung lebih rasional, mampu menyusun prioritas kebutuhan, serta menghindari pembelian yang bersifat impulsif. Sebaliknya, individu dengan kontrol diri rendah lebih mudah terpengaruh oleh stimulus eksternal seperti diskon, promosi, dan kemudahan akses kredit, termasuk layanan *paylater* (Bayu Sasongko dkk, 2023).

Tantangan *self-control* semakin besar karena sistem digital dirancang untuk mendorong konsumsi cepat dan instan. Notifikasi promo, sistem checkout cepat, dan skema cicilan tanpa uang muka memperlemah mekanisme pengendalian diri. Hal ini menyebabkan keputusan konsumsi lebih didorong oleh emosi dibanding pertimbangan rasional. *Self-control* menjadi variabel psikologis yang sangat relevan dalam

menjelaskan penggunaan paylater. Kontrol diri berfungsi sebagai filter perilaku, yang menentukan apakah individu mampu membatasi penggunaan layanan kredit digital atau justru terjebak dalam pola konsumsi berlebihan.

### **Generasi Z dan Karakteristik Perilaku Keuangan Digital**

Generasi Z adalah kelompok individu yang lahir dalam era digital dan tumbuh bersama perkembangan teknologi informasi. Generasi ini memiliki karakteristik adaptif terhadap teknologi, cepat dalam menerima inovasi, serta sangat terhubung dengan dunia digital (Alan D Baddeley dkk, 2012). Dalam konteks keuangan, Generasi Z lebih terbuka terhadap layanan *fintech* dibanding generasi sebelumnya. Karakteristik utama Generasi Z adalah kecepatan akses informasi, gaya hidup digital, dan kecenderungan konsumsi berbasis pengalaman. Mereka lebih responsif terhadap promosi digital, sistem cicilan, dan kemudahan transaksi online (Miko Polindi, 2024). Hal ini menjadikan mereka sebagai kelompok yang paling rentan terhadap penggunaan layanan kredit digital secara berlebihan.

Fenomena digitalisasi ekonomi juga berkembang seiring peningkatan penetrasi internet dan penggunaan smartphone. Generasi Z di daerah tidak lagi tertinggal dari kota besar dalam akses layanan *fintech*, termasuk paylater (Permata Dian Pratiwi dkk, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa fenomena penggunaan paylater tidak hanya terjadi di wilayah urban, tetapi juga di daerah. Generasi Z di Kabupaten Bone menjadi subjek yang relevan secara sosiologis dan ekonomis untuk diteliti, karena merepresentasikan pertemuan antara budaya lokal, modernisasi digital, dan perilaku konsumsi global dalam satu konteks sosial.

### **Integrasi Literasi Keuangan Digital dan Self-Control terhadap Penggunaan Paylater**

Literasi keuangan digital dan self-control merupakan dua variabel yang saling melengkapi dalam membentuk perilaku keuangan individu. Literasi keuangan digital memberikan pengetahuan dan pemahaman kognitif, sedangkan *self-control* berperan dalam regulasi perilaku dan pengendalian impuls. Individu yang memiliki literasi tinggi tetapi kontrol diri rendah tetap berpotensi melakukan konsumsi berlebihan. Sebaliknya, individu yang memiliki kontrol diri tinggi tetapi literasi rendah berisiko mengambil keputusan keuangan yang salah karena kurangnya pemahaman produk finansial (Putrila Maya Jananta, 2023). Oleh karena itu, integrasi kedua variabel ini menjadi kunci dalam membentuk perilaku keuangan yang sehat.

Literasi keuangan digital membantu individu memahami sistem bunga, denda, dan risiko utang, sementara *self-control* membantu individu menahan dorongan konsumtif akibat kemudahan akses kredit digital. Kombinasi keduanya membentuk keputusan penggunaan paylater yang rasional dan terencana (Nur Fitriyani Sahamony,

**P-ISSN 2585-4633. E-ISSN 2808-0955**

2022). Simultan literasi keuangan digital dan *self-control* dapat memengaruhi penggunaan paylater pada Generasi Z di Kabupaten Bone, baik dalam intensitas penggunaan, pola pembayaran, maupun kecenderungan perilaku konsumtif. Hal ini memperkuat dasar teoritis bahwa kedua variabel tersebut layak dijadikan prediktor utama dalam penelitian ini.

### Metode

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif karena data harus dikumpulkan secara langsung dari responden yang menjadi target penelitian, yaitu Generasi Z yang berada di Kabupaten Bone. Dalam kategori penelitian lapangan, penelitian ini akan menggunakan metode penelitian kuantitatif karena tujuan utamanya adalah mengukur pengaruh literasi keuangan digital dan *self-control* terhadap perilaku penggunaan paylater pada Generasi Z di Kabupaten Bone (Dominikus Dolet Unaradjan, 2019). Pengukuran ini akan menghasilkan data berupa angka atau skor, yang kemudian akan dianalisis secara statistik. Analisis statistik ini memungkinkan peneliti untuk menguji hipotesis mengenai hubungan sebab-akibat antara variabel, serta menentukan kekuatan dan arah pengaruhnya.

Pendekatan kuantitatif deskriptif akan digunakan untuk menganalisis kemungkinan hubungan sebab-akibat, yaitu apakah perbedaan tingkat literasi keuangan digital dan *self-control* dapat menyebabkan perbedaan dalam perilaku penggunaan paylater (Sandu Siyoto, 2015). Dalam pelaksanaannya, penelitian ini juga dapat dikategorikan sebagai penelitian survei, di mana data akan dikumpulkan dari sampel responden Generasi Z melalui kuesioner terstruktur. Data yang terkumpul akan dianalisis untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh literasi keuangan digital dan *self-control* terhadap perilaku penggunaan paylater.

### Instrumen Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah disusun, instrumen penelitian ini dijabarkan ke dalam bentuk indikator untuk memudahkan proses pengumpulan data. Rincian indikator tersebut disajikan dalam tabel berikut:

**Tabel 1 : Instrumen Penelitian**

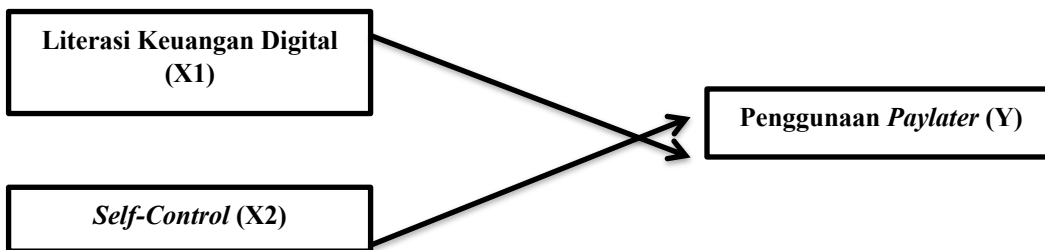
No	Variabel Penelitian	Indikator
1	Literasi Keuangan Digital	• Pengetahuan tentang <i>platform</i> pembayaran digital
		• Pemahaman tentang risiko dan keamanan transaksi digital
		• Kemampuan menggunakan aplikasi keuangan digital
		• Pemahaman tentang manfaat dan biaya produk keuangan digital.
2	<i>Self-Control</i>	• Kemampuan menunda kepuasan

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kemampuan mengatur anggaran dan pengeluaran</li> <li>• Disiplin dalam menabung</li> <li>• Kemampuan menahan diri dari pembelian impulsif</li> </ul>
3	Perilaku Penggunaan <i>Paylater</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Frekuensi penggunaan <i>paylater</i></li> <li>• Jumlah transaksi <i>paylater</i></li> <li>• Alasan utama menggunakan <i>paylater</i></li> <li>• Keterlambatan pembayaran <i>paylater</i></li> </ul>

**Metode Penelitian**

Metode penelitian ini menguji pengaruh dua variabel independen terhadap satu variabel dependen yaitu sebagai berikut:

Gambar 1 : Model Penelitian



**Hasil dan Pembahasan**

**Demografi Responden**

Tabel 2: Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki-Laki	10	10%
2	Perempuan	90	90%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data diolah dari responden, tahun 2025

## Uji T (Uji Parsial)

Tabel 4: Hasil Uji Parsial

Variabel Independen	Nilai Sig.	Keterangan Sig.	Kesimpulan (Pengaruh Parsial)
Literasi Keuangan Digital	< 0,001	< 0,05	Berpengaruh signifikan
<i>Self-Control</i>	0,892	> 0,05	Tidak berpengaruh signifikan

Sumber : Output SPSS, data diolah tahun 2025

Berdasarkan Tabel 4, variabel literasi keuangan digital ( $X_1$ ) memiliki nilai signifikansi < 0,001 yang lebih kecil dari 0,05, sehingga disimpulkan berpengaruh terhadap penggunaan *paylater* ( $Y$ ). Sebaliknya, variabel *Self-Control* ( $X_2$ ) memiliki nilai signifikansi 0,892 yang lebih besar dari 0,05, sehingga disimpulkan tidak berpengaruh signifikan parsial terhadap penggunaan *paylater* ( $Y$ ).

## Uji F (Uji Simultan)

Tabel 5: Uji Simultan

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1370.528	2	685.264	47.058	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1412.512	97	14.562		
	Total	2783.040	99			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X2, X1						

Sumber : Output SPSS, data diolah tahun 2025

Berdasarkan Tabel 5, nilai Sig. F adalah 0,000. Karena nilai 0,000 lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05, maka dapat disimpulkan literasi keuangan digital ( $X_1$ ) dan *self-control* ( $X_2$ ) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *paylater* ( $Y$ ).

Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Tabel 6: Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.702 <sup>a</sup>	.492	.482	3.81602
a. Predictors: (Constant), X2, X1				

Sumber : Output SPSS, data diolah tahun 2025

Berdasarkan Tabel 6 menunjukkan bahwa koefisien determinasi dapat dijelaskan sebagai berikut: Nilai *R Square* 0,492 atau 49,2%, angka ini menunjukkan bahwa 49,2% variasi pada variabel penggunaan *paylater* (*Y*) dapat dijelaskan oleh variabel literasi keuangan digital (*X1*) dan *self-control* (*X2*) secara simultan. Sedangkan nilai *Adjusted R Square* 0,482 atau 48,2%, nilai ini lebih akurat. Ini berarti bahwa 48,2% variasi pada variabel penggunaan *paylater* (*Y*) dijelaskan oleh model regresi ini.

### Uji Hipotesis

Berdasarkan hasil uji prasyarat, yaitu uji normalitas dan uji linearitas, data dalam penelitian ini dinyatakan memenuhi asumsi yang diperlukan sehingga analisis regresi linear berganda dapat digunakan untuk pengujian hipotesis. Model regresi linear berganda ini menggunakan penggunaan *paylater* (*Y*) sebagai variabel dependen. Sementara itu, variabel independennya terdiri dari literasi keuangan digital (*X1*) dan *self-control* (*X2*). Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel literasi keuangan digital (*X1*) dan variabel *self-control* (*X2*) secara simultan (bersama-sama) maupun parsial (individu) terhadap penggunaan *paylater*. Analisis ini dilakukan dengan bantuan *software* SPSS 27 yaitu sebagai berikut:

### Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 3 : Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-10.922	4.995		-2.186	.031
	X1	1.448	.172	.708	8.397	.000
	X2	-.019	.140	-.011	-.136	.892
a. Dependent Variable: Y						

Sumber : Output SPSS, data diolah tahun 2025

Secara umum, rumus persamaan regresi linear sederhana adalah  $Y = -10.922 + 1.448X_1 - 0,019X_2$

## **Pembahasan**

### **1. Literasi Keuangan Digital (X1) terhadap Penggunaan Paylater (Y)**

Hasil pengujian hipotesis parsial (Uji T) menunjukkan bahwa variabel Literasi Keuangan Digital (X1) berpengaruh signifikan secara positif terhadap Penggunaan Paylater (Y). Temuan ini didukung oleh nilai signifikansi (Sig.) yang dihasilkan sebesar  $< 0,001$ , yang mana nilai tersebut jauh lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Selain itu, nilai t Hitung yang positif (8,397) mengonfirmasi bahwa semakin tinggi literasi keuangan digital seseorang, semakin tinggi pula intensitas atau kecenderungan mereka dalam menggunakan Paylater.

- Secara teori, literasi keuangan diasumsikan mendorong pengambilan keputusan yang rasional dan hati-hati, termasuk membatasi utang konsumtif. Namun, temuan ini menunjukkan adanya paradoks literasi dalam konteks Paylater. Pengaruh positif yang signifikan ini dapat diinterpretasikan sebagai berikut:
- Kemampuan Mengoptimalkan Akses: Individu dengan literasi keuangan digital tinggi memiliki pemahaman yang baik tentang mekanisme Paylater (bunga, cash flow, tanggal jatuh tempo). Pengetahuan ini tidak selalu diwujudkan sebagai penghindaran, melainkan sebagai kemampuan untuk mengoptimalkan Paylater sebagai alat manajemen likuiditas jangka pendek atau alat pembayaran yang mudah, sehingga penggunaannya menjadi lebih sering.
- Dukungan pada Penelitian Terdahulu: Hasil ini sejalan dengan studi-studi terbaru (misalnya Karina dkk., Tahun) yang menemukan bahwa pada ekosistem fintech yang berbasis kemudahan, literasi berperan sebagai fasilitator, bukan hanya pencegah utang. Hal ini kontradiktif dengan penelitian konvensional yang cenderung menemukan hubungan negatif antara literasi keuangan dan utang. Temuan ini menegaskan bahwa konteks digital telah mengubah peran literasi; alih-alih menghindari, individu yang literat menjadi lebih percaya diri (overconfidence) dalam mengelola risiko Paylater. Dengan demikian, hipotesis pertama penelitian yang menyatakan Literasi Keuangan Digital berpengaruh terhadap Penggunaan Paylater diterima.

### **2. Self-Control (X2) terhadap Penggunaan Paylater (Y)**

Hasil pengujian parsial (Uji T) menunjukkan bahwa variabel SelfControl (X2) tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Penggunaan Paylater (Y). Bukti empiris ini didukung oleh nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,892, yang jauh lebih besar dari taraf signifikansi 0,05. Secara teoretis, Self-Control (kontrol diri) adalah prediktor kuat yang seharusnya berkorelasi negatif signifikan terhadap perilaku utang impulsif. Individu dengan kontrol diri tinggi harusnya mampu menunda kepuasan dan menghindari penggunaan Paylater. Oleh

karena itu, temuan yang menunjukkan tidak adanya pengaruh signifikan ini memberikan implikasi penting:

- Reduksi Peran Kontrol Diri: Lingkungan e-commerce dan desain aplikasi Paylater yang memicu instant gratification terbukti menetralkan atau mereduksi peran kontrol diri. Kemudahan "satu-klik" untuk bertransaksi memangkas waktu refleksi, menyebabkan individu, terlepas dari tingkat SelfControl -nya, sulit mengaktifkan mekanisme penghambatan impulsif.
- Kontradiksi dengan Teori Konvensional: Hasil ini bertentangan dengan mayoritas teori dan studi terdahulu yang berfokus pada utang konvensional. Namun, temuan ini sejalan dengan beberapa studi mutakhir di bidang fintech yang mengindikasikan bahwa pengaruh faktor psikologis seperti SelfControl menjadi semakin lemah dibandingkan faktor situasional dan kognitif (Literasi Keuangan Digital) dalam pengambilan keputusan kredit digital. Dengan demikian, hipotesis kedua penelitian yang menyatakan SelfControl berpengaruh terhadap Penggunaan Paylater ditolak.

### 3. Literasi Keuangan Digital dan Self-Control terhadap Penggunaan Paylater (Y)

(Asumsi: Uji F menunjukkan  $\text{Sig.} < 0,05$  dan  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{Tabel}}$ ) Pengujian secara simultan (Uji F) bertujuan untuk melihat pengaruh seluruh variabel independen (X1 dan X2) secara kolektif terhadap variabel dependen (Y). Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel Literasi Keuangan Digital (X1) dan Self-Control (X2) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap Penggunaan Paylater (Y). Temuan ini terkonfirmasi oleh nilai signifikansi Uji F sebesar 0,000, yang jauh lebih kecil dari 0,05. Meskipun secara parsial variabel Self-Control (X2) tidak menunjukkan pengaruh signifikan, hasil Uji F membuktikan bahwa secara kolektif, model penelitian ini memiliki kekuatan untuk menjelaskan variasi dalam Penggunaan Paylater. Temuan ini mengindikasikan bahwa:

- Kekuatan Dominan X1: Signifikansi simultan sebagian besar didorong oleh pengaruh kuat dan dominan dari Literasi Keuangan Digital (X1), yang memiliki nilai  $t_{\text{hitung}}$  sangat tinggi (8,397).
- Kekuatan Eksplanatori Gabungan: Kontribusi gabungan kedua variabel, yang terefleksi dalam koefisien determinasi ( $R^2$ ), menunjukkan bahwa faktor kognitif (literasi) dan psikologis (kontrol diri) secara sinergis (walaupun dengan bobot yang berbeda) memengaruhi perilaku penggunaan Paylater.
- Implikasi Teoritis: Dengan diterimanya hipotesis simultan, disimpulkan bahwa Penggunaan Paylater merupakan fenomena perilaku yang tidak dapat dijelaskan hanya oleh satu faktor, melainkan merupakan konsekuensi dari interaksi kompleks antara pengetahuan teknis (Literasi Keuangan Digital) dan

**P-ISSN 2585-4633. E-ISSN 2808-0955**

kemampuan pengendalian diri (Self-Control ), dengan peran yang lebih menonjol pada faktor kognitif dalam konteks transaksi digital.

### **Kesimpulan**

Penelitian ini menganalisis pengaruh literasi keuangan digital dan *self-control* terhadap penggunaan layanan *paylater* pada Generasi Z di Kabupaten Bone melalui pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan digital memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *paylater*. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi pemahaman Generasi Z terhadap sistem keuangan digital, mekanisme transaksi daring, serta fitur layanan *fintech*, maka semakin besar kecenderungan mereka untuk memanfaatkan layanan *paylater*. Literasi keuangan digital dalam konteks ini tidak hanya berfungsi sebagai instrumen edukatif, tetapi juga menjadi faktor pendorong adopsi teknologi finansial karena meningkatnya rasa aman, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan layanan digital. *Self-control* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *paylater*, yang menunjukkan bahwa kemampuan pengendalian diri individu belum menjadi faktor penentu utama dalam perilaku penggunaan layanan tersebut. Fenomena ini mencerminkan karakteristik Generasi Z yang sangat adaptif terhadap teknologi digital, cenderung impulsif dalam konsumsi daring, serta kuat dipengaruhi oleh lingkungan sosial digital, promosi *platform fintech*, dan budaya konsumsi instan. Dengan demikian, faktor eksternal seperti kemudahan akses, normalisasi utang konsumtif, dan strategi pemasaran digital lebih dominan dibanding faktor psikologis internal dalam membentuk keputusan penggunaan *paylater*.

Literasi keuangan digital dan *self-control* bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *paylater*, yang menunjukkan bahwa perilaku keuangan digital Generasi Z merupakan hasil interaksi antara faktor kognitif dan psikologis. Temuan ini menegaskan bahwa penggunaan *paylater* tidak dapat dipahami secara parsial, tetapi harus dilihat sebagai fenomena multidimensional yang melibatkan aspek pengetahuan keuangan digital, sikap terhadap risiko, kontrol diri, serta dinamika sosial-teknologis. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan implikasi bahwa strategi edukasi keuangan digital tidak cukup hanya berfokus pada peningkatan literasi, tetapi juga harus disertai penguatan karakter, etika konsumsi, dan kesadaran finansial jangka panjang agar penggunaan layanan *paylater* tidak berkembang menjadi perilaku konsumtif yang berisiko.

### **Daftar Pustaka**

- Aghnita Alinda Dewi dkk. 2023. "Generasi Z, Melangkah Di Era Digital Dengan Bijak Dan Terencana." *Journal of Social Contemplativa* 1 (2).
- Alan D Baddeley dkk. 2012. "Executive Functions and Self-Regulation." *Trends in Cognitive Sciences* 16 (3).
- Alysa dkk. 2023. "Pengaruh Literasi Keuangan Digital Terhadap Perilaku Menabung Dan Perilaku Berbelanja Pada Generasi Z." *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 6 (3).
- Aspari, Amelia Citra. 2020. "Analisis Loyalitas Pengguna *Paylater* Dalam E-Commerce Dengan Menggunakan

**P-ISSN 2585-4633. E-ISSN 2808-0955**

- Extended Expectation Confirmation Model.” UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Baumeister, Roy F, and Kathleen D Vohs. 2007. “Self-Regulation, Ego Depletion, and Motivation.” *Social and Personality Psychology Compass* 1 (1): 115–28.
- Bayu Sasongko dkk. 2023. *Digital Marketing Dan E-Commerce*. Padang: Global Eksekutif Teknologi.
- BriLatifa Paramita, Brilianti, and V. Santi Paramita. 2024. “The Influence of Financial Literacy, Lifestyle and Financial Planning on Consumptive Behavior In Millennials and Generation Z.” *International Journal of Science, Technology & Management* 5 (2): 373–82. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v5i2.1074>.
- Cintya, Priska, and Fauzatul Laily Nisa. 2024. “Pandangan Proses Transaksi PayLater Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Prespektif Ekonomi Syariah.” *JURNAL ILMIAH EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS DAN AKUNTANSI* 1 (2): 152–62.
- Dananjaya, Putu Bagus. 2024. “TANGGUNG JAWAB PENERBIT TERHADAP KERUGIAN PEMEGANG E-MONEY.” *Jurnal Yusthima* 4 (1): 228–41.
- Desfi Intan Fitriani dkk. 2024. “Pengaruh Literasi Keuangan, Perilaku Pembelian Impulsif, Dan Gaya Hidup Terhadap Penggunaan Shopee Paylater Gen Z.” *Jurnal Akuntansi Bisnis* 22 (1).
- Geriadi, Made Ayu Desy. 2025. “Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Niat Menggunakan Shopee Paylater Dengan Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Sebagai Variabe Mediasi Pada Generasi Z Di Kota Denpasar.” *Jurnal Visi Manajemen* 11 (2).
- Haryanti, Peni, and M. Fathul Azmi. 2023. “Literasi Keuangan Syariah Terhadap Penggunaan Fintech Syari’ah Mahasiswa Gen Z.” *Al-Iqtishod: Jurnal Ekonomi Syariah* 5 (2): 259–72. <https://doi.org/10.51339/iqtis.v5i2.1260>.
- Jananta, Putrila Maya. 2023. “Literasi Keuangan Dan Minat Menggunakan Pinjaman Online: Kajian Literatur Pada Generasi Digital.” *BAJ: Behavioral Accounting Journal* 6 (2).
- Permata Dian Pratiwi dkk. 2024. “Pengaruh Mental Accounting Dan Literasi Keuangan Terhadap Financial Behaviour Dengan Dimediasi Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Aktif Di Dki Jakarta.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi* 9 (2).
- Polindi, Miko. 2024. “Analisis Perilaku Konsumtif Pengguna Layanan Buy Now Pay Later Dalam Konsep Konsumsi Menurut Muhammad Abdul Mannan.” *JESYA (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)* 7 (2).
- Sahamony, Nur Fitriyani. 2022. “Pengaruh Literasi Keuangan Digital Terhadap Kemahiran Digital Mahasiswa Universitas Binawan.” *Jurnal Manajemen & Bisnis Digital* 1 (1): 58–67.
- Siswanti, Tutik. 2023. “Pengaruh Literasi Keuangan Digital Dan Sosial Ekonomi Terhadap Pemanfaatan Digital Payment Dengan Budaya Sebagai Variabel Moderating.” *Jurnal Bisnis & Akuntansi Unsurya* 8 (1).

**P-ISSN 2585-4633. E-ISSN 2808-0955**

Siyoto, Sandu. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.

Unaradjan, Dominikus Dolet. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya.

Vilantika. 2024. "Peningkatan Literasi Keuangan Gen Z Untuk Membangun Generasi." *Jurnal Pengabdian Manajemen* 4 (1).