

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Sektor jasa keuangan dan sistem pembayaran global saat ini tengah berada dalam fase transformasi struktural yang sangat signifikan dalam sejarah modern. Hal ini dipicu oleh berkembangnya inovasi teknologi keuangan, atau yang biasa dikenal dengan *Financial Technology (Fintech)*, yang telah mengubah cara seseorang berinteraksi dengan berbagai instrumen keuangan. Selain itu, pergeseran paradigma dalam aktivitas transaksi masyarakat, yang sebelumnya didominasi oleh penggunaan uang tunai kini beralih ke sistem pembayaran non-tunai atau yang biasa dikenal dengan istilah *Cashless Society*. Fenomena ini bukan sekedar tren gaya hidup di Indonesia, melainkan telah menjadi tulang punggung mobilitas ekonomi nasional yang semakin efisien dan inklusif.

Data statistik statistik yang dirilis oleh *GoodStats*, (2026) menunjukkan bahwa penetrasi instrumen pembayaran digital telah mencapai titik puncaknya, dimana sekitar 80% masyarakat Indonesia secara aktif menggunakan *e-wallet* atau dompet digital untuk memfasilitasi kebutuhan transaksi sehari-hari mereka. Keberadaan berbagai fitur pembayaran seperti *Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS)* dan sistem transfer instan telah menjadi jantung dari aktivitas ekonomi ritel. Penggunaan dompet digital ini secara perlahan telah menggeser peran uang kartal karena menawarkan kemudahan, kecepatan dan keamanan transaksi yang lebih terjamin dalam ekosistem digital yang terintegrasi. Selain itu, kemudahan dalam proses pengisian saldo (*top-up*) serta berbagai skema promosi

yang persuasif semakin memperkuat kebergantungan digital di hampir seluruh lapisan masyarakat Indonesia.

Bank Indonesia melalui laporan otoritas moneter resminya mencatat bahwa stabilitas sektor keuangan nasional tetap berada dalam kondisi stabil, meskipun terjadi lonjakan transaksi digital yang sangat masif menjelang tahun 2026. Sinergi yang kuat antara otoritas moneter dengan penyelenggara jasa sistem pembayaran telah menciptakan efisiensi luar biasa bagi pelaku usaha maupun konsumen. Namun, di balik kemajuan teknologi keuangan ini, terdapat beberapa risiko yang berkaitan dengan perilaku berutang masyarakat yang perlu diwaspadai dengan serius. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) terus memperkuat regulasi *fintech* guna memastikan bahwa aspek perlindungan konsumen tetap menjadi prioritas utama, agar inklusi keuangan yang tinggi tidak berujung pada instabilitas ekonomi rumah tangga.

Ditengah gelombang digitalisasi sistem pembayaran tersebut, muncul sebuah inovasi pembayaran digital yang sangat populer di kalangan masyarakat, yaitu *Buy Now Pay Later* atau yang biasa disebut *paylater*. Layanan ini merupakan bentuk manifestasi dari bentuk pembayaran jangka pendek yang memungkinkan konsumen untuk memiliki barang atau jasa saat ini dan menunda kewajiban pembayarannya di masa depan. *Paylater* menawarkan tingkat fleksibilitas yang sangat tinggi jika dibandingkan dengan metode pembayaran konvensional lainnya. Kemudahan akses kredit tanpa persyaratan yang rumit seperti kartu kredit perbankan konvensional membuat *paylater* sangat digemari oleh masyarakat Indonesia. Layanan ini memiliki karakteristik unik berupa nilai limit pengeluaran

tertentu, skema cicilan yang terstruktur, dan fitur transaksi jangka pendek berupa bunga dengan denda yang hanya berlaku jika terjadi keterlambatan pembayaran. Kemudahan pendaftaran yang hanya memerlukan waktu hitungan menit dengan verifikasi identitas digital menjadi fitur utama yang sangat menarik bagi konsumen (Khan, M., & Haque, 2021). Penetrasi *paylater* di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang sangat masif hingga September 2025, melalui laporan dari Infobanknews (2025) melaporkan bahwa jumlah akun pengguna layanan ini telah menyentuh angka 30 juta orang. Lonjakan ini mencerminkan tingginya ekspektasi masyarakat terhadap instrumen utang instan sebagai alat bantu likuiditas, dimana penggunaan *paylater* tidak lagi dipandang sebagai bentuk utang yang memalukan, melainkan telah bergeser menjadi simbol gaya hidup transaksi modern.

Secara agregat data dari Infobanknews (2025) menunjukkan bahwa total akumulasi utang masyarakat melalui layanan *paylater* telah menembus angka 24,86 triliun rupiah pada pertengahan tahun 2025. Sementara itu, laporan dari OJK bahkan mencatat angka yang lebih tinggi, menyentuh 30,5 M triliun rupiah pada periode sebelumnya. Besarnya angka piutang ini menjadi indikator kuat bahwa kapasitas penyerapan kredit masyarakat melalui akses digital sangat tinggi. Pertumbuhan ini menggambarkan ketergantungan yang signifikan terhadap instrumen utang konsumtif jangka pendek dalam memenuhi kebutuhan atau keinginan sesaat, yang seringkali digunakan untuk menjembatani kesenjangan antara pendapatan bulanan dengan tuntutan pengeluaran yang terus meningkat. Fenomena ini pada akhirnya memicu kekhawatiran serius mengenai risiko gagal bayar pada tingkat ekonomi mikro.

Fenomena ini semakin nyata dengan laporan dari Otoritas Jasa Keuangan (2025) yang menunjukkan bahwa tingkat kredit macet (*Non-Performing Loan*) atau NPL pada layanan *paylater* telah menyentuh angka 9,7%, ini sangat jauh melampaui batas aman regulator yang hanya 5%. Besarnya angka piutang dan NPL ini menjadi indikator kuat bahwa kapasitas penyerapan kredit masyarakat Indonesia melalui akses digital sangat tinggi namun tidak diimbangi dengan manajemen risiko yang baik. Pertumbuhan ini memberikan gambaran terkait ketergantungan yang signifikan terhadap instrumen utang konsumtif jangka pendek dalam memenuhi kebutuhan atau keinginan, yang seringkali digunakan untuk menjembatani kesenjangan antara pendapatan bulanan dengan tuntutan pengeluaran yang terus meningkat. Fenomena ini pada akhirnya memicu kekhawatiran serius mengenai risiko gagal bayar pada tingkat ekonomi mikro.

Platform marketplace atau *e-commerce* memegang peran penting dalam mempopulerkan fitur *paylater* melalui integrasi sistem yang sangat persuasif. Berdasarkan data dari Katadata (2025), *Shopee* secara konsisten menduduki peringkat pertama sebagai *platform e-commerce* yang paling sering digunakan oleh masyarakat Indonesia. Integrasi otomatis fitur *Shopee Paylater* pada setiap langkah transaksi belanja *online* menciptakan stimulus psikologis yang mendorong pengguna untuk melakukan pembelian tanpa memikirkan ketersediaan saldo tunai mereka secara *real-time*. Secara psikologis, temuan Nusir et al. (2025) menjelaskan bahwa *paylater* secara drastis mengurangi *pain of paying* (rasa sakit saat membayar) karena pembayaran yang ditangguhkan, yang secara signifikan memicu pembelian impulsif. Hal ini diperkuat oleh temuan Ashby et al. (2025) yang

menemukan bahwa skema cicilan menurunkan persepsi mahal suatu produk di mata konsumen. Bahkan Threadgold et al. (2025) mengidentifikasi adanya gamifikasi utang melalui fitur aplikasi yang secara aktif melemahkan kontrol diri pengguna. Lingkungan belanja digital ini dirancang untuk mendorong individu bertransaksi secara impulsif melalui promosi yang masif, seperti cicilan dengan bunga 0%, potongan harga eksklusif bagi pengguna layanan *paylater*, serta diskon besar-besaran pada momentum tanggal kembar atau hari khusus. Dampak dari integrasi ini adalah terjadinya pergeseran pengambilan keputusan belanja dimana keputusan tidak lagi didasarkan pada kebutuhan objektif, melainkan pada godaan fitur dan kemudahan finansial yang ditawarkan oleh *platform*.

Perilaku penggunaan kredit instan ini sangat rentan terjadi pada kelompok usia yang paling aktif secara digital, yaitu Generasi Z (Gen Z). Gen Z yang lahir dalam rentang tahun 1997-2012 merupakan generasi *digital natives* pertama yang tumbuh besar berdampingan dengan perkembangan internet dan teknologi seluler. Hal ini membuat setiap informasi dan penawaran finansial dapat diterima dan dieksekusi dalam hitungan detik. Namun, kemajuan teknologi ini sering kali tidak disertai dengan kesiapan mental dan pengetahuan dalam mengelola keuangan pribadi secara bijaksana.

Gen Z memiliki karakteristik unik yang sangat menyukai kemudahan dan fleksibilitas, hal inilah yang menjadikan mereka sebagai target utama ekspansi pemasaran bagi para penyedia layanan *paylater*. Data dari Kredivo (2024) menunjukkan fakta yang mengkhawatirkan, dimana Gen Z menyumbang porsi partisipasi utang *paylater* nasional yang sangat signifikan, yakni sebesar 26,5% dari

total pengguna, yang mayoritas berasal dari kelompok usia 18-25 tahun. Hal ini menjadi masalah krusial mengingat sebagian besar dari mereka masih berstatus sebagai pelajar atau mahasiswa yang belum memiliki sumber pendapatan tetap yang stabil. Mayoritas penggunaan *paylater* oleh Gen Z ditemukan bukan untuk tujuan produktif atau kebutuhan mendesak. Hasil survei Jakpat (2024) mencatat bahwa meskipun 55% pengguna menyatakan menggunakan layanan ini untuk kebutuhan mendesak, terdapat bagian yang cukup besar mencapai 31% yang mengalokasikan *paylater* untuk konsumsi gaya hidup semata, seperti menonton konser musik atau berlangganan layanan *streaming* hiburan. Fenomena ini mengindikasikan adanya pergeseran fungsi instrumen keuangan dari dana talangan menjadi alat pemuas keinginan hedonis. Perilaku konsumtif, yang didefinisikan sebagai tindakan penggunaan barang secara berlebihan tanpa memberikan nilai tambah jangka panjang, jika terus dibiarkan akan merusak fondasi kesejahteraan finansial masa depan generasi muda Indonesia.

Laporan Kredivo (2024) juga menyebutkan bahwa 59% Gen Z dan Milenial menggunakan *paylater* dengan alasan untuk mengatur arus kas pribadi mereka (*cash flow management*). Meskipun secara teknis alasan ini terdengar rasional, namun dalam praktiknya hal tersebut seringkali berubah menjadi jebakan utang jika tidak disertai dengan kontrol diri yang mumpuni. Menambah utang konsumtif tanpa diimbangi dengan peningkatan pendapatan hanya menunda munculnya masalah keuangan yang lebih serius di masa depan. Selain itu, kurangnya pemahaman mendalam mengenai mekanisme bunga majemuk harian dan denda keterlambatan menjadi ancaman serius bagi ketahanan finansial mereka. Banyak pengguna dengan

usia muda terjebak dalam akumulasi denda yang jauh melebihi pinjaman pokok awal mereka. Ketidaktahuan ini berdampak pada catatan kredit mereka dalam Sistem Layanan Informasi Keuangan (SLIK) OJK, yang pada akhirnya akan menghambat akses mereka terhadap kredit produktif, seperti KPR.

Literasi keuangan merupakan elemen dasar yang mencakup pengetahuan, keterampilan, keyakinan, dan perilaku yang memengaruhi kualitas pengambilan keputusan keuangan untuk mencapai kesejahteraan yang berkelanjutan. Namun, muncul kekhawatiran besar dibalik mudahnya akses terhadap produk keuangan digital di Indonesia. Berdasarkan hasil Survei Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) Otoritas Jasa Keuangan (2025), indeks literasi keuangan nasional tercatat sebesar 66,46%. Meskipun angka ini menunjukkan sedikit terjadi peningkatan dari tahun 2024 yang berada di angka 65,43%, pertumbuhannya masih tertinggal jauh jika dibandingkan dengan indeks inklusi keuangan nasional yang mencapai angka 80,51% di tahun 2025. Kesenjangan antara literasi dan inklusi keuangan ini menjadi bukti nyata bahwa masyarakat lebih cepat mengakses produk keuangan digital tanpa dibekali dengan pemahaman risiko yang memadai. Hasil SNLLIK 2025 juga mengungkapkan adanya ketimpangan berdasarkan klasifikasi geografis dan demografis.

Tabel 1. 1 Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan

Klasifikasi SNLIK 2025	Indeks Literasi Keuangan	Indeks Inklusi Keuangan
Wilayah Perkotaan	70,89%	83,61%
Wilayah Pedesaan	59,60%	75,70%

Klasifikasi SNLIK 2025	Indeks Literasi Keuangan	Indeks Inklusi Keuangan
Laki-laki	67,32%	80,73%
Perempuan	65,58%	80,28%
Kelompok Umur 18-25 (Gen Z)	73,22%	89,96%

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan, Juni 2025

Khusus pada kelompok umur 18-25 tahun (Gen Z), data menunjukkan bahwa indeks inklusi keuangan mereka mencapai angka tertinggi secara nasional yaitu 89,96%, namun literasi keuangan mereka hanya berada pada angka 73,22%. Hal ini membuktikan bahwa Gen Z adalah kelompok yang paling cepat menyerap teknologi keuangan digital, namun juga paling rentan terjebak dalam penyalahgunaan kredit karena pemahaman terkait risiko yang belum dikuasai. Mereka sangat lancar dalam mengoperasikan aplikasi digital, namun seringkali lalai dalam membaca serta memahami syarat dan ketentuan layanan yang memiliki konsekuensi hukum dan finansial jangka panjang.

Selain literasi keuangan, perilaku konsumtif merupakan faktor pendorong yang paling dominan dalam penggunaan fitur *paylater* di kalangan generasi muda yang terpapar gaya hidup digital. Secara empiris, Kumar et al., (2024) membuktikan bahwa penggunaan *paylater* meningkatkan nilai pembelian *online* sebesar 6,42% dibandingkan metode pembayaran tradisional (*cash*). Hal ini didorong oleh perubahan persepsi psikologis, dimana menurut Ashby et al., (2025) skema cicilan *paylater* menurunkan persepsi mahal suatu produk pada sudut pandang konsumen

karena membagi harga total menjadi harga cicilan yang lebih murah, sehingga memicu pengeluaran yang tidak normal. Lebih lanjut lagi, Abed & Alkadi, (2024) mengidentifikasi bahwa motivasi hedonis Adalah faktor utama Gen Z untuk menggunakan fitur *paylater*, mengalahkan pertimbangan fungsional. Fenomena ini diperparah oleh desain aplikasi, dimana Threadgold et al., (2025) menemukan bahwa *platform paylater* melakukan gamifikasi pada utang melalui fitur aplikasi seperti notifikasi promo yang secara aktif melemahkan kontrol diri dan menormalisasi perilaku belanja impulsif sebagai bagian dari gaya hidup normal Gen Z.

Pada masa kuatnya dorongan perilaku konsumtif dan lemahnya literasi keuangan yang dimiliki oleh sebagian besar Gen Z, variabel kontrol diri (*self-control*) menjadi sangat penting. Pengetahuan tentang risiko finansial saja tidak akan efektif jika tidak disertai dengan pengendalian diri yang cukup. Tanpa kontrol diri yang cukup, pengetahuan teoritis mengenai keuangan tidak akan mampu menahan dorongan emosional saat melihat berbagai promosi produk yang diinginkan. Kegagalan dalam pengendalian diri ini menyebabkan munculnya rasa menyesal setelah melakukan transaksi menggunakan *paylater*. Individu yang gagal mengendalikan dirinya sendiri seringkali merasa terjebak dalam siklus utang yang tidak berujung, hal ini disebabkan karena mereka tidak mampu menahan godaan dari strategi pemasaran *platform* digital. Kontrol diri bertindak sebagai regulator internal yang akan mengevaluasi setiap stimulus ekonomi sebelum diubah menjadi tindakan berbelanja. Kegagalan dalam fungsi ini tidak hanya menciptakan beban

finansial saja, tetapi juga beban mental yang dapat mengganggu produktivitas Gen Z di masa depan sebagai motor penggerak pembangunan bangsa.

Fenomena penggunaan layanan kredit digital ini menjadi semakin kompleks dan menarik untuk dianalisis, khususnya di Kabupaten Bangkalan, Madura. Kabupaten Bangkalan memiliki letak geografis yang unik sebagai gerbang utama penghubung Pulau Madura dengan pusat kemajuan ekonomi di Kota Surabaya melalui Jembatan Suramadu. Kondisi geografis ini memicu terjadinya interaksi sosial dan kombinasi perpaduan budaya yang masif antara tradisi lokal Madura dengan gaya hidup modern Kota Surabaya. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2024), Kabupaten Bangkalan dihuni sekitar 1,02 juta jiwa, dengan struktur penduduk yang didominasi oleh kelompok usia produktif sebanyak 658.352 jiwa.

Percepatan digitalisasi di Kabupaten Bangkalan telah terlihat nyata, menurut laporan Jurnal9 (2024), salah satu contoh nyata percepatan digitalisasi di Kabupaten Bangkalan melalui penyelenggaraan Madura *Digicreative Fest* 2024 di Universitas Trunodjoyo Madura, dimana Bank Indonesia secara aktif mendorong penggunaan transaksi digital di Kabupaten Bangkalan. Namun, potensi digitalisasi ini membawa tantangan tersendiri terkait kesiapan finansial generasi muda dalam menghadapi transisi kearah ekonomi digital yang persuasif. Secara makro ekonomi, BPS mencatat laju pertumbuhan PDRB Kabupaten Bangkalan sebesar 1,94% pada tahun 2024, namun strukturnya masih sangat bergantung pada sektor tradisional seperti pertanian. Keterbatasan lapangan kerja formal di daerah ini menyebabkan pendapatan masyarakat cenderung tidak stabil setiap bulannya. Selain itu, tantangan kesejahteraan masih sangat nyata dengan angka kemiskinan yang mencapai 18,25%

per September 2025. Kabupaten Bangkalan tetap menjadi salah satu daerah dengan tingkat kemiskinan tertinggi di Provinsi Jawa Timur, dimana garis kemiskinan berada pada angka 566.280 rupiah per kapita per bulan. Data IPM Kabupaten Bangkalan yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik Jatim (2024) menunjukkan angka 67,33 poin dan meningkat menjadi 68,15 poin pada tahun 2025 yang secara historis merupakan salah satu yang terendah di Jawa Timur, mencerminkan keterbatasan kualitas akses pendidikan dan kesehatan.

Kondisi ekonomi tersebut menciptakan kesenjangan yang tajam antara daya beli riil masyarakat dengan keinginan konsumsi yang disebabkan oleh paparan informasi digital. Bagi Gen Z di Kabupaten Bangkalan, kedekatan dengan Kota Surabaya membuat standar gaya hidup mereka cenderung mengikuti standar Kota Surabaya, meskipun kapasitas finansial mereka terbatas. Kondisi keuangan yang seperti ini, membuat akses terhadap kredit digital seperti *paylater* sering kali dipandang sebagai solusi instan untuk memenuhi kebutuhan maupun keinginan gaya hidup mereka. Berdasarkan laporan Madura *Indepth* (2022) menyebutkan bahwa praktik pinjaman *online* ilegal dan investasi bodong mulai marak dan beroperasi di Kabupaten Bangkalan, bahkan pihak OJK juga menyatakan telah menerima laporan terkait warga Kabupaten Bangkalan yang menjadi korban praktik pinjaman *online* sehingga perlu dilakukan edukasi kepada masyarakat agar lebih berhati-hati dalam memanfaatkan layanan keuangan digital. Kondisi ini menunjukkan bahwa akses terhadap layanan kredit digital semakin luas, namun tidak disertai dengan pemahaman keuangan yang memadai sehingga meningkatkan risiko masyarakat terjerat praktik pinjaman *online*. Selain itu, meningkatnya

kekhawatiran terhadap fenomena tersebut juga mendorong berbagai organisasi masyarakat untuk melakukan edukasi literasi keuangan seperti yang dilakukan oleh Fathayat Nadlatul Ulama Bangkalan (2025) yang menyelenggarakan sosialisasi mengenai bahaya pinjaman *online* serta pentingnya pengelolaan keuangan yang bijak bagi masyarakat.

Keberadaan Universitas Trunodjoyo Madura (UTM) dengan populasi mahasiswa sekitar 20.000 jiwa, ditambah universitas dan perguruan tinggi lainnya menjadikan Kabupaten Bangkalan sebagai pusat konsentrasi Gen Z di Madura. Mahasiswa dari berbagai latar belakang membawa budaya konsumsi yang beragam ke dalam lingkungan kampus yang dinamis. Banyak mahasiswa di Bangkalan terjebak dalam gaya hidup hedonis demi menjaga gengsi mereka. Kepemilikan barang-barang konsumtif seperti perangkat elektronik terbaru, sepatu, dan pakaian bermerek dianggap sebagai bentuk keberhasilan, meskipun hal tersebut sering kali melampaui kemampuan finansial mereka.

Peneliti telah melakukan pra-survei terhadap 62 responden Gen Z di Kabupaten Bangkalan dengan rata-rata usia 22 tahun untuk memvalidasi fenomena ini. Hasil pra-survei memberikan gambaran empiris yang kuat mengenai perilaku keuangan digital di Kabupaten Bangkalan. Dimana sebanyak 58,9% Gen Z di Kabupaten Bangkalan secara aktif menggunakan layanan *paylater* dalam transaksi mereka. Angka ini membuktikan bahwa *paylater* telah menjadi bagian penting dalam sistem transaksi harian. Ditemukan juga bahwa sekitar 85,5% responden mengaku telah memahami risiko bunga dan denda keterlambatan pembayaran. Ini menandakan tingkat literasi keuangan yang dimiliki oleh Gen Z di Kabupaten

Bangkalan cukup baik. Dari pra-survei juga didapat bahwa sebanyak 40,3% responden menyatakan menggunakan *paylater* untuk keperluan konsumtif mereka. Ini memperkuat indikasi bahwa perilaku konsumtif mendominasi pola transaksi digital mereka. Terakhir, sebanyak 48,4% responden mengaku merasa menyesal setelah menggunakan *paylater* dan mereka juga menyatakan ketidakmampuan mereka dalam mengontrol diri dari penggunaan layanan *paylater* meskipun sudah merasa terbebani. Hal ini merupakan sinyal peringatan terhadap kesehatan finansial Gen Z di Kabupaten Bangkalan. Dari data pra-survei ini dapat dilihat bahwa di Kabupaten Bangkalan literasi keuangan saja tidak cukup efektif untuk mencegah penggunaan kredit digital yang impulsif tanpa adanya variabel kontrol diri yang bekerja dengan baik sebagai mediator.

Berdasarkan tinjauan literatur ilmiah terbaru, peneliti menemukan adanya celah penelitian yang menarik untuk diteliti lebih mendalam. Penelitian yang dilakukan oleh Saputri & Fathihani (2025) dan Damayanti & Permana (2025) menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap penggunaan *paylater*, yang berarti semakin seseorang memahami tentang konsep dasar keuangan, maka semakin rendah kecenderungan mereka untuk berutang konsumtif. Namun, hasil yang berbeda ditemukan oleh Alghifari & Firman (2025) dimana literasi keuangan berpengaruh positif karena individu dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi merasa lebih percaya diri untuk menggunakan fitur cicilan yang tersedia. Perbedaan ini menunjukkan bahwa konteks lokal dan profil wilayah memiliki peran krusial dalam menentukan efektivitas literasi keuangan. Sementara itu, Leonita & Wulandari (2024)

menemukan literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan sama sekali pada objek mahasiswa.

Penelitian yang dilakukan oleh Sari, et al. (2024) dan Meliana, et al. (2025) juga mengonfirmasi bahwa perilaku konsumtif dan gaya hidup merupakan pendorong utama penggunaan *paylater* pada Gen Z demi mendapatkan validasi status sosial. Namun, penelitian tersebut dilakukan di kota besar dengan akses infrastruktur yang memadai. Kabupaten Bangkalan, dengan karakteristik sosio-kultural yang unik dan tantangan ekonomi yang lebih berat, memberikan perspektif baru yang belum banyak dieksplorasi dalam literatur perilaku keuangan digital. Mayoritas penelitian terdahulu menempatkan perilaku konsumtif sebagai variabel dependen atau akibat dari kemudahan teknologi. Masih terdapat celah penelitian yang menganalisis bagaimana dimensi sosiopsikologis konsumtif seperti validasi sosial (gengsi) berinteraksi dengan mekanisme kontrol diri internal untuk memicu utang digital pada wilayah berkembang.

Posisi variabel kontrol diri dalam penelitian ini memberikan kebaruan (*novelty*) yang signifikan. Menurut penelitian yang dilakukan Izazi & Styaningrum (2020) dan Chairiah & Siregar (2022) mengakui peran krusial kontrol diri, sebagian model penelitian tersebut hanya menempatkan kontrol diri sebagai variabel independen atau moderasi sederhana. Meskipun sebagian besar penelitian mengakui peran kontrol diri, namun beberapa penelitian lainnya seperti Hilwana, et al., (2025) hanya menempatkan kontrol diri sebagai variabel moderasi. Penelitian lainnya seperti yang dilakukan oleh Laila & Anita Handayani (2025) hanya menguji pengaruh langsung secara parsial. Masih sangat jarang penelitian yang menguji

model integratif dengan menempatkan kontrol diri sebagai variabel mediasi ganda yang menghubungkan literasi keuangan dan perilaku konsumtif secara simultan dalam satu model keputusan finansial di daerah berkembang seperti Kabupaten Bangkalan.

Penelitian ini didorong oleh adanya gap penelitian yang ditemukan secara teoritis dan kontekstual. Secara teoritis, terdapat inkonsistensi hasil penelitian terdahulu, dimana beberapa studi menyatakan literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap penggunaan *paylater*, namun studi lainnya justru menemukan pengaruh positif karena tingginya kepercayaan diri seseorang akan literasi keuangan yang dimiliki dalam menggunakan layanan *paylater*. Selain itu, terdapat kebaruan (*novelty*) dalam model penelitian ini yang menempatkan *self-control* sebagai variabel mediasi ganda yang mengintegrasikan seluruh variabel penelitian dalam satu kerangka *Theory of Planned Behavior* (TPB) untuk membedah fenomena penggunaan *paylater* yang cukup tinggi di Kabupaten Bangkalan. Secara kontekstual, sebagian besar penelitian terdahulu dilakukan di kota-kota besar dengan infrastruktur yang memadai, sehingga penelitian ini mengisi celah dengan memilih lokus di Kabupaten Bangkalan yang memiliki karakteristik yang unik serta memiliki tantangan ekonomi yang lebih berat sebagai daerah berkembang.

Bagi regulator seperti OJK wilayah Jawa Timur dan Pemerintah Kabupaten Bangkalan, penelitian ini diharapkan menjadi referensi strategis dalam merumuskan kebijakan edukasi keuangan yang lebih tepat sasaran bagi Gen Z di Bangkalan. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memperkuat teori perilaku keuangan (*behavioral finance*) dalam konteks ekonomi digital di daerah

berkembang. Dengan demikian, tantangan demografi di Bangkalan dapat dikelola dengan baik sehingga generasi muda tidak menjadi beban ekonomi akibat jeratan utang digital, melainkan menjadi agen pembangunan yang tangguh secara finansial.

Secara akademis penelitian ini diharapkan dapat memperkuat teori perilaku keuangan dalam konteks ekonomi digital di daerah berkembang seperti Kabupaten Bangkalan. Hasil penelitian ini dapat menjadi pembandingan berharga bagi studi serupa di daerah lain di Indonesia yang memiliki profil daerah yang serupa. Penelitian ini juga diharapkan mampu menjawab tantangan demografi di Bangkalan agar generasi muda tidak menjadi beban ekonomi karena terjerat utang digital.

B. RUMUSAN MASALAH

Menurut latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini ialah:

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap *self-control* pada Gen Z di Kabupaten Bangkalan?
2. Apakah perilaku konsumtif berpengaruh terhadap *self-control* pada Gen Z di Kabupaten Bangkalan?
3. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap penggunaan *paylater* pada Gen Z di Kabupaten Bangkalan?
4. Apakah perilaku konsumtif berpengaruh terhadap penggunaan *paylater* pada Gen Z di Kabupaten Bangkalan?
5. Apakah *self-control* berpengaruh terhadap penggunaan *paylater* pada Gen Z di Kabupaten Bangkalan?

6. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap penggunaan *paylater* melalui variabel mediasi *self-control* pada Gen Z di Kabupaten Bangkalan?

7. Apakah perilaku konsumtif berpenaruh terhadap penggunaan *paylater* melalui variabel mediasi *self-control* pada Gen Z di Kabupaten Bangkalan?

C. TUJUAN PENELITIAN

Dirujuk dari Rumusan masalah diatas, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa tujuan penelitian, yaitu:

1. Untuk mengetahui literasi keuangan berpengaruh terhadap *self-control* pada Gen Z di Kabupaten Bangkalan.

2. Untuk mengetahui perilaku konsumtif berpengaruh terhadap *self-control* pada Gen Z di Kabupaten Bangkalan.

3. Untuk mengetahui literasi keuangan berpengaruh pada penggunaan *paylater* pada Gen Z di Kabupaten Bangkalan.

4. Untuk mengetahui perilaku konsumtif berpengaruh terhadap penggunaan *paylater* pada Gen Z di Kabupaten Bangkalan.

5. Untuk mengetahui *self-control* berpengaruh terhadap penggunaan *paylater* pada Gen Z di Kabupaten Bangkalan.

6. Untuk mengetahui literasi keuangan berpengaruh terhadap penggunaan *paylater* melalui variabel mediasi *self-control* pada Gen Z di Kabupaten Bangkalan.

7. Untuk mengetahui perilaku konsumtif berpengaruh terhadap penggunaan *paylater* melalui variabel mediasi *self-control* pada Gen Z di Kabupate Bangkalan.

D, MANFAAT PENELITIAN

Dirujuk dari tujuan penelitian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa manfaat penelitian, yaitu:

1. Secara Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan teori perilaku ekonomi melalui penguatan bukti empiris mengenai peran mediasi kontrol diri dalam hubungan antara faktor kognitif berupa literasi keuangan dan faktor eksternal berupa perilaku konsumtif terhadap keputusan penggunaan teknologi pembiayaan digital pada masyarakat di daerah berkembang.

2. Secara Akademis

Secara akademis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi ilmiah yang original dan berkualitas bagi civitas akademika Universitas Trunodjoyo Madura serta peneliti di masa depan dalam mengeksplorasi fenomena keuangan digital dari sudut pandang psikologi ekonomi, sekaligus menjadi rujukan dalam pengembangan metodologi analisis mediasi pada populasi Gen Z.

3. Bagi Pihak Lain

Bagi pihak lain seperti OJK wilayah Jawa Timur dan Pemerintah Kabupaten Bangkalan, penelitian ini memberikan landasan berbasis data dalam merumuskan kebijakan edukasi keuangan yang lebih komprehensif dengan menyasar penguatan regulasi diri generasi muda demi menciptakan

ekosistem keuangan digital yang sehat dan melindungi masyarakat dari risiko kegagalan finansial akibat jeratan utang konsumtif instan.