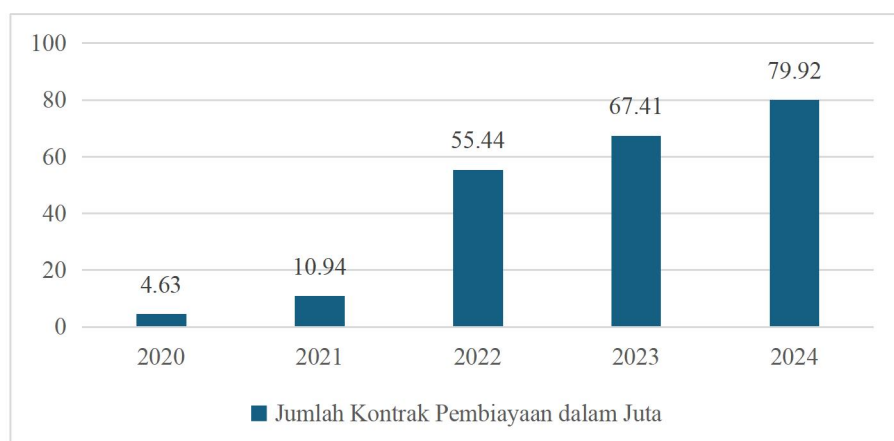


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan yang signifikan dalam sistem keuangan, khususnya melalui hadirnya layanan *financial technology (fintech)*. *Fintech* tidak hanya mengubah cara masyarakat mengakses layanan keuangan, tetapi juga membentuk pola perilaku keuangan yang semakin berbasis digital. Salah satu inovasi *fintech* yang berkembang pesat di Indonesia adalah layanan *Buy Now Pay Later (BNPL)* atau *paylater*. Layanan ini memungkinkan konsumen melakukan pembelian terlebih dahulu dan melakukan pembayaran di kemudian hari dengan skema cicilan atau pembayaran tertunda (Rahman et al., 2022). Kemudahan akses, proses persetujuan yang cepat, serta integrasi dengan berbagai platform *e-commerce* menjadikan *paylater* semakin diminati oleh masyarakat, terutama Generasi Z yang memiliki tingkat adopsi teknologi digital yang tinggi (OJK, 2025).

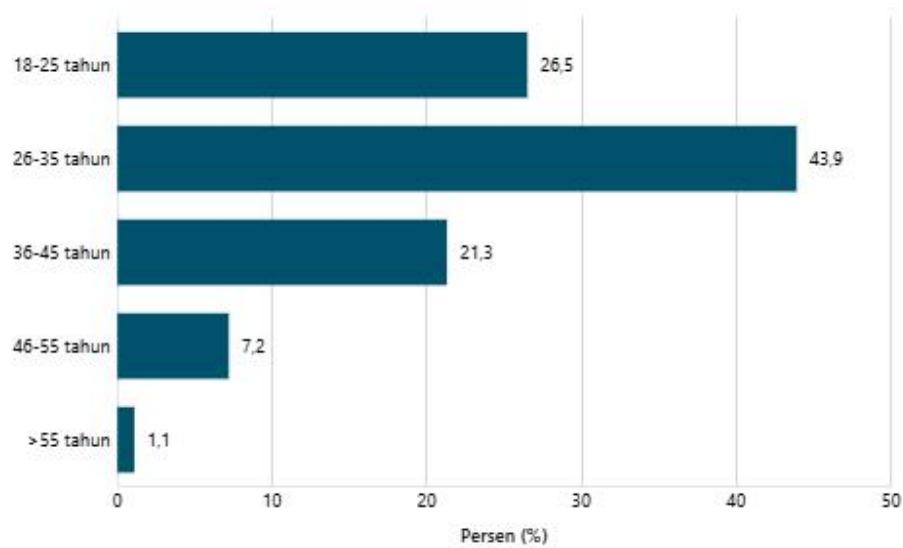


Sumber: OJK, 2025

Gambar 1.1 Pertumbuhan Pengguna dan Transaksi *Paylater* di Indonesia Tahun 2020–2024

Berdasarkan data pada Gambar 1.1, OJK mencatat jumlah kontrak pembiayaan *paylater* di Indonesia mencapai 79,92 juta di tahun 2024. Jumlah ini meningkat pesat dari tahun 2020, di mana hanya tercatat 4,63 juta kontrak pembayaran *paylater* di Indonesia. Menurut OJK, peningkatan rata-rata setiap tahunnya mencapai 144,35%. Nilai tersebut bahkan digadang-gadang akan terus bertumbuh, seiring dengan naiknya permintaan terhadap penggunaan sistem ini. Per Maret 2025, *outstanding* piutang pembiayaan *paylater* di Indonesia mencapai Rp6,13 triliun, naik 23,9% secara tahunan. Tingginya nilai tersebut menunjukkan bahwa layanan *paylater* telah menjadi salah satu instrumen pembiayaan digital yang banyak digunakan masyarakat (Ojk, 2025).

Pesatnya pertumbuhan penggunaan *paylater* menunjukkan meningkatnya ketergantungan masyarakat terhadap layanan keuangan digital dalam memenuhi kebutuhan konsumsi. Data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan berbagai survei nasional menunjukkan bahwa pengguna *paylater* didominasi oleh kelompok usia muda, khususnya Generasi Z (OJK, 2025). Generasi Z, yang lahir pada rentang tahun 1997–2012, dikenal sebagai *digital native* yang memiliki kedekatan tinggi dengan teknologi, cepat beradaptasi dengan inovasi digital, serta memiliki pola konsumsi yang dinamis. Kondisi ini menjadikan *paylater* tidak hanya dipandang sebagai alat bantu pembayaran, tetapi juga sebagai bagian dari gaya hidup dan perilaku keuangan sehari-hari (Rahman et al., 2022)..



Sumber: Databoks, 2025

Gambar 1.2
Proporsi Pengguna *Paylater* Berdasarkan Kelompok Usia

Berdasarkan data pada Gambar 1.2, pengguna *paylater* di Indonesia didominasi oleh kelompok usia Milenial (26–35 tahun) dan Generasi Z (18–25 tahun). Generasi Z menempati posisi sebagai pengguna aktif *paylater*, terutama untuk transaksi online. Alasan utama penggunaan *paylater* di kalangan generasi muda adalah keterbatasan dana tunai pada saat transaksi serta kemudahan proses pembayaran yang ditawarkan. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan penggunaan *paylater* tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan ekonomi, tetapi juga oleh persepsi risiko, kemudahan layanan digital, serta kemampuan individu dalam mengelola teknologi keuangan.

Meskipun *paylater* menawarkan kemudahan dan fleksibilitas, penggunaan layanan ini juga berpotensi memengaruhi perilaku keuangan individu. *Financial behavior* atau perilaku keuangan mencerminkan bagaimana individu mengelola pendapatan, pengeluaran, tabungan, serta pengambilan keputusan keuangan secara keseluruhan. Perilaku keuangan yang kurang bijak dalam penggunaan *paylater*

dapat mendorong konsumsi impulsif, meningkatkan ketergantungan pada pembiayaan digital, serta berpotensi menimbulkan permasalahan keuangan di masa depan (Xiao & Porto, 2022). Penggunaan *paylater* yang berlebihan dapat meningkatkan utang konsumtif, memicu keterlambatan pembayaran, dan mengurangi kemampuan individu dalam memenuhi kebutuhan keuangan lainnya (OJK, 2023).

Fenomena *financial behavior* yang bermasalah di kalangan pengguna *paylater* Generasi Z dapat diamati dari beberapa indikator nyata. Pertama, pola pembelian impulsif di mana pengguna memanfaatkan *paylater* untuk membeli barang yang tidak terencana dan tidak mendesak, seperti pakaian, aksesoris, atau *gadget* terbaru, semata-mata karena kemudahan cicilan yang ditawarkan. Studi terbaru menunjukkan bahwa kemudahan akses kredit digital dan fitur *buy now pay later* (BNPL) secara signifikan meningkatkan kecenderungan pembelian impulsif pada generasi muda (Dewi Sartika et al., 2023; Otoritas Jasa Keuangan, 2024).

Kedua, ketidakmampuan mengelola pengeluaran ditunjukkan oleh rendahnya konsistensi dalam membuat anggaran bulanan, sehingga kewajiban cicilan *paylater* kerap bersaing dengan kebutuhan pokok seperti biaya makan, transportasi, dan pendidikan. Fenomena ini diperkuat oleh penelitian terkini yang menemukan bahwa pengguna BNPL cenderung memiliki kontrol pengeluaran yang lebih rendah dan tingkat perencanaan keuangan yang lemah dibandingkan non-pengguna (Rahmawati & Putra, 2022; Bank Indonesia, 2023).

Ketiga, perilaku menabung yang terganggu, karena sebagian besar pendapatan atau uang saku tersedot untuk membayar tagihan *paylater*, sehingga

tidak ada dana tersisa untuk tabungan maupun dana darurat. Laporan terbaru menunjukkan bahwa peningkatan penggunaan layanan *paylater* berkorelasi negatif dengan tingkat tabungan pada kelompok usia muda, terutama Generasi Z (McKinsey & Company, 2023).

Keempat, pengambilan keputusan keuangan yang tidak rasional, di mana sebagian pengguna Generasi Z menggunakan *paylater* tanpa terlebih dahulu mempertimbangkan kemampuan finansial jangka pendek maupun jangka panjang mereka. Hal ini didukung oleh studi terbaru dalam *behavioral finance* yang menunjukkan bahwa kemudahan teknologi finansial dapat memperkuat bias perilaku seperti *present bias* dan *overconfidence*, sehingga mendorong keputusan keuangan yang kurang rasional (OECD, 2023). Keseluruhan pola perilaku ini merupakan manifestasi nyata dari *financial behavior* yang tidak sehat, yang menjadi fokus utama penelitian ini untuk dipahami penyebab dan mekanisme pembentukannya, khususnya dalam konteks perkembangan teknologi finansial dan meningkatnya penggunaan *paylater* di kalangan Generasi Z (OJK, 2024; Bank Indonesia, 2023; OECD, 2023).

Permasalahan *financial behavior* ini menjadi semakin serius dan mendesak untuk diteliti apabila dilihat dari kondisi ekonomi mayoritas Generasi Z yang menjadi subjek penelitian ini, yakni mahasiswa yang umumnya belum memiliki penghasilan mandiri dan masih bergantung secara finansial kepada orang tua atau keluarga. Berbeda dengan kelompok pekerja dewasa yang memiliki pendapatan tetap sebagai sumber pembayaran cicilan, mahasiswa Generasi Z menggunakan uang saku atau kiriman orang tua sebagai satu-satunya sumber dana. Kondisi ini

sejalan dengan temuan Otoritas Jasa Keuangan (2024) yang menyatakan bahwa kelompok usia muda, khususnya pelajar dan mahasiswa, merupakan segmen rentan dalam penggunaan layanan *buy now pay later* (BNPL) karena keterbatasan pendapatan tetap.

Ketika perilaku penggunaan *paylater* tidak terkendali, kewajiban cicilan yang menumpuk tidak hanya menguras sumber daya finansial pribadi, tetapi juga berpotensi besar untuk membebankan orang tua atau anggota keluarga terdekat. Laporan Bank Indonesia (2023) menunjukkan bahwa meningkatnya penggunaan kredit digital di kalangan generasi muda berisiko menimbulkan tekanan finansial pada rumah tangga, terutama ketika pengguna belum memiliki kemampuan pembayaran yang memadai. Kondisi ini dapat terjadi melalui beberapa mekanisme: (1) mahasiswa secara langsung meminta tambahan uang dari orang tua dengan alasan kebutuhan mendesak yang sesungguhnya merupakan cicilan *paylater*; (2) orang tua terpaksa menanggung hutang *paylater* anak yang tidak mampu dibayar; atau (3) hubungan sosial dan kepercayaan dalam keluarga terganggu akibat masalah keuangan yang ditimbulkan.

Fenomena tersebut juga didukung oleh studi empiris terbaru yang menunjukkan bahwa penggunaan *paylater* yang tidak terkontrol pada mahasiswa berkorelasi dengan meningkatnya konflik finansial dalam keluarga serta penurunan kesejahteraan subjektif (Wibowo et al., 2025). Dengan demikian, dampak negatif dari *financial behavior* yang buruk pada mahasiswa pengguna *paylater* tidak berhenti pada individu yang bersangkutan, melainkan berpotensi menyusahkan orang-orang terdekat mereka di kemudian hari, sehingga menjadi

urgensi penting untuk diteliti secara lebih mendalam. Inilah yang menjadikan penelitian ini urgen dan relevan memahami faktor-faktor yang membentuk perilaku keuangan Generasi Z dalam penggunaan *paylater* adalah langkah awal untuk menemukan solusi edukatif yang dapat mencegah eskalasi masalah keuangan dari individu ke tingkat keluarga.

Tabel 1.1
Jumlah Pengguna, Tingkat Keterlambatan Pembayaran, dan Pengaduan
Konsumen Paylater

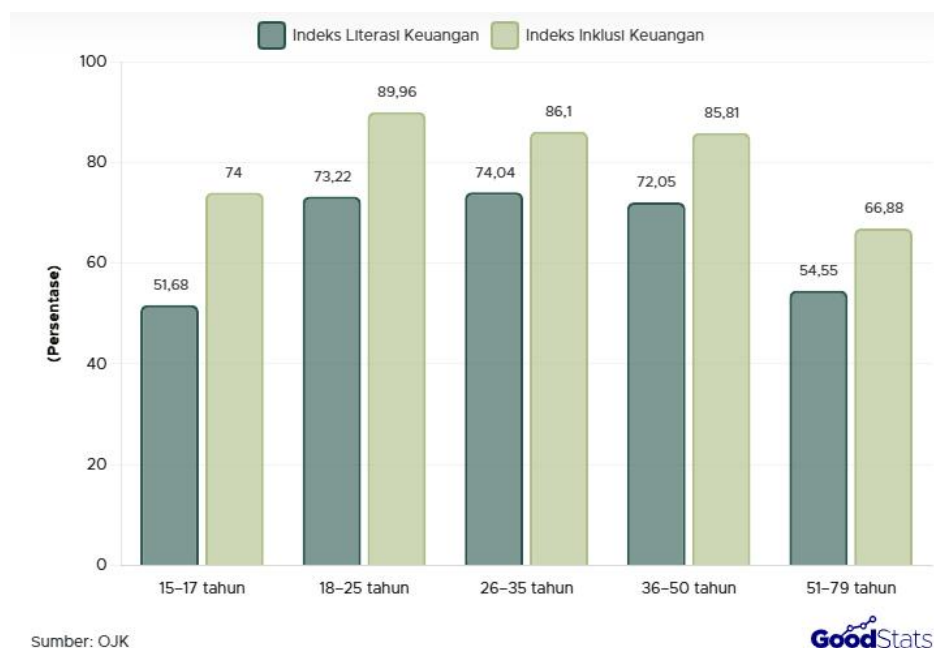
Tahun	Jumlah Pengguna / Kontrak Paylater (Juta)	Tingkat Keterlambatan Pembayaran (%)	Jumlah Pengaduan Konsumen
2020	4,63	2,1	820
2021	10,94	3,4	1.276
2022	55,44	5,8	2.463
2023	67,41	7,1	3.218
2024	79,92	8,6	4.025

Sumber: OJK & YLKI (diolah, 2025)

Tingginya penggunaan *paylater* yang tidak selalu diimbangi dengan pemahaman risiko keuangan menjadi perhatian penting. Data OJK dan YLKI menunjukkan bahwa seiring meningkatnya jumlah pengguna *paylater*, tingkat keterlambatan pembayaran dan pengaduan konsumen juga mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Kondisi ini mengindikasikan bahwa sebagian pengguna *paylater* belum sepenuhnya mempertimbangkan risiko finansial yang melekat pada layanan tersebut.

Dalam konteks tersebut, literasi keuangan menjadi faktor fundamental yang memengaruhi perilaku keuangan Generasi Z. Literasi keuangan mencerminkan tingkat pengetahuan, pemahaman, dan keterampilan individu dalam mengelola keuangan serta mengambil keputusan keuangan yang tepat (Lusardi & Mitchell, 2019). Individu dengan literasi keuangan yang baik

cenderung mampu menilai risiko penggunaan *paylater*, memahami konsekuensi biaya dan kewajiban pembayaran, serta menggunakan layanan keuangan digital secara lebih bertanggung jawab (Morgan & Trinh, 2020).



Sumber: SNLIK – OJK, 2025

Gambar 1.3
Perbandingan Indeks Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan Generasi Z

Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), tingkat literasi keuangan pada kelompok usia muda masih tergolong lebih rendah dibandingkan tingkat inklusi keuangan. Pada kelompok usia 15–17 tahun, indeks literasi keuangan tercatat sebesar 51,68%, sedangkan indeks inklusi keuangan telah mencapai 74%. Sementara itu, pada kelompok usia 18–25 tahun yang didominasi oleh Generasi Z, indeks literasi keuangan sebesar 73,22%, masih berada di bawah indeks inklusi keuangan yang mencapai 89,96%. Ketimpangan ini menunjukkan bahwa meskipun akses terhadap produk dan layanan keuangan semakin luas, pemahaman generasi muda terhadap pengelolaan keuangan belum sepenuhnya optimal.

Kesenjangan antara literasi dan inklusi keuangan tersebut berdampak signifikan terhadap perilaku finansial (*financial behaviour*) Generasi Z. *Financial behaviour* mencakup pola pengambilan keputusan keuangan, baik dalam jangka pendek seperti penganggaran dan pengeluaran harian, maupun jangka panjang seperti tabungan dan investasi (Pillai et al., 2025). Meskipun penelitian terdahulu telah mengidentifikasi literasi keuangan sebagai prediktor utama perilaku finansial yang sehat (Abdallah et al., 2024; Mireku et al., 2023), mayoritas studi tersebut berfokus pada populasi pekerja dewasa atau konteks tradisional, dengan perhatian terbatas pada kelompok usia muda yang menghadapi tantangan unik di era digital. Khususnya pada Generasi Z yang tumbuh di tengah transformasi digital dan kemudahan akses layanan keuangan seperti *paylater*, dinamika pembentukan perilaku finansial menjadi lebih kompleks dan belum terpetakan secara komprehensif. Hal ini menimbulkan pertanyaan krusial, bagaimana mekanisme spesifik yang menghubungkan literasi keuangan dengan perilaku finansial pada Generasi Z, terutama ketika dimediasi oleh faktor-faktor digital dan psikologis.

Rendahnya literasi keuangan pada Generasi Z menyebabkan sebagian dari mereka belum sepenuhnya memahami risiko dan konsekuensi penggunaan layanan *paylater*, seperti mekanisme bunga, biaya layanan, denda keterlambatan, serta dampaknya terhadap arus kas dan stabilitas keuangan pribadi (Wibowo et al., 2025). Selain itu, tingkat pemahaman terhadap layanan keuangan digital (*digital financial service*) dan kepercayaan diri dalam mengelola keuangan secara digital (*digital self-efficacy*) juga bervariasi di kalangan Generasi Z. Ketidakmampuan untuk menilai risiko secara tepat (*risk perception*) dan keterbatasan literasi

keuangan dapat mendorong perilaku finansial yang kurang bijak, termasuk penggunaan *paylater* secara konsumtif tanpa perencanaan matang. Kondisi ini menunjukkan perlunya penelitian untuk menganalisis bagaimana literasi keuangan memengaruhi perilaku finansial Generasi Z melalui faktor-faktor mediator seperti *risk perception*, *digital financial service*, dan *digital self-efficacy* dalam konteks layanan *paylater*, sehingga dapat memberikan wawasan untuk meningkatkan pengelolaan keuangan yang lebih sehat bagi generasi ini (Lutfiyah, 2025).

Persepsi risiko (*risk perception*) turut berperan penting dalam menentukan bagaimana individu merespons penggunaan layanan *paylater*. Generasi Z dengan persepsi risiko yang rendah cenderung menganggap *paylater* sebagai solusi yang aman dan minim konsekuensi, sehingga lebih rentan melakukan konsumsi berlebihan. Sebaliknya, persepsi risiko yang baik dapat mendorong perilaku keuangan yang lebih berhati-hati dalam menggunakan pembiayaan digital (Rahayu et al., 2023). Kondisi tersebut berpotensi mengganggu stabilitas keuangan pribadi dan memicu tekanan psikologis berupa kecemasan finansial dalam jangka panjang (Wibowo et al., 2025).

Perkembangan *digital financial service* yang semakin kompleks menuntut kemampuan adaptasi dan pemahaman teknologi yang memadai. Layanan keuangan digital yang mudah diakses dapat mendorong penggunaan *paylater* secara masif, namun tanpa diimbangi dengan pemahaman individu terhadap layanan tersebut, justru dapat berdampak negatif terhadap perilaku keuangan (Lestari & Nugroho, 2023). Dalam hal ini, *digital self-efficacy* merupakan keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam menggunakan teknologi

digital secara efektif menjadi faktor penting. Individu dengan tingkat *digital self-efficacy* yang tinggi cenderung lebih percaya diri dalam menggunakan layanan keuangan digital dan lebih mampu mengontrol perilaku keuangannya (Anggraini, 2024).

Perilaku keuangan (*financial behavior*) Generasi Z dalam penggunaan layanan *paylater* menjadi perhatian penting karena berkaitan langsung dengan pengelolaan pendapatan, pengeluaran, dan kewajiban finansial individu (Xiao & Porto, 2022). Generasi Z, sebagai *digital native*, memiliki kedekatan tinggi dengan teknologi, termasuk layanan keuangan digital seperti *paylater*. Sesuai dengan Data OJK (2025) pada Gambar 1.1, menunjukkan bahwa jumlah kontrak pembiayaan *paylater* di Indonesia meningkat sangat pesat, dari 4,63 juta pada tahun 2020 menjadi 79,92 juta pada tahun 2024, dengan rata-rata pertumbuhan tahunan sebesar 144,35%. Serta tingginya jumlah pengguna *paylater* tidak selalu diimbangi dengan pemahaman risiko keuangan. Berdasarkan data OJK dan YLKI yang diolah (2025), tingkat keterlambatan pembayaran meningkat dari 2,1% pada 2020 menjadi 8,6% pada 2024, sementara jumlah pengaduan konsumen naik dari 820 kasus menjadi 4.025 kasus. Tren ini menunjukkan bahwa sebagian pengguna *paylater*, termasuk Generasi Z belum sepenuhnya mempertimbangkan risiko finansial yang melekat pada layanan tersebut, sehingga berpotensi menimbulkan masalah pada perilaku keuangan mereka. Dengan demikian, tingginya penggunaan *paylater* di kalangan Generasi Z yang tidak diimbangi dengan literasi keuangan memadai, persepsi risiko yang tepat, dan kemampuan digital yang baik, menjadi permasalahan utama *financial behavior*. Kondisi ini tidak hanya

berpotensi meningkatkan utang konsumtif, tetapi juga mengganggu stabilitas keuangan pribadi dan menimbulkan kecemasan finansial jangka panjang.

Sejumlah studi menunjukkan bahwa rendahnya literasi keuangan dan kemampuan digital berpengaruh signifikan terhadap perilaku finansial, seperti konsumsi impulsif, keterlambatan pembayaran, dan akumulasi utang konsumtif (Lutfiyah, 2025; Pillai et al., 2023). Penelitian lain menegaskan bahwa faktor kognitif, *self-efficacy* digital, dan persepsi risiko memediasi hubungan antara literasi keuangan dan perilaku finansial, sehingga individu yang lebih percaya diri dalam penggunaan teknologi keuangan cenderung membuat keputusan finansial yang lebih bijak (Pillai et al., 2023). Namun demikian, sebagian besar penelitian tersebut masih berfokus pada perilaku penggunaan layanan finansial digital secara umum atau analisis konsumsi/utang, sehingga belum sepenuhnya menjelaskan mekanisme bagaimana literasi keuangan memengaruhi *financial behavior* Generasi Z melalui persepsi risiko, *digital financial service*, dan *digital self-efficacy* secara simultan. Pengambilan keputusan keuangan Generasi Z yang rentan terhadap tekanan gaya hidup, paparan media sosial, dan ketidakpastian pendapatan (Wibowo et al., 2025).

Penelitian yang mengkombinasikan literasi keuangan, persepsi risiko, layanan keuangan digital, *digital self-efficacy*, dan *financial behavior* secara bersamaan masih terbatas, khususnya dalam konteks Indonesia, yang memiliki tingkat inklusi keuangan digital tinggi namun literasi keuangan Generasi Z relatif rendah (OJK, 2025). Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan menganalisis pengaruh literasi keuangan

melalui *risk perception*, *digital financial service*, dan *digital self-efficacy* terhadap *financial behavior* Generasi Z dalam penggunaan layanan *paylater*.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa literasi keuangan, persepsi risiko, layanan keuangan digital, dan *digital self-efficacy* merupakan faktor-faktor yang saling berkaitan dan berpotensi memengaruhi *financial behavior* Generasi Z dalam penggunaan layanan *paylater*. Namun, kajian empiris yang menguji pengaruh literasi keuangan melalui *risk perception*, *digital financial service*, dan *digital self-efficacy* terhadap perilaku keuangan Generasi Z masih relatif terbatas, khususnya dalam konteks penggunaan *paylater* di Indonesia.

1. 2 Identifikasi Masalah

Penelitian ini mengidentifikasi permasalahan utama terkait perilaku keuangan Generasi Z dalam penggunaan layanan *paylater* yang berpotensi menciptakan perilaku keuangan yang kurang bijak. Kondisi ini diperparah dengan meningkatnya tingkat keterlambatan pembayaran dari 2,1% menjadi 8,6% serta lonjakan pengaduan konsumen yang menunjukkan permasalahan serius dalam pengelolaan kewajiban finansial. Belum optimalnya pemahaman terhadap risiko penggunaan *paylater* dan variasi *tingkat digital financial service* serta *digital self-efficacy* di kalangan Generasi Z turut memperburuk situasi. Permasalahan ini semakin kompleks mengingat masih terbatasnya penelitian yang mengintegrasikan literasi keuangan, *risk perception*, *digital financial service*, dan *digital self-efficacy* dalam menjelaskan mekanisme pembentukan *financial behavior* Generasi Z pada konteks penggunaan *paylater* di Indonesia, khususnya

di wilayah Tasikmalaya yang memiliki karakteristik mahasiswa dengan tingkat penetrasi layanan *paylater* yang tinggi namun belum diimbangi dengan literasi keuangan yang memadai. Maka dapat dibuat beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh literasi keuangan terhadap *risk perception* Generasi Z dalam penggunaan layanan *paylater* pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2022 Universitas Siliwangi Tasikmalaya?
2. Bagaimana pengaruh literasi keuangan terhadap *digital financial service* Generasi Z dalam penggunaan layanan *paylater* pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2022 Universitas Siliwangi Tasikmalaya?
3. Bagaimana pengaruh literasi keuangan terhadap *digital self-efficacy* Generasi Z dalam penggunaan layanan *paylater* pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2022 Universitas Siliwangi Tasikmalaya?
4. Bagaimana pengaruh *risk perception* terhadap *financial behavior* Generasi Z dalam penggunaan layanan *paylater* pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2022 Universitas Siliwangi Tasikmalaya?
5. Bagaimana pengaruh *digital financial service* terhadap *financial behavior* Generasi Z dalam penggunaan layanan *paylater* pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2022 Universitas Siliwangi Tasikmalaya?
6. Bagaimana pengaruh *digital self-efficacy* terhadap *financial behavior* Generasi Z dalam penggunaan layanan *paylater* pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2022 Universitas Siliwangi Tasikmalaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang penulis lakukan adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Pengaruh literasi keuangan terhadap *risk perception* Generasi Z dalam penggunaan layanan *paylater* pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2022 Universitas Siliwangi Tasikmalaya.
2. Pengaruh literasi keuangan terhadap *digital financial service* Generasi Z dalam penggunaan layanan *paylater* pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2022 Universitas Siliwangi Tasikmalaya.
3. Pengaruh literasi keuangan terhadap *digital self-efficacy* Generasi Z dalam penggunaan layanan *paylater* pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2022 Universitas Siliwangi Tasikmalaya.
4. Pengaruh *risk perception* terhadap *financial behavior* Generasi Z dalam penggunaan layanan *paylater* pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2022 Universitas Siliwangi Tasikmalaya.
5. Pengaruh *digital financial service* terhadap *financial behavior* Generasi Z dalam penggunaan layanan *paylater* pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2022 Universitas Siliwangi Tasikmalaya.
6. Pengaruh *digital self-efficacy* terhadap *financial behavior* Generasi Z dalam penggunaan layanan *paylater* pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2022 Universitas Siliwangi Tasikmalaya.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk berbagai pihak yang membutuhkan.

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan di bidang Manajemen Keuangan, khususnya dalam kajian perilaku keuangan (*financial behavior*) yang berkaitan dengan literasi keuangan, persepsi risiko, *digital self-efficacy*, dan pemanfaatan layanan keuangan digital dalam konteks penggunaan *paylater*. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai peran layanan *financial technology (fintech)*, khususnya *paylater*, terhadap *financial behavior* Generasi Z, sehingga dapat menjadi dasar bagi pengembangan strategi edukasi finansial dan pengelolaan layanan *fintech* yang lebih bertanggung jawab.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan sumber informasi yang bermanfaat bagi masyarakat, khususnya mahasiswa Generasi Z, mengenai pentingnya literasi keuangan dalam penggunaan layanan *financial technology (fintech)*, termasuk *paylater*. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan praktis terkait pemanfaatan *fintech* secara bijak dan bertanggung jawab, sehingga dapat mendukung pengelolaan keuangan pribadi yang lebih efektif, sekaligus meningkatkan akses terhadap layanan keuangan formal tanpa mengganggu stabilitas keuangan pribadi.

2. Bagi Pihak Lain

Dari hasil penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat sebagai bahan referensi untuk mengembangkan serta meneliti dibidang keuangan.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di lingkungan Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi, yang beralamat di Jalan Siliwangi No. 24, Tasikmalaya, Jawa Barat, 46115.

1.5.2 Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan selama 9 (sembilan) bulan, terhitung mulai bulan Oktober 2025 sampai dengan Juli 2026. Adapun lebih lengkapnya mengenai waktu penelitian dapat dilihat pada Lampiran 1 (terlampir).