

---

---

## **Menguak Perilaku Konsumtif Generasi Z dalam Penggunaan *Digital Payment* dan Literasi Keuangan Berdasarkan *Mental Accounting* : Sebuah Studi Fenomenologi**

Ferrina Ermalina Rumbik<sup>a</sup>, Rudi Kurniawan<sup>b</sup>, Rafles Ginting<sup>c</sup>  
Pogram Studi Akuntansi, FEB Universitas Tanjungpura, Pontianak, Indonesia<sup>a,b,c</sup>  
email : [ermalinarumbikferrina@gmail.com](mailto:ermalinarumbikferrina@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini yaitu untuk menguak bagaimana peran *mental accounting* dan mengungkapkan secara mendalam apakah Generasi Z menggunakan *Digital Payment* dalam transaksi berbelanja dan bagaimana implementasi generasi Z dalam menerapkan Literasi Keuangan dengan maksimal dan menguak apakah *Digital Payment* membuat tingkat konsumtif Generasi Z semakin tinggi.. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi sebagai strategi untuk memperoleh pemahaman mendalam tentang pengalaman subjektif dan interpretasi individu atau kelompok tertentu. Lokasi penelitian dilakukan di Kota Pontianak. Informan dari penelitian ini adalah generasi Z. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, dokumentasi, dan wawancara. Analisis data yang digunakan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil dari penelitian ini mengungkapkan berbagai faktor yang membuat perilaku konsumtif Generasi Z dalam menggunakan pembayaran digital. Faktor-faktor ini mencakup kemajuan teknologi, promosi, diskon, kemudahan proses transaksi, kepraktisan, pemahaman tentang uang digital, lingkungan, dan kesadaran terhadap risiko keuangan. Generasi Z yang memiliki pemahaman yang lebih baik tentang konsep pengelolaan keuangan lebih bijak dalam pengambilan keputusan pembelian dan mampu membuat anggaran, mengatur prioritas pembelian, dan mempertimbangkan nilai fungsional barang lebih efektif dalam menghindari pembelian impulsif yang tidak bermanfaat.

**Kata Kunci:** Digital Payment; generasi Z; Literasi keuangan; Mental Accounting, Perilaku Konsumtif

## **Uncovering Generation Z's Consumptive Behavior in Using Digital Payment and Financial Literacy Based on Mental Accounting: A Phenomenological Study**

### **ABSTRACT**

The purpose of this study is to reveal how the role of mental accounting and reveal in depth whether generation z uses digital payment in shopping transactions and how the implementation of generation z in applying financial literacy to the maximum and reveal whether digital payment makes generation z's consumptive level higher. This research uses a qualitative method with a phenomenological approach as a strategy to gain an in-depth understanding of the subjective experiences and interpretations of certain individuals or groups. the research location was in pontianak city. the informant of this research is generation z. in this study, data collection techniques were carried out by observation, documentation, and interviews. the data analysis used is data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results of this study reveal various factors that make generation z consumptive behavior in using digital payments. these factors include technological advances, promotions, discounts, ease of transaction process, practicality, understanding of digital money, environment, and awareness of financial risks. generation z who have a better understanding of the concept of financial management are wiser in making purchasing decisions and are able to budget, prioritize purchases, and consider the functional value of goods more effectively in avoiding unnecessary impulse purchases.

**Keywords:** Consumptive Behavior; Digital Payment; Financial Literacy, Generation Z; Mental Accounting;

## PENDAHULUAN

Kemajuan dan perkembangan teknologi saat ini tidak dapat terhindar mengalami peningkatan yang sangat cepat dan pesat dari tahun ke tahun secara global. Apalagi setelah munculnya era Revolusi Industri 4.0, ketika perkembangan kecerdasan buatan diciptakan khusus untuk memudahkan pengguna melakukan banyak hal dengan lebih cepat dan sesuai dengan yang pengguna butuhkan. Menanggapi cepatnya perkembangan teknologi *digital* saat ini, salah satunya yaitu kemajuan sistem pembayaran berbasis *digital* atau yang sering dikenal dengan *Digital Payment*.

Dalam mengelola keuangan pada kehidupan sehari-hari seseorang harus bisa membatasi diri untuk tidak berperilaku konsumtif sebab kebutuhan pokok utamalah yang harus terpenuhi maka dari itu sebagai Generasi Z yang rata-rata mudah tergiur berbelanja harus bisa menerapkan *Mental Accounting* agar bisa mengkategorikan pengeluaran dan penganggaran. Karena keputusan belanja *online* dapat dipengaruhi oleh lebih dari satu faktor keputusan (misalnya harga, risiko, kenyamanan), teori akuntansi mental tampaknya lebih tepat untuk mempelajari keputusan belanja *online* dilakukan, meskipun perspektif lain mungkin berlaku.

Sistem pembayaran *digital* yang terhubung dengan internet adalah aplikasi yang dikembangkan oleh perusahaan pengembang perangkat lunak, seperti *E-wallet* (Gopay, Shopee Pay, OVO, DANA, LinkAja), QRIS (Standar Kode Respon Cepat Indonesia), Paypal, serta banyak lagi aplikasi lainnya yang mempermudah transaksi berbagai jenis. Hal ini yang menyebabkan kemudahan dalam segala hal transaksi yang berhubungan dengan teknologi *digital* dapat mempengaruhi tingkat konsumsi masyarakat Indonesia meningkat, maka dari itu perlunya literasi keuangan. Tersedianya fasilitas pendukung untuk belanja secara *online* sudah membuat perubahan dalam perilaku di masyarakat semakin menjadi konsumtif dikarenakan adanya kemudahan dalam proses berbelanja menggunakan fasilitas *Digital Payment* (Naufalia, 2022).

*Digital Payment* mengacu pada pembayaran yang dilakukan secara elektronik tanpa uang tunai atau uang fisik. *Digital Payment* memudahkan seseorang untuk melakukan pembayaran menggunakan perangkat elektronik seperti komputer, *smartphone* atau perangkat *digital* lain yang terhubung dengan internet. Pengembangan sistem pembayaran *digital* akan memperluas kemudahan, pengembalian, konvergensi, lintas batas dan transaksi pembayaran tanpa batas. Dengan dimasukkannya sistem pembayaran tanpa bank diharapkan dapat mempercepat pertumbuhan dan menciptakan peluang baru (Teket et al., 2022).

Literasi keuangan, membantu individu memahami manajemen keuangan dan pandai mengelola uang. Literasi keuangan mengukur pengetahuan untuk memiliki pemahaman tentang konsep keuangan dan memiliki kemampuan serta kepercayaan diri dalam mengelola keuangan, seseorang perlu dapat membuat keputusan yang bijak dalam jangka pendek dan merencanakan keuangan jangka panjang yang baik dengan mempertimbangkan peristiwa lingkungan dan perubahan kondisi ekonomi (Yudasella & Krisnawati, 2019).

Generasi Z, generasi muda yang bergerak menuju kemandirian *finansial*, memainkan peran penting dalam mengubah perilaku konsumen secara keseluruhan. Kebiasaan pembayaran *digital* dapat membantu memahami tren yang lebih luas dalam perilaku konsumen, termasuk meningkatnya permintaan akan solusi pembayaran *digital* yang inovatif. Generasi Z adalah pengguna teknologi yang cerdas dan tahu cara menggunakan perangkat elektronik. Meneliti kebiasaan pembayaran *digital* berguna bagi Generasi Z untuk bisa mengevaluasi perilaku konsumtif dan pengeluaran ketika menggunakan metode pembayaran *digital* dan dapat memberikan wawasan berharga bagi pengembang teknologi sistem keuangan (*fintech*) untuk meningkatkan dan merancang solusi pembayaran yang lebih baik, lebih aman, dan lebih efisien. Hal ini dapat menimbulkan inovasi teknologi yang lebih baik dan relevan dengan kebutuhan konsumen di

masa depan. Generasi Z menjadi objek penelitian karena akan menjadi kekuatan utama dalam perekonomian di masa depan dan Generasi Z sering dijuluki sebagai "*digital natives*" karena tumbuh serta berkembang di era teknologi internet yang sangat maju pesat, sehingga sangat terbiasa dengan penggunaan *smartphone*, media sosial, dan teknologi lainnya sejak usia dini.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Konsep *Mental Accounting***

Konsep "*Mental Accounting*" merujuk pada kecenderungan individu untuk membagi uang ke dalam "Akun" mental yang berbeda-beda, dengan cara mengaitkannya dengan tujuan atau kategori tertentu. Ini berarti individu cenderung memperlakukan uang secara berbeda tergantung pada sumbernya, pengeluaran yang diharapkan, atau tujuan yang ingin dicapai. Konsep ini diperkenalkan oleh Ahli Ekonomi Richard Thaler dalam bidang ekonomi perilaku. Thaler berpendapat bahwa orang cenderung melakukan "*Mental Accounting*" ketika mengambil keputusan keuangan, meskipun keputusan tersebut tidak selalu rasional.

### ***Digital Payment***

Richard H. Thaler adalah seorang ahli ekonomi perilaku yang telah banyak berkontribusi dalam pengembangan teori pembayaran. Buku karyanya yang terkenal yaitu, "*Mental Accounting and Consumer Choice*" (1985), membahas cara pembayaran terhadap pengeluaran konsumen. *Digital Payment* dikatakan sebagai teknologi dapat memberikan perspektif baru kepada masyarakat tentang pembayaran *digital*, yang memiliki manfaat signifikan dan tingkat keamanan yang lebih tinggi dalam melakukan transaksi (Ervandy Kurniawan et al., 2022). Sementara (Khando et al., 2023) *Digital Payment* dapat diklasifikasikan menjadi empat jenis pembayaran: pembayaran kartu, pembayaran elektronik, pembayaran seluler, dan mata uang virtual atau kripto. Sistem pembayaran elektronik adalah sebuah sistem yang memungkinkan individu untuk melakukan berbagai transaksi secara *digital* dengan berbagai metode pembayaran alternatif. Sistem ini melibatkan pemeriksaan saldo, serta kemampuan untuk mentransfer dana secara instan, yang tidak hanya terbatas pada perbankan tetapi juga melibatkan perusahaan penyedia jasa pembayaran.

### **Literasi Keuangan**

Teori Literasi Keuangan ini menjelaskan bagaimana pemahaman dan pengetahuan individu dalam mengelola keuangan pribadi serta memahami konsep-konsep keuangan. Dalam konteks penelitian ini, teori literasi keuangan dapat digunakan untuk mengevaluasi tingkat pemahaman Generasi Z dalam mengelola keuangan dan bagaimana hal ini dapat mempengaruhi perilaku konsumtif. Literasi keuangan ialah keperluan dasar yang penting bagi setiap orang untuk menghindari masalah keuangan yang mana memiliki pemahaman yang baik tentang pengelolaan keuangan (Rahma et al., 2022). Kesulitan keuangan tidak hanya berkaitan dengan pendapatan yang rendah, tetapi juga dapat terjadi akibat kesalahan dalam mengelola keuangan.

### **Perilaku Konsumtif**

Perilaku konsumtif merujuk pada kebiasaan untuk membeli serta menggunakan barang atau jasa secara berlebihan tanpa mempertimbangkan kebutuhan dan kemampuan *finansial*. Berbagai bentuk perilaku konsumtif dapat terjadi, seperti membeli barang mewah yang tidak diperlukan, tergoda membeli barang hanya karena iklan atau promosi, atau bahkan mengambil kredit dengan suku bunga yang tinggi untuk membeli barang yang tidak diperlukan.

### **Kelompok Generasi**

Kelompok generasi didasarkan pada pengalaman dan peristiwa penting yang terjadi dalam sejarah, bukan tergantung pada kelas sosial atau geografi secara langsung. Setiap generasi memiliki rentang

kelahiran yang mengalami peristiwa-peristiwa bersama dan tumbuh dalam konteks sosial dan sejarah yang serupa. Beberapa peristiwa pembagian generasi termasuk perang, krisis ekonomi, kemajuan teknologi, dan perubahan sosial yang signifikan. Pengelompokan generasi terbagi menjadi enam generasi, yaitu generasi Generasi WWII (Perang Dunia II), Generasi diam (Generasi *Silent*), Generasi *Boomers*, Generasi X, Generasi Milenial atau Generasi Y dan Generasi Z kriteria kapan generasi mulai dan berakhir saling berkaitan dari tahun ke tahun berdasarkan peristiwa yang terjadi saat itu (Setiawan & Puspitasari, 2018).

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi sebagai strategi untuk memperoleh pemahaman mendalam tentang pengalaman subjektif dan interpretasi individu atau kelompok tertentu. Lokasi penelitian dilakukan di Kota Pontianak. Informan dari penelitian ini adalah generasi Z. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, dokumentasi, dan wawancara. Analisis data yang digunakan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

## HASIL ANALISA DAN PEMBAHASAN

### a. *Mental Accounting* pada Perilaku Konsumtif Generasi Z Menggunakan *Digital Payment*

Penelitian ini menggambarkan pengalaman generasi Z dalam menggunakan pembayaran digital, khususnya melalui platform ShopeePay dan DANA. Berdasarkan temuan-temuan yang diuraikan dalam analisis di atas, dapat diambil kesimpulan yang menyoroti dampak, tantangan, serta pola perilaku yang terkait dengan penggunaan pembayaran digital dan literasi keuangan. Fenomenologi Kritis memberikan pemahaman mendalam tentang bagaimana norma sosial, tren mode, dan norma kecantikan mempengaruhi persepsi generasi Z tentang barang yang diinginkan. Penelitian ini menunjukkan bagaimana taktik pemasaran, promosi, dan diskon memengaruhi gaya hidup konsumtif dan keputusan pembelian implusif didukung dengan penelitian (Yulindisti, 2023) bahwa literasi keuangan dan *mental accounting* memengaruhi gaya hidup, literasi keuangan memengaruhi gaya hidup, dan gaya hidup memediasi literasi keuangan dan *mental accounting* terhadap perilaku dalam hal keuangan. Generasi Z merespons penawaran ini dengan cara tertentu, mencerminkan bagaimana pengalaman pembelian dipengaruhi oleh konstruksi sosial dan budaya. Pendekatan Fenomenologi Transformatif menyoroti bagaimana generasi Z dapat mengalami perubahan dalam pemahaman dan perilaku terkait dengan penggunaan pembayaran digital. Pemahaman yang berubah tentang nilai uang dalam akun digital dibandingkan dengan uang tunai dapat mempengaruhi cara seseorang merencanakan dan mengelola pengeluaran lebih implusif. Hasil ini didukung dari penelitian terdahulu (Soenjoto, 2023) mengatakan bahwa menggunakan pembayaran cashless yang memudahkan transaksi dengan banyaknya promosi di toko online sering mengakibatkan pembelian barang bukan kebutuhan keinginan bahwa produk yang dibeli pada akhirnya tidak bermanfaat. Terlihat bahwa persepsi nilai uang yang berbeda antara pembayaran digital dan uang tunai dapat memengaruhi perilaku konsumtif. Penggunaan pembayaran digital memungkinkan pembelian impulsif dan pengeluaran yang tidak terkendali, yang dapat membahayakan stabilitas keuangan jangka panjang. Konsep efek mental akuntansi juga ditemukan dalam analisis. generasi Z memisahkan dana dalam "akun" mental yang berbeda untuk tujuan yang berbeda saat menggunakan pembayaran digital.

### b. Pengungkapan Makna di Balik Perilaku Konsumtif dan Literasi Keuangan Generasi Z Berdasarkan *Mental Accounting*

Faktor lingkungan sosial dan tekanan konsumtif memainkan peran penting dalam perilaku konsumtif. Informan merasa terdorong untuk membeli sesuai dengan tren dan pola konsumsi teman-temannya. Tekanan ini dapat menyebabkan pembelian impulsif yang tidak terkontrol, terutama saat ada diskon atau promosi yang berlangsung. (Ardika, 2023) melalui penelitiannya menemukan fakta apabila mahasiswa tidak memiliki kontrol diri yang baik atau tidak menentu,

akan membeli barang karena merek daripada kualitasnya untuk meningkatkan status sosial, mengurangi biaya, dan mengharapkan barang tambahan gratis. Informan seperti Monika, Viona, dan Rima menunjukkan pentingnya perencanaan keuangan dalam menghindari perilaku konsumtif dan impulsif dan memiliki pendekatan yang lebih sadar dalam mempertimbangkan apakah suatu pembelian sesuai dengan tujuan dan kebutuhan sebelum bertransaksi. Pendekatan ini memungkinkan untuk menghindari pembelian yang tidak mendukung tujuan keuangan jangka panjang. Dalam kesimpulan, penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan *digital payment* dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam berbagai cara, dari pengambilan keputusan impulsif hingga perubahan pandangan tentang pengelolaan keuangan. Faktor-faktor seperti diskon, persepsi nilai uang, lingkungan sosial, perencanaan keuangan, dan pengalaman nyata semuanya berperan dalam membentuk perilaku konsumen dalam konteks penggunaan *digital payment*. Hasil ini didukung dari penelitian (Bloom & Reenen, 2013) Faktor-faktor yang mendorong perilaku konsumtif termasuk pemborosan, pembelian impulsif, dan pembelian tanpa pertimbangan belanja online lebih populer karena lebih praktis, menghemat waktu dan tenaga, dan menawarkan banyak produk dengan harga lebih murah. Kesadaran akan efek-efek ini dapat membantu individu lebih bijak dalam mengelola pengeluaran dan membuat keputusan *finansial* yang lebih baik.

c. Literasi Keuangan dengan Implementasi Mental Accounting dalam Penggunaan Digital Payment

Literasi keuangan merupakan dasar yang penting dalam mengambil keputusan *finansial* yang cerdas, terlepas dari jenis alat pembayaran yang digunakan. Generasi Z yang memiliki pemahaman yang baik tentang keuangan cenderung memiliki kesadaran yang lebih tinggi tentang risiko dan manfaat, serta lebih mampu merencanakan, mengelola, dan mengendalikan pengeluaran dari kemudahan yang ditawarkan oleh *digital payment* hasil ini di dukung dari penelitian yang dilakukan (Soleha et al., 2023) Gen Z tertarik pada hal-hal seperti kemudahan penggunaan, gaya hidup, dan literasi keuangan, serta aplikasi dompet digital Go-Pay. Baik gaya hidup maupun penggunaan memengaruhi minat Gen Z untuk menggunakan dompet digital Go-Pay. Prinsip *mental accounting*, yaitu memisahkan dana dalam "akun" mental yang berbeda untuk tujuan yang berbeda, memiliki dampak yang signifikan dalam mengendalikan pengeluaran dan merencanakan keuangan. Informan telah mengimplementasikan strategi *mental accounting* dalam penggunaan pembayaran digital, seperti memisahkan dana untuk tujuan tertentu dan menetapkan batas harian atau mingguan. Hal ini membantu mencegah pembelian impulsif, mengurangi risiko keuangan yang tidak perlu, dan memastikan kedisiplinan *finansial*. Dalam beberapa kasus, terlihat adanya transformasi kesadaran terkait dengan pengelolaan keuangan dan perilaku konsumtif. Generasi Z secara bertahap mengubah cara pandang terhadap pengeluaran, menjadi lebih sadar akan tujuan *finansial* jangka panjang, dan mengendalikan impuls pembelian. Ini mencerminkan adanya perubahan dalam pemahaman dan identifikasi terhadap kebutuhan dan keinginan. Integrasi literasi keuangan dan prinsip *mental accounting* dalam platform pembayaran digital memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesadaran dan pengelolaan keuangan generasi Z. Pendidikan dan alat-alat yang mendorong pemahaman tentang alokasi dana, pemisahan tujuan, dan pengendalian pengeluaran dapat membantu generasi Z lebih bijak dalam menggunakan teknologi pembayaran digital. Didukung dari penelitian terdahulu (Cherniaieva, 2021) studi ini menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan sangat penting dalam membuat keputusan menabung oleh karena itu, generasi Z diharapkan dapat memahami konsep keuangan yang baik, seperti apa itu deposito, saham, reksadana, dan instrumen keuangan lainnya ini akan membuat lebih sadar akan pentingnya pengetahuan keuangan. Literasi keuangan dan prinsip *mental accounting* berperan dalam meningkatkan kesejahteraan keuangan generasi Z dalam penggunaan pembayaran digital. Menerapkan prinsip *mental accounting*, merencanakan dengan cermat, dan mengendalikan impuls

pembelian dapat membantu generasi Z menghadapi tantangan *finansial* dengan lebih baik dan menjaga stabilitas keuangan jangka panjang.

d. Persepsi Generasi Z Dalam Penggunaan *Digital Payment* ShopeePay

Hasil penelitian di atas, terlihat bahwa ShopeePay telah menghadirkan alternatif pembayaran digital yang populer dan memiliki dampak pada perilaku pembelian konsumen. Platform ini menonjol dengan fitur-fitur seperti kemudahan dalam transaksi, transfer dana yang lancar, dan promosi menarik seperti diskon dan cashback. Promosi seperti diskon dan cashback dalam berbelanja *fashion* atau perlengkapan lainnya yang dapat dilakukan dengan mudah terbukti memiliki dampak besar pada perilaku pembelian impulsif. Hasil ini tidak jauh berbeda dari (Syifa Pramudita Faddila et al., 2022) Fashion dan gaya hidup berbelanja dianggap sebagai simbol identitas diri, terutama bagi mahasiswa. Penelitian ini menunjukkan bahwa Generasi Z dan mahasiswa adalah mayoritas pengguna dompet digital ShopeePay. Tawaran ini memicu respons emosional dan dapat memengaruhi keputusan pembelian tanpa pertimbangan yang matang tentang kebutuhan sebenarnya. Fenomenologi menyoroti pentingnya interaksi sosial dalam membentuk pengalaman generasi Z. Kendali diri merupakan aspek penting dalam penggunaan ShopeePay. Beberapa generasi Z sadar akan potensi perilaku konsumtif dan berusaha mengatasi godaan dengan merencanakan pengeluaran, menetapkan batas belanja, dan berpegang pada rencana anggaran. Ini mencerminkan upaya untuk mengembangkan kesadaran dan kontrol terhadap impulsivitas berbelanja. Selain itu, kemudahan penggunaan dan kenyamanan dalam bertransaksi *online* adalah faktor utama dalam pilihan penggunaan ShopeePay. Faktor motivasi dan kebutuhan personal juga mempengaruhi bagaimana generasi Z memanfaatkan platform ini. Dalam hal ini, keputusan penggunaan ShopeePay didasarkan pada pengalaman praktis dan preferensi pribadi. Hal ini dibuktikan dari penelitian (Taqiyuddin & Abdurrahman, 2022) menunjukkan bahwa meskipun persepsi kemudahan penggunaan tidak memengaruhi keinginan untuk menggunakan ShopeePay, norma subjektif memengaruhi persepsi kemudahan penggunaan dan manfaat ShopeePay, persepsi kemudahan penggunaan memengaruhi persepsi manfaat ShopeePay dan persepsi manfaat memengaruhi niat untuk menggunakan ShopeePay. Persepsi tentang nilai diskon dapat mempengaruhi perilaku konsumen, di mana penghematan uang melalui diskon sering kali dianggap sebagai keuntungan yang lebih besar daripada pengeluaran aktual. Secara keseluruhan, penelitian ini mengungkapkan kompleksitas dalam perilaku penggunaan ShopeePay. Meskipun memberikan kemudahan dan manfaat, pengguna harus menghadapi tantangan seperti perilaku konsumtif dan pengeluaran yang tidak terkendali. Mengembangkan kesadaran diri, merencanakan pengeluaran, dan memahami pengaruh promosi dapat membantu generasi Z menjaga keseimbangan antara kebutuhan dan keinginan.

e. Persepsi Generasi Z Dalam Penggunaan *Digital Payment* DANA

Dapat ditarik kesimpulan yang relevan mengenai penggunaan DANA sebagai metode pembayaran digital. Penggunaan DANA menjadi pilihan utama bagi generasi Z karena kemudahan dan kenyamanan yang ditawarkan. Proses top-up saldo yang cepat, transfer uang yang lancar, dan kemampuan pembelian berbagai layanan melalui satu platform memberikan pengalaman yang efisien dan praktis dalam pengelolaan keuangan. Hasil ini juga didukung oleh penelitian (Manurung, 2023) hasil penelitian menunjukkan bahwa dompet digital memengaruhi *mental accounting* dan tingkat kepuasan. Akibatnya, dompet digital membuat transaksi lebih mudah bagi masyarakat. Generasi Z menyadari risiko perilaku konsumtif dalam pembelian *online* atau transaksi digital. Untuk mengatasi hal ini, beberapa generasi Z secara sadar membatasi saldo akun DANA atau mengatur batas pengeluaran menggunakan fitur seperti QIRS. Pendekatan ini mencerminkan upaya untuk menghindari keputusan impulsif dan mendorong pengeluaran yang lebih bijak. Penggunaan DANA, terutama dengan fitur QIRS, memberikan persepsi bahwa pengeluaran terpisah dari uang riil yang dimiliki. Ini memengaruhi cara generasi Z merasa tentang

pengeluaran dan dapat membantu mengurangi perasaan "menghabiskan uang." Penggunaan DANA juga memberikan keuntungan dalam hal penghematan waktu, energi, dan tidak perlu antri atau pergi ke tempat pembayaran fisik, sehingga waktu tersebut dapat digunakan untuk hal-hal lain yang lebih produktif. Sejalan dengan penelitian (Indriyani & Sartika, 2022) hasilnya menunjukkan bahwa Generasi Z melihat manfaat menggunakan e-wallet menunjukkan bahwa 92,6% dari generasi Z setuju bahwa e-wallet membantu kegiatan bertransaksi, 93,63% dari generasi Z setuju bahwa e-wallet memberikan banyak kemudahan, dan 71,3% dari generasi Z setuju bahwa e-wallet memiliki risiko yang rendah. Fitur pembayaran tagihan melalui DANA juga memberikan manfaat dalam mengelola pengeluaran rutin. Ini memungkinkan generasi Z mengatur pembayaran secara lebih terencana dan efisien. Generasi Z cenderung lebih familiar dan nyaman dengan teknologi digital. Penggunaan DANA menjadi alat yang sesuai dengan gaya hidup dan preferensi generasi ini.

f. Tingkat Literasi Keuangan Generasi Z

Literasi keuangan memiliki peranan krusial dalam kemampuan individu, khususnya Generasi Z, untuk memahami dan mengelola konsep dasar keuangan. Tingkat literasi keuangan yang baik memungkinkan generasi Z untuk membuat keputusan *finansial* yang lebih bijak, mengelola pengeluaran secara efektif, dan mempersiapkan masa depan *finansial* yang lebih stabil. (Sudiro & Asandimitra, 2022) melalui penelitiannya menunjukkan bahwa literasi keuangan, penggunaan uang elektronik, demografi, gaya hidup, dan pengendalian diri sangat memengaruhi jumlah uang yang dikonsumsi individu. Pendidikan formal dan informal tentang keuangan memiliki dampak positif dalam meningkatkan literasi keuangan. Pengetahuan yang diperoleh melalui pendidikan membantu generasi Z memahami prinsip-prinsip pengelolaan keuangan yang lebih baik, termasuk pengembangan anggaran, investasi, dan pengendalian perilaku konsumtif. Temuan menunjukkan adanya risiko perilaku konsumtif di kalangan generasi Z, terutama dalam era digital, di mana transaksi mudah dan cepat, generasi Z cenderung tergoda untuk melakukan pembelian impulsif yang dapat merugikan stabilitas keuangan. Konsep *mental accounting*, yaitu memperlakukan uang dari sumber yang berbeda dengan cara yang berbeda, dapat mempengaruhi perilaku konsumtif. Memandang uang sebagai "uang tambahan" dari diskon atau cashback dapat merangsang pembelian impulsif yang tidak direncanakan. Rencana dan perencanaan keuangan sebelum melakukan transaksi membantu generasi Z mempertimbangkan nilai dan risiko dari setiap pengeluaran ini mencerminkan aspek pertimbangan nilai dan kerugian dalam Teori Prospek. Kesadaran akan keterbatasan literasi keuangan adalah langkah pertama menuju perbaikan. Generasi Z yang menyadari bahwa memiliki kekurangan dalam pemahaman keuangan berupaya untuk terus belajar dan meningkatkan pemahaman *finansial*. Generasi Z yang secara sadar membatasi pengeluaran dan menghindari perilaku impulsif menunjukkan tingkat literasi keuangan yang lebih baik dan mampu mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang dari setiap pengeluaran.

g. Mengungkap Prilaku Konsumtif Generasi Z melalui Teori Prospek (*Prospect theory*)

Perilaku konsumtif Generasi Z dalam pembelian melalui sistem pembayaran digital disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk budaya konsumerisme, media massa, tekanan sosial, aspek psikologis, dan kemudahan pembayaran digital. (C. Tri et al., 2023) dibantu oleh berbagai kemudahan yang ditawarkan oleh aplikasi E-Wallet, perilaku membeli ini telah menjadi gaya hidup Generasi Z untuk mendapatkan kepuasan dan prestise yang maksimal untuk sekadar menunjukkan status sosial akibatnya, generasi Z mulai berperilaku belanja yang konsumtif. Pemahaman mendalam terhadap faktor-faktor ini memungkinkan pengembangan strategi yang lebih baik dalam mengelola dan mengendalikan perilaku konsumtif. Literasi keuangan yang baik dan perencanaan keuangan yang efektif menjadi kunci dalam membantu generasi Z mengambil keputusan *finansial* yang lebih bijak dan menghindari pembelian impulsif yang tidak diperlukan.

## KESIMPULAN

Secara keseluruhan informan yang diwawancarai pengguna dan mengimplementasikan *mental accounting* pada teknologi digital dan pembayaran seperti ShopeePay dan DANA dalam transaksi sehari-hari. Informan menganggap penggunaan teknologi ini membantu dalam melakukan pembelian dan transaksi lebih mudah dan praktis serta cukup nyaman menggunakan *digital payment*. Dalam keseluruhan, penelitian ini mengungkapkan berbagai faktor yang membuat perilaku konsumtif Generasi Z dalam menggunakan pembayaran digital. Faktor-faktor ini mencakup pengaruh teknologi, promosi, diskon, *cashback*, kemudahan proses transaksi, kepraktisan, pemahaman tentang uang digital, lingkungan, dan kesadaran terhadap risiko keuangan. Perkembangan teknologi dan perubahan dalam cara individu mengelola uang membawa implikasi penting bagi pendidikan keuangan dan manajemen konsumsi di masa depan. Secara *mental accounting* penggunaan ShopeePay memberikan kenyamanan dan kemudahan dalam bertransaksi, tetapi juga memiliki potensi untuk memicu perilaku konsumtif. Literasi keuangan, pengendalian diri, dan perencanaan yang baik sangat penting dalam menghadapi tantangan ini. Sementara promosi dan diskon dapat menarik pembelian yang implusif, penting bagi pengguna untuk mengambil langkah-langkah yang tepat untuk mengelola pengeluaran dengan bijak dan sesuai dengan anggaran sedangkan penggunaan DANA telah mengubah cara dalam menggunakan uang. Efisiensi, kenyamanan, kontrol pengeluaran, dan kemampuan untuk melakukan berbagai transaksi dengan cepat adalah aspek-aspek yang paling diapresiasi oleh pengguna. Namun, perlu diingat bahwa kemudahan ini juga bisa memicu perilaku konsumtif, sehingga kesadaran *finansial* dan perencanaan tetap menjadi faktor penting dalam penggunaan pembayaran digital. Perilaku konsumtif generasi Z ketika menggunakan *digital payment* karena ketidakpedulian terhadap pengeluaran, mempermudah proses belanja sehingga pengeluaran berlebihan, cenderung melakukan pembelian implusif di shopeepay.

Pengungkapan makna perilaku konsumtif generasi Z dengan adanya *digital payment* dan literasi keuangan lebih boros di *digital payment* dari pada cash, bentuk uang digital tidak terasa, diskon lebih boros, lingkungan yang konsumtif, tawaran diskon yang menggoda, dengan literasi keuangan mengendalikan dan merencanakan pengeluaran, membagi-bagi uang sesuai dengan kebutuhan, melihat dari hal kegunaan, bisa pintar mengelola keuangan digital. Generasi Z memiliki persepsi yang berbeda terhadap uang dalam bentuk *digital payment* dibandingkan dengan uang tunai. Generasi Z mungkin lebih rentan terhadap pembelian impulsif saat menggunakan uang digital karena kurangnya koneksi emosional terhadap uang yang berbentuk digital. Pengelompokan uang dalam akun digital secara psikologis dapat membuat terasa lebih abstrak dan sulit untuk dirasakan dengan cara yang sama seperti uang tunai. Literasi keuangan memainkan peran penting dalam mengendalikan perilaku konsumtif. Generasi Z yang memiliki pemahaman yang lebih baik tentang konsep pengelolaan keuangan lebih bijak dalam pengambilan keputusan pembelian dan mampu membuat anggaran, mengatur prioritas pembelian, dan mempertimbangkan nilai fungsional barang lebih efektif dalam menghindari pembelian impulsif yang tidak bermanfaat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardika, R. (2023). *Mental Accounting , Self Control , Self Efficacy dan Evaluasi Emotional Value : Bingkai Makna Kebahagiaan Tersembunyi Pasca Pembelian*. 7, 279–293.
- Bloom, N., & Reenen, J. Van. (2013). 濟無No Title No Title No Title. *NBER Working Papers*, 8(02), 89. <http://www.nber.org/papers/w16019>
- Cherniaieva, A. A. (2021). Частота Асимптоматической Гиперурикемии Среди Взрослых Больных Сахарным Диабетом 1-Го И 2-Го Типа. *INTERNATIONAL JOURNAL OF ENDOCRINOLOGY (Ukraine)*, 16(4), 327–332. <https://doi.org/10.22141/2224-0721.16.4.2020.208486>
- Ervandy Kurniawan, Syafira Sardini, Catur Hayati Wulandari, & Purnama Ramadhani Silalahi. (2022).

- Analisis Minat Penggunaan Digital Payment di Kota Medan. *Jurnal Manajemen Riset Inovasi*, 1(1), 234–247. <https://doi.org/10.55606/mri.v1i1.653>
- Indriyani, D., & Sartika, S. H. (2022). Persepsi Generasi Z pada Penggunaan E-wallet selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 6(1), 68–74. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta>
- Khando, K., Islam, M. S., & Gao, S. (2023). The Emerging Technologies of Digital Payments and Associated Challenges: A Systematic Literature Review. *Future Internet*, 15(1). <https://doi.org/10.3390/fi15010021>
- Manurung, R. A. (2023). Analisis Pengaruh Penggunaan Dompot Digital Terhadap Mental Accounting Dan Tingkat Kepuasan Pada Masyarakat Di Sumatera Utara. *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, VII, 455–465.
- Naufalia, V. (2022). Pengaruh Digital Payment Dan E-Service Quality Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pengguna Shopee. *JASDIM Nusa Mandiri*, 01(1), 1–9.
- Rahma, S. U. ., Bukhari, E., & Prasetyo, E. . (2022). Pengaruh Literasikeuangan,Pendapatan Dan Gaya hidup Terhadap Perilaku konsumtifbelanjaonlinepadamasa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen (JIAM)*, 18(1), 49–56.
- Setiawan, S. A., & Puspitasari, N. (2018). Preferensi Struktur Organisasi Bagi Generasi Millennial. *Jurnal Borneo Administrator*, 14(2), 101–118. <https://doi.org/10.24258/jba.v14i2.336>
- Soenjoto, W. P. P. (2023). Analisa Literasi Keuangan Dan Peran Generasi Z Dalam Menyokong Cashless Society Di Indonesia. *Reinforce: Journal of Sharia Management*, 2(2), 84–104. <https://doi.org/10.21274/reinforce.v2i2.8198>
- Soleha Manajemen Keuangan, E., Pelita Bangsa, U., & Barat, J. (2023). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan, Kemudahan Penggunaan dan Gaya Hidup terhadap Minat Generasi Z dalam Menggunakan Dompot Digital (Go-Pay). *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 7(1), 36. <https://doi.org/10.29408/jpek.v7i1.12295>
- Sudiro, P. I., & Asandimitra, N. (2022). Pengaruh Financial Literacy, Uang Elektronik, Syifa Pramudita Faddila, Uus Mohammad Darul Fadli, & Robby Fauji. (2022). Analisis Karakteristik Pengguna ShopeePay Sebagai Dompot Digital Pada Generasi Z. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 7(2), 1–9. <https://doi.org/10.36805/manajemen.v7i2.2279>
- Taqiyuddin, H. F., & Abdurrahman, A. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Menggunakan E-Wallet ShopeePay: Studi Generasi Z di Indonesia. *Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 01(05), 203–218.
- Teker, S., Teker, D., & Orman, I. (2022). Digital Payment Systems: a Future Outlook. *Pressacademia*, 2022(45), 175–176. <https://doi.org/10.17261/pressacademia.2022.1613>
- Yudasella, I. F., & Krisnawati, A. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Sekolah Menengah Atas Di Kota Bandung. *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(6), 674–687. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v3i6.245>
- Yulindisti, E. (2023). *Mental Accounting dengan Memaknai Kondisi Keuangan Mahasiswa Pasca Pandemi*. 11(1), 29–38.