

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam pola konsumsi masyarakat. Dalam konteks ini, generasi z menjadi kelompok yang paling cepat beradaptasi dengan kemajuan teknologi, termasuk kemudahan akses terhadap *e-commerce* dan media sosial. Perubahan tersebut berdampak pada munculnya perilaku konsumtif yang tinggi, di mana pembelian barang tidak lagi semata-mata didorong oleh kebutuhan, tetapi juga oleh keinginan untuk memperoleh kepuasan sesaat. Menurut laporan berbagai lembaga survei, sekitar 75% generasi z di Indonesia, melakukan pembelian secara online terlihat dari meningkatnya transaksi digital dan tingginya penggunaan platform belanja online yang menjadikan konsumsi sebagai gaya hidup.¹

Hadirkan beragam *platform e-commerce* dan layanan keuangan digital semakin meningkatkan perilaku konsumtif di masyarakat khususnya kalangan generasi z. Pada era serba digital generasi z terbiasa mengonsumsi informasi dan barang dengan cepat dan juga cenderung berlebihan tanpa perencanaan yang matang. Berdasarkan beberapa survei nasional, lebih dari separuh mahasiswa di Indonesia cenderung melakukan pembelian impulsif, terutama ketika melihat promosi di media sosial atau penawaran menarik

¹Chengyu Liu, "Research on the Changes and Impacts of Adolescents' Consumption Behavior in the Digital Age," *Journal of Education, Humanities and Social Sciences* 42 (2024), <https://doi.org/10.54097/szktm016>.

dalam *e-commerce*.² Pola konsumsi ini memperlihatkan bahwa perilaku konsumtif bukan sekadar akibat dari meningkatnya daya beli, melainkan juga karena perubahan orientasi nilai yang didorong oleh keinginan (*wants*) daripada kebutuhan (*needs*).³

Salah satu faktor utama yang memperkuat perilaku konsumtif adalah kemudahan penggunaan layanan keuangan digital seperti *Buy Now Pay Later* (BNPL) atau PayLater. Layanan ini memungkinkan pengguna untuk melakukan pembelian dan menunda pembayaran, sehingga dapat meningkatkan pembelian secara online karena tren dan iklan di media sosial. Di Indonesia, layanan PayLater telah digunakan oleh jutaan pengguna aktif di berbagai platform seperti Shopee Paylater, Gopaylater, Kredivo, Akulaku, Traveloka, Indodana dan Home Credit. Hal ini mencerminkan bahwa adaptasi masyarakat Indonesia terhadap model pembayaran lebih fleksibel dan memudahkan dalam memilih layanan PayLater sesuai dengan kebutuhan masing-masing.

Kemudahan yang ditawarkan dalam penggunaan layanan PayLater membawa pengaruh terhadap perilaku finansial. Fitur cicilan tanpa kartu kredit ini sering kali menimbulkan perilaku konsumtif terhadap pengeluaran, padahal secara ekonomi dapat menurunkan kemampuan individu dalam mengatur keuangan pribadi. Hal ini sejalan dengan pandangan Serang, Pamungkas, dan

²Muhammad Qhodavi Al-Wafa Et Al., “Pengaruh Kemudahan Bertransaksi Dan Sifat Hedonisme Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2023 Universitas Sultan Ageng Tirtayasa,” *Diponegoro Journal Of Islamic Economics And Business* 4, No. 1 (2024): 13–26, <https://doi.org/10.14710/Djieb.23771>.

³Ahmad Maulidizen, Yogi Permana Adi Citra, and Muhammad Diaz Wahyu Darmansyah, “Critical Analysis of Gen-Z’s Hedonistic Consumer Behavior through the Lens of Islamic Ethical Consumption,” *Jurnal Publikasi Sistem Informasi Dan Manajemen Bisnis* 4, no. 2 (2025), <https://doi.org/10.55606/jupsim.v4i2.5212>.

Nirmala yang menyebutkan bahwa PayLater berpotensi menjadi perangkap utang khususnya bagi generasi z yang belum memiliki pengendalian diri finansial yang baik.⁴

Selain itu gaya hidup hedonisme berperan besar dalam membentuk pola konsumsi generasi z. Hedonisme adalah gaya hidup yang menempatkan kesenangan dan kenikmatan duniawi sebagai tujuan utama.⁵ Dalam masyarakat modern, hal ini semakin meningkat seiring dengan adanya media sosial yang menampilkan gaya hidup glamor, mewah, dan berlebihan. Sehingga generasi z berlomba-lomba mengikuti tren mode, liburan, dan konsumsi barang bermerek untuk mendapatkan pengakuan sosial.⁶ Fenomena ini telah mengubah pola konsumsi menjadi impulsif yang berorientasi pada kesenangan sesaat.

Keterkaitan antara hedonisme dan perilaku konsumtif semakin nyata ketika dikombinasikan dengan kemudahan teknologi finansial seperti penggunaan layanan PayLater. Banyak generasi z menggunakan layanan tersebut bukan untuk kebutuhan mendesak, melainkan untuk membeli produk yang dapat meningkatkan citra diri.⁷ Kombinasi antara keinginan menikmati

⁴Adrian Eka Darma Serang, Adhis Darussalam Pamungkas, and Tiara Nirmala, "Gaya Hidup Paylater: Solusi Keuangan Atau Perangkap Hutang Bagi Generasi Muda," *Nomicom* 2, no. 1 (2025): 9–16.

⁵Erna Rika Herlina, "Pandangan Islam Terkait Gaya Hidup Hedonisme Pada Generasi Muda," *Andragogi: Jurnal Ilmiah Pendidikan Agama Islam* 5, no. 1 (2023): 1–10, <https://doi.org/10.33474/ja.v5i1.16183>.

⁶Kartika Candra Kirana Hadi, Romi Adetio Setiawan, and Herlina Yustati, "Korelasi Antara Gaya Hidup Hedonis Dan Perilaku Konsumtif Di Kalangan Mahasiswa Dalam Perspektif Ekonomi Syariah," *Ekonomis: Journal of Economics and Business* 8, no. 2 (2024): <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v8i2.1676>.

⁷Andi Thirah Koesitany Mallarangan and Rizky Dermawan, "Faktor Gaya Hidup Hedonis Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Generasi Z Menggunakan Spaylater Di Surabaya," *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 5, no. 10 (2024), <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i10.3005>.

kesenangan dan kemudahan pembayaran menciptakan pola konsumsi instan yang sulit dikendalikan, memperkuat kecenderungan berbelanja tanpa mempertimbangkan kemampuan finansial jangka panjang.⁸ Oleh karena itu, perilaku konsumtif akibat pengaruh hedonisme dan penggunaan layanan PayLater perlu dikaji.⁹

Berbagai penelitian telah berupaya membahas hubungan antara gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif. Seperti penelitian Hadi, Setiawan, dan Yustati menemukan bahwa gaya hidup hedonis memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Ekonomi Syariah.¹⁰ Temuan serupa juga diperoleh oleh Al-Wafa, yang menyatakan bahwa kemudahan bertransaksi dan sifat hedonisme secara bersama-sama memengaruhi perilaku konsumtif.¹¹

Penelitian lain menyoroti hubungan antara penggunaan layanan PayLater dan perilaku konsumtif. Yuliana, Amalia, dan Ariyanti menyimpulkan bahwa layanan PayLater meningkatkan perilaku pembelian impulsif pada generasi z karena faktor kemudahan dan fleksibilitas pembayaran.¹² Begitu pula Cintya dan Nisa yang menunjukkan bahwa transaksi PayLater dapat memicu perilaku

⁸Bagus Suherman, M. Jamal Abdul Nasir, and Bagus Ibnu Utama, "The Influence of Fintech (Paylater) Hedonism on Student Personal Financial Management," *American Journal of Economic and Management Business (AJEMB)* 4, no. 1 (2025): 42–49, <https://doi.org/10.58631/ajemb.v4i1.160>.

⁹Fina Yuliana, Fauzia Amalia, and Ovi Ariyanti, "Pengaruh Layanan Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Muda Di Indonesia," *JETA: Jurnal Ekonomi Dan Pariwisata* 1, no. 1 (2025): 33–38.

¹⁰Hadi, Setiawan, and Yustati, "Korelasi Antara Gaya Hidup Hedonis Dan Perilaku Konsumtif Di Kalangan Mahasiswa Dalam Perspektif Ekonomi Syariah."

¹¹Al-Wafa et al., "Pengaruh Kemudahan Bertransaksi Dan Sifat Hedonisme Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2023 Universitas Sultan Ageng Tirtayasa."

¹²Yuliana, Amalia, and Ariyanti, "Pengaruh Layanan Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Muda Di Indonesia."

konsumtif dari perspektif ekonomi syariah.¹³ Meskipun demikian, penelitian sebelumnya hanya meneliti salah satu variabel antara pengaruh gaya hidup hedonisme atau layanan PayLater terhadap perilaku konsumtif.

Keterbatasan penelitian terdahulu juga terlihat dari aspek metodologis dan wilayah kajian. Sebagian besar penelitian sebelumnya hanya meneliti satu variabel independen, seperti hedonisme atau PayLater, tanpa mempertimbangkan interaksi keduanya.¹⁴ Selain itu, penelitian seperti yang dilakukan oleh Asmarani dan Sari & Roihan berfokus pada konteks kampus tertentu, sehingga hasilnya sulit digeneralisasi. Oleh karena itu, penelitian baru diperlukan untuk menjawab kesenjangan tersebut dengan pendekatan kuantitatif yang lebih luas dan terarah.¹⁵

Dengan demikian, hasil penelitian ini nantinya dapat melihat pengaruh gaya hidup hedonis dan penggunaan layanan PayLater terhadap perilaku konsumtif generasi z. Sehingga dapat memberikan pemahaman baru tentang perilaku konsumsi di era digital. Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka peneliti melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Dan Penggunaan Layanan Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z”**.

¹³Priska Cintya and Fauzatul Laily Nisa, “Pandangan Proses Transaksi PayLater Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Prespektif Ekonomi Syariah,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 1, no. 2 (2024): 152–62, <https://doi.org/10.61722/jemba.v1i2.115>.

¹⁴Suherman, Abdul Nasir, and Utama, “The Influence of Fintech (Paylater) Hedonism on Student Personal Financial Management,” *American Journal of Economic and Management Business (AJEMB)* 4, no. 1 (2025).

¹⁵Cindy Clarita Sari, Rafiqi, and Muhammad Roihan, “Pengaruh Gaya Hidup Hedonis, Flash Sale, Dan E-Payment Terhadap Perilaku Impulsive Buying Pada Mahasiswa Universitas Jambi Dalam Perspektif Ekonomi Islam,” *Journal of Sharia Economics* 7, no. 1 (2025): 338–355, <http://dx.doi.org/10.35896/jse>.

B. Rumusan Masalah

Generasi z merupakan kelompok yang paling aktif memanfaatkan teknologi digital termasuk e-commerce dan layanan paylater. Sehingga hal demikian cenderung menunjukkan perilaku konsumtif yang dipengaruhi oleh kemudahan transaksi digital dan gaya hidup hedonis. Kondisi ini menimbulkan kesenjangan antara kemudahan akses terhadap layanan keuangan digital dengan kemampuan generasi z dalam mengendalikan perilaku konsumtif dan mengelola keuangan secara bijak. Berdasarkan fenomena tersebut, maka rumusan masalah penelitian ini dapat dirumuskan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif ?
2. Bagaimana pengaruh penggunaan layanan paylater terhadap perilaku konsumtif ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusa masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif.
2. Untuk menganalisis pengaruh penggunaan layanan paylater terhadap perilaku konsumtif.

Dengan adanya pemaparan tujuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman empiris mengenai bagaimana gaya hidup hedonis dan penggunaan layanan paylater memengaruhi perilaku konsumtif pada generaasi z. Sehingga

dapat menjadi dasar dalam meningkatkan kesadaran generasi z untuk mengelola perilaku konsumtif secara lebih bijak di era digital.

D. Batasan Masalah

Dari sekian banyak permasalahan terkait perilaku konsumtif, maka peneliti membatasi masalah dalam penelitian ini yaitu pada perilaku konsumtif generasi Z di kota Padang ditinjau dari pengaruh gaya hidup hedonis dan penggunaan layanan paylater.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teori

Secara teori, penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai sebuah masukan dan mengembangkan pengetahuan serta menambah wawasan mengenai pengaruh gaya hidup hedonis dan penggunaan layanan paylater terhadap perilaku konsumtif.

2. Manfaat praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah manfaat yang bisa digunakan sebagai bahan acuan, masukan dan saran mengenai pengaruh gaya hidup hedonis dan penggunaan layanan paylater terhadap perilaku konsumtif.

a. Bagi Akademisi

Memberikan literatur tambahan dan wawasan mengenai “pengaruh gaya hidup hedonis dan penggunaan layanan paylater terhadap perilaku

konsumtif generasi z” dan juga diharapkan dapat menjadi tambahan referensi untuk penelitian dimasa yang akan datang.

b. Bagi Pemerintah

Penelitian yang berjudul “pengaruh gaya hidup hedonis dan penggunaan layanan paylater terhadap perilaku konsumtif generasi z” dapat memberikan manfaat bagi pemerintah, penelitian ini dapat menjadi dasar untuk membuat kebijakan yang lebih efektif terkait penggunaan layanan keuangan digital, seperti PayLater, agar tidak menimbulkan perilaku konsumtif berlebihan dan potensi penumpukan utang khususnya di kalangan generasi z.

c. Bagi Masyarakat

Bagi masyarakat khususnya generasi z, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran akan pentingnya pengendalian diri dalam melakukan aktivitas konsumsi digital. Penelitian ini juga memberikan pemahaman bahwa perilaku konsumsi yang baik harus berlandaskan pada prinsip keseimbangan (*tawazun*) dan kesederhanaan (*qana'ah*) sesuai ajaran Islam. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat menjadi pedoman untuk membentuk pola konsumsi yang lebih bijak, sehat, serta bertanggung jawab baik dari aspek finansial maupun spiritual.

d. Bagi Peneliti

Untuk menambah wawasan, pengalaman, dan pengetahuan penulis serta keterampilan khususnya bagaimana pengaruh gaya hidup hedonis dan penggunaan layanan paylater terhadap perilaku konsumtif generasi z.

F. Sistematika Penulisan

Dalam melakukan penulisan proposal penelitian ini, disusun secara sistematis agar tulisan ini terarah dengan berdasarkan bab dan sub bab. Untuk memberikan gambaran yang komprehensif dari penelitian ini, perlu dijelaskan bahwa akan berisi V BAB. Dengan sistematis penulis sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan, Menguraikan latar belakang masalah, identifikasi masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematis penelitian.

BAB II Landasan Teori, Dalam bab ini memuat uraian tentang teori yang relevan dan sesuai dengan tema penelitian yang diperlukan untuk menggambarkan suatu fenomena yang diteliti. Mencakup kajian teoritis terkait teori-teori mengenai gaya hidup hedonis, fitur paylater, perilaku konsumtif generasi z, kajian Pustaka dan kerangka berpikir.

BAB III Metodologi Penelitian, pada bab ini berisi mengenai pendekatan dan jenis penelitian, subjek dan objek penelitian, sumber data, populasi dan sampel, Teknik pengumpulan data, variabel dan indikator penelitian, dan teknik analisis data.

BAB IV Hasil dan Pembahasan, bab ini membahas analisis data berisi hasil penelitian berupa gambaran umum objek penelitian dan responden, uji validitas dan reliabilitas, analisis data penelitian dan pembahasan.

BAB V Penutup, bab ini berisi kesimpulan menjelaskan tentang hasil penelitian dan pembahasan yang disajikan secara singkat dan jelas. Sedangkan saran berisi himbauan penulis kepada pembaca atau agar saran yang diuraikan dapat memberikan pengetahuan dan manfaat serta dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya.

