

Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pendapatan Terhadap Penggunaan Shopee *PayLater* Dengan Keuntungan Finansial Sebagai Variabel Mediasi Pada Generasi Z di Kecamatan Cibinong Kabupaten Bogor

Indira Cahya Patrisa^{1*}, Didi², Yoyok Priyo Hutomo³

^{1,2,3} Universitas Djuanda

* E-mail Korespondensi: c.2210392@unida.ac.id

Information Article

History Article

Submission: 11-04-2026

Revision: 05-05-2026

Published: 05-05-2026

DOI Article:

10.24905/mlt.v6i2.391

A B S T R A K

Penelitian dilakukan guna menganalisis pengaruh literasi keuangan dan pendapatan terkait pemanfaatan Shopee *PayLater* dengan keuntungan finansial sebagai variabel mediasi Generasi Z di Kecamatan Cibinong, Kabupaten Bogor. Keterbaruan dalam penelitian ini terletak pada penggunaan variabel keuntungan finansial yang dikonstruksikan dari konsep persepsi manfaat dalam kerangka *Technology Acceptance Model* serta perannya sebagai variabel mediasi dalam menjelaskan tingkah laku pemanfaatan *PayLater*. Teknik sampling yang diterapkan ialah non-probability sampling dengan metode purposive sampling. Responden yang terlibat mencapai 96 orang dengan kriteria Generasi Z yang telah memiliki KTP, berdomisili di Kecamatan Cibinong, dan merupakan pengguna Shopee *PayLater*. Data primer diperoleh dari pengisian kuisioner. Metode penelitian yang digunakan ialah pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis data menggunakan Structural Equation Model (SEM) berbasis variance atau Partial Least Squares (PLS-SEM) dengan bantuan software SmartPLS 4.0. Penelitian memperlihatkan: (1) literasi keuangan tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap penggunaan Shopee *PayLater*, (2) pendapatan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan Shopee *PayLater*, (3) literasi keuangan berpengaruh secara tidak langsung terhadap penggunaan Shopee *PayLater* melalui keuntungan finansial sebagai variabel mediasi, dan (4) pendapatan berpengaruh secara tidak langsung terkait penggunaan Shopee *PayLater* melalui keuntungan finansial sebagai variabel mediasi.

Kata Kunci: Generasi Z, *PayLater*, Perilaku Keuangan, Persepsi Manfaat, TAM

A B S T R A C T

This research aimed to examine how financial knowledge and earnings impact the adoption of Shopee PayLater, where financial advantages acted as a mediating variable, specifically for Generation Z in the Cibinong Subdistrict of Bogor Regency. A unique aspect of this research is the incorporation of the financial advantage variable, created from the perceived benefits concept within the framework of the Technology Acceptance

Acknowledgment

Model, along with its function as a mediating factor in clarifying PayLater adoption behavior. Non-probability sampling was utilized, specifically through purposive sampling. The sample consisted of 96 individuals who met the Generation Z criteria, held ID cards, lived in Cibinong District, and utilized Shopee PayLater. Data was primarily gathered via the completion of questionnaires. A quantitative research methodology was adopted, employing Structural Equation Modeling (SEM) that is based on variance or Partial Least Squares (PLS-SEM), facilitated by SmartPLS 4.0 software. Findings from the research indicated: (1) financial literacy does not significantly influence the adoption of Shopee PayLater, (2) earnings have a noteworthy impact on the use of Shopee PayLater, (3) financial literacy indirectly influences Shopee PayLater usage through financial benefits as a mediating factor, and (4) income indirectly affects the use of Shopee PayLater via financial benefits.

Key word: *Generation Z, PayLater, Financial Behavior, Perceived Usefulness, Technology Acceptance Model (TAM)*

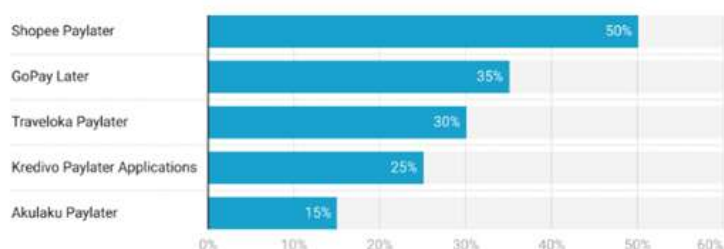
© 2026 Published by multiplier. Selection and/or peer-review under responsibility of multiplier

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi mengubah cara manusia mengakses, memproses, dan memanfaatkan informasi. Ketersediaan jaringan internet yang semakin luas, penetrasi smartphone yang tinggi, serta layanan komputasi awan (*cloud computing*) memungkinkan berbagai kegiatan tatap muka sekarang dapat dilaksanakan secara daring dengan efisiensi waktu dan biaya (Wibowo, 2023). Selain itu, kemajuan infrastruktur telekomunikasi dan platform digital mendorong otomatisasi proses dan integrasi sistem sehingga aktivitas ekonomi mengalami transformasi yang signifikan (Wibowo, 2023)

Peningkatan tersebut tercermin dari meningkatnya jumlah pengguna internet. Data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2025 mencatat bahwa pengguna internet sebanyak 229,4 juta jiwa, atau sekitar 80,66% dari jumlah penduduk. Fenomena ini menunjukkan meningkatnya penerimaan masyarakat terhadap teknologi digital yang sejalan dengan *Technology Acceptance Model (TAM)*, yang menyatakan bahwa penggunaan teknologi ditentukan persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan (Davis, 1989).

Perkembangan teknologi ini mendorong pertumbuhan *electronic commerce* (e-commerce) yang menghubungkan penjual dan pembeli melalui platform digital dengan berbagai kemudahan transaksi (Juhana et al., 2024). Didukung oleh sistem pembayaran digital dan logistik modern, e-commerce semakin memperluas jangkauan pasar (Syarkani, 2025). Hal ini kemudian mendorong berkembangnya *financial technology* (fintech), yaitu layanan keuangan digital yang memberikan kemudahan penggunaan secara digital (Feriyanto et al., 2024). Layanan Buy Now Pay Later (BNPL) atau *PayLater* ialah inovasi fintech dengan perkembangan cepat, yaitu metode pembayaran dengan memperoleh jasa atau barang sementara pembayaran menyusul (Nugrahanti et al., 2024). Penggunaan teknologi ini juga dijabarkan oleh *Uses and Gratifications Theory* terkait keaktifan penggunaan teknologi dalam pemenuhan kebutuhan dan memperoleh kepuasan (Katz et al., 1974).



Gambar 1. Aplikasi *PayLater* yang paling banyak digunakan

Sumber: Goodstats, 2025

Berdasarkan gambar 1 di Indonesia Shopee menjadi salah satu platform dominan dengan fitur Shopee *PayLater* yang paling banyak digunakan, yaitu sebesar 50% (Alamin et al., 2023). Shopee *PayLater* ialah mekanisme pembayaran dengan lebih dulu mendapatkan barang membayarnya kemudian dengan pilihan cicilan (Septiningsih et al., 2021).

Penggunaan *PayLater* saat ini didorong oleh kebutuhan dan menjadi bagian dari pola hidup, khususnya pada generasi Z. Generasi ini dikenal responsif terhadap teknologi dan memiliki kecenderungan konsumtif. Dalam konteks ini, perilaku penggunaan layanan dapat dipahami sebagai tindakan individu dalam memanfaatkan suatu teknologi berdasarkan kebutuhan dan manfaat yang dirasakan (Katz et al., 1974).

Faktor yang berdampak pada penggunaan layanan *PayLater* ialah literasi keuangan atau keahlian seseorang untuk memahami, mengelola, dan membuat keputusan finansial yang tepat (Angelista et al., 2024). Individu dengan pemahaman keuangan biasanya dapat menilai keuntungan serta potensi kerugian saat memanfaatkan layanan kredit digital. Selain itu, pendapatan juga menjadi faktor penting, karena pendapatan merupakan seluruh penerimaan

individu yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan dan memengaruhi perilaku keuangan (Nusron et al.,). Di sisi lain, persepsi terhadap keuntungan finansial juga berperan dalam mendorong penggunaan Shopee *PayLater*. Keuntungan finansial merupakan manfaat ekonomi yang dirasakan individu dari penggunaan suatu layanan, seperti potongan harga, efisiensi pengeluaran, dan fleksibilitas pembayaran (Davis, 1989; Venkatesh & Davis, 2000). Kajian terdahulu mengungkap variasi dampak literasi keuangan serta pendapatan terhadap pemakaian *PayLater*. Selain itu, masih terbatas penelitian yang mengkaji peran keuntungan finansial sebagai variabel mediasi dalam hubungan tersebut.

Dalam konteks wilayah, Kecamatan Cibinong sebagai pusat pemerintahan Kabupaten Bogor memiliki tingkat aktivitas ekonomi digital yang tinggi dan didominasi oleh generasi muda pengguna e-commerce (Artheswara & Sulistiawati, 2020). Dengan demikian, penelitian ini dilakukan guna menganalisis dampak literasi keuangan serta pendapatan terhadap penggunaan Shopee *PayLater* dengan keuntungan finansial sebagai variabel mediasi pada generasi Z di Kecamatan Cibinong Kabupaten Bogor.

METODE

Penelitian menerapkan pendekatan kuantitatif dengan tipe penelitian asosiatif, dalam menganalisis hubungan dan pengaruh antarvariabel. Variabel yang diteliti meliputi literasi keuangan dan pendapatan sebagai variabel independen, penggunaan Shopee *PayLater* sebagai variabel dependen, serta keuntungan finansial sebagai variabel mediasi. Objek penelitian adalah penggunaan Shopee *PayLater* pada Generasi Z, dengan lokasi penelitian di Kecamatan Cibinong, Kabupaten Bogor, Jawa Barat. Unit analisis dalam penelitian ini adalah individu Generasi Z yang menggunakan layanan Shopee *PayLater*.

Populasi yang digunakan mencakup semua Generasi Z di Kecamatan Cibinong yang memakai layanan Shopee *PayLater*. Karena ukuran populasi tidak dapat dipastikan maka ditentukan dengan rumus Lemeshow dengan minimal 96 responden. Pengambilan sampel melalui pendekatan *non-probability sampling*. Dengan kriteria Generasi Z yang telah memiliki KTP, berdomisili di Kecamatan Cibinong, dan merupakan pengguna Shopee *PayLater*. Data yang dipakai berupa data kuantitatif dengan sumber data primer. Data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden sesuai dengan kriteria penelitian. Penelitian memakai skala Likert dengan nilai skor 1–5.

Variabel diukur menggunakan indikator sebagai berikut: literasi keuangan diukur melalui tingkat pengetahuan, sikap, serta perilaku finansial; pendapatan diukur melalui kecukupan, keterbatasan, dan stabilitas pendapatan; penggunaan Shopee *PayLater* diukur melalui lama, intensitas, durasi penggunaan, serta kemudahan; dan keuntungan finansial diukur melalui persepsi efisiensi, fleksibilitas pembayaran, serta manfaat promosi. Data dianalisis menggunakan metode Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM).

HASIL

Karakteristik Responden

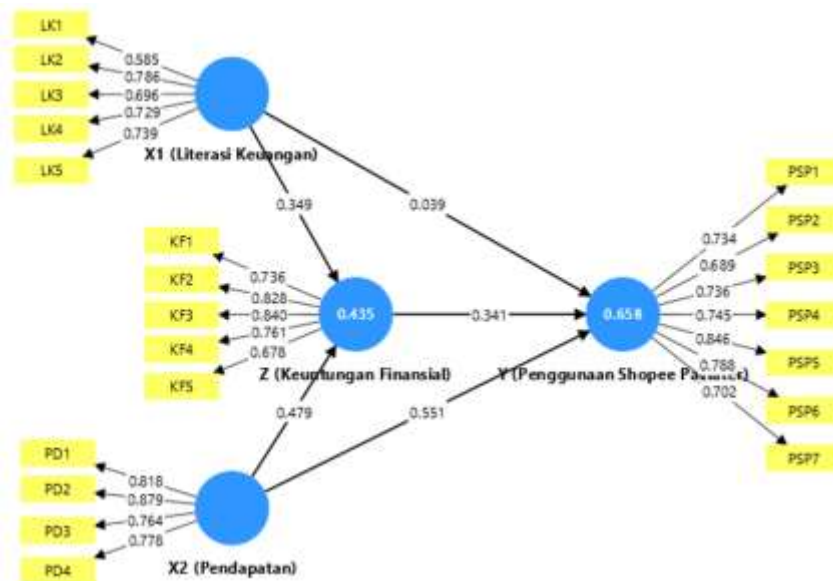
Kriteria responden menyajikan ikhtisar umum terkait profil responden sebagai objek penelitian. Deskripsi ini meliputi beberapa aspek, yaitu jenis kelamin, usia, dan pekerjaan.

Tabel 1. Analisis Karakteristik Responden

No	Faktor Demograf	Karakteristik	Jumlah	Persentase
1	Jenis Kelamin	Laki-laki	28	29,2%
		Perempuan	68	70,8%
		Total	96	100%
2	Usia	17-20 Tahun	13	13,5%
		21-24 Tahun	62	64,6%
		25-28 Tahun	20	20,8%
		>28 Tahun	1	1%
		Total	96	100%
3	Pekerjaan	Pekerja Full Time	46	47,9%
		Part Time	9	9,4%
		Wirausaha	14	14,6%
		Pelajar/Mahasiswa	26	27,1%
		Tidak Bekerja	1	1%
		Total	96	100%

Sumber: Data diolah (2026)

Pengujian Kausalitas Data Menggunakan Outer Model



Gambar 2. Struktur Model Penelitian

Sumber: Output SmartPLS, 2026

Convergent Validity

Pengolahan data dalam penelitian ini dilakukan terhadap 4 variabel penelitian yang diukur menggunakan 21 item pernyataan. Menurut Ghozali (2014), Indikator dikatakan memiliki validitas konvergen bila nilai loading factor-nya melebihi 0,70. Menurut Chin (1998) nilai loading factor minimal 0.50 masih dapat digunakan, apabila pada penelitian masih dalam tahap pengembangan. Berikut adalah hasil evaluasi *Convergent Validity* yang dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Uji Convergent Validity

Variabel	Indikator	Loading Factor	Rule of Thumb
Literasi Keuangan (X1)	LK 1	0.585	0.5
	LK2	0.786	0.5
	LK3	0.696	0.5
	LK4	0.729	0.5
	LK5	0.739	0.5
Pendapatan (X2)	PD1	0.818	0.5
	PD2	0.879	0.5
	PD3	0.764	0.5
	PD4	0.778	0.5
Penggunaan Shopee PayLater (Y)	PSP1	0.734	0.5
	PSP2	0.689	0.5
	PSP3	0.736	0.5
	PSP4	0.745	0.5

Variabel	Indikator	Loading Factor	Rule of Thumb
Keuntungan Finansial (Z)	PSP5	0.846	0.5
	PSP6	0.788	0.5
	PSP7	0.702	0.5
	KF1	0.736	0.5
	KF2	0.828	0.5
	KF3	0.840	0.5
	KF4	0.761	0.5
	KF5	0.678	0.5

Sumber : Dikembangkan untuk penelitian ini, 2026

Data yang tercantum pada tabel 2 mengindikasikan bahwa keseluruhan nilai *loading factor* > 0.5 untuk masing-masing item pernyataan, hal ini menandakan seluruh item pernyataan memenuhi *convergent validity*. Untuk menilai *convergent validity*, diperlukan analisis *Average Variance Extracted* (AVE). Apabila nilai AVE melampaui critical value 0,50, maka konstruk laten dapat menjelaskan varians indikator yang mengukurnya, sehingga *convergent validity* dapat dianggap memadai (Hair & Alamer 2022). Tabel 3 menyajikan hasil evaluasi AVE dalam penelitian ini.

Tabel 3. Evaluasi *Average Variance Extracted* (AVE)

Konstruk	Outer Loadings
Literasi Keuangan (X1)	0.504
Pendapatan (X2)	0.657
Penggunaan Shopee <i>PayLater</i> (Y)	0.563
Keuntungan Finansial (Z)	0.594

Sumber: Output SmartPLS, 2026

Berdasarkan data yang tertera pada Tabel 3, menunjukkan bahwa nilai AVE untuk seluruh konstruk penelitian berkisar antara 0.504 dan 0.657 yang lebih besar dari ambang batas yang disarankan sebesar 0.50 (Hair & Alamer, 2022). Artinya, semua indikator yang dipakai dalam model penelitian telah memenuhi kriteria validitas konvergen.

Discriminant Validity

Pengujian *discriminant validity* menerapkan pendekatan *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT). Menurut Henseler et al. (2015), sebuah konstruk dianggap mencapai kriteria validitas diskriminan bila nilai HTMT di bawah 0,90. Hasil pengujian *discriminant validity* berdasarkan nilai HTMT pada penelitian ini disajikan dalam Tabel 4.

Tabel 4. Evaluasi *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT)

Konstruk	X1	X2	Y	Z
Literasi Keuangan (X1)				
Pendapatan (X2)	0.333			
Penggunaan Shopee <i>PayLater</i> (Y)	0.412	0.885		
Keuntungan Finansial (Z)	0.579	0.658	0.750	

Sumber: *Output SmartPLS, 2026*

Menurut tabel 4, terlihat bahwa keseluruhan nilai *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT) < 0.90 untuk setiap konstruk, menandakan semua konstruk memenuhi *discriminant validity*.

Composite Reliability

Composite reliability mengevaluasi derajat konsistensi internal pada konstruk reflektif, yaitu seberapa erat keterkaitan antar indikator mampu merepresentasikan konstruk sebagai suatu konsep yang bersifat unidimensional. Menurut Hair et al. (2022), sebuah konstruk dianggap reliabel jika nilai *composite reliability* melebihi 0,70. Hasil uji *composite reliability* dalam penelitian ini ditampilkan pada Tabel 5.

Tabel 5. Evaluasi *Composite Reliability*

Konstruk	<i>Outer Loadings</i>	<i>Critical Value</i>	Kesimpulan
Literasi Keuangan (X1)	0.834		Reliabel
Pendapatan (X2)	0.884	>0.70	Reliabel
Penggunaan Shopee <i>PayLater</i> (Y)	0.900		Reliabel
Keuntungan Finansial (Z)	0.879		Reliabel

Sumber: *Output SmartPLS, 2026*

Cronbach's Alpha

Cronbach's Alpha ialah suatu proses pengukuran guna mengetahui tingkat konsistensi konstruk yang dipandang sebagai multidimensional atau dimensi-dimensi yang merupakan bukan satu kesatuan konsep. Sebuah konstruk dianggap reliabel bila nilai *Cronbach's Alpha* melebihi nilai kritis 0,70 (Hair et al. 2022). Berikut adalah hasil evaluasi *Cronbach Alpha* dapat dilihat pada tabel 6.

Tabel 6. Evaluasi *Cronbach's Alpha*

Konstruk	<i>Outer Loadings</i>	<i>Critical Value</i>	Kesimpulan
Literasi Keuangan (X1)	0.754		Reliabel
Pendapatan (X2)	0.825	>0.70	Reliabel
Penggunaan Shopee <i>PayLater</i> (Y)	0.870		Reliabel
Keuntungan Finansial (Z)	0.830		Reliabel

Sumber: *Output SmartPLS, 2026*

Evaluasi Inner Model

Tujuan pengukuran inner model guna menggambarkan keterkaitan antar variabel laten sesuai dengan teori yang dikaji (Didi, 2016).) *Inner* model ialah model yang menjelaskan keterkaitan konstruk laten berdasarkan *substantive theory*.

Tabel 7. Evaluasi R-Square (R^2)

Konstruk	<i>R-Square</i>	Critical Value	Kesimpulan
Penggunaan Shopee <i>PayLater</i> (Y)	0.658	“kuat” jika $R^2 > 0,75$; “moderat” jika $R^2 > 0,50$;	Moderat
Keuntungan Finansial (Z)	0.435	“lemah” jika $R^2 > 0,25$	Moderat

Sumber : *Output SmartPLS*, 2026

Tabel 7 memperlihatkan Nilai *R-Square* pada variabel Penggunaan Shopee *PayLater* ialah 0,658. Hal ini menandakan variabel literasi keuangan dan pendapatan, serta keuntungan finansial sebagai variabel mediasi mampu menjelaskan sebesar 65,8%, sementara 34,2% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini. Berdasarkan kriteria tersebut, nilai *R-Square* ini termasuk kategori moderat, yang berarti model penelitian memiliki kemampuan yang cukup baik dalam menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan Shopee *PayLater*. Pada variabel Keuntungan Finansial sebesar 0,435. Temuan menunjukkan variabel literasi keuangan dan pendapatan bisa menjabarkan variasi pada keuntungan finansial sebesar 43,5%, sedangkan 56,5% dipengaruhi oleh faktor lain. Menurut kriteria penilaian, nilai itu masuk kategori moderat.

Tabel 8. Evaluasi *f-Square* (f^2)

Keterangan	<i>f-Square</i>	Critical Value	Kesimpulan
Literasi Keuangan → Penggunaan Shopee <i>PayLater</i>	0.003		Lemah
Literasi Keuangan → Keuntungan Finansial	0.203	"kuat" jika $f^2 > 0.35$ "moderat" jika $f^2 > 0.15$	Moderat
Pendapatan → Penggunaan Shopee <i>PayLater</i>	0.603	"lemah" jika $f^2 > 0.02$	Kuat
Pendapatan → Keuntungan Finansial	0.381		Kuat

Sumber : *Output SmartPLS*, 2026

Berdasarkan data pada Tabel 8 hasil evaluasi *f-square* (f^2) menandakan literasi keuangan memberikan dampak yang hampir tidak signifikan terkait penggunaan Shopee *PayLater* ($f^2 = 0,003$), namun memberikan pengaruh moderat terhadap keuntungan finansial ($f^2 = 0,203$).

Sementara itu, pendapatan terbukti memiliki pengaruh yang kuat baik terhadap penggunaan Shopee *PayLater* ($f^2 = 0,603$) maupun terhadap keuntungan finansial ($f^2 = 0,381$).

Tabel 9 Evaluasi Q^2 (Q²)

Konstruk Dependen	$Q^2_{predict}$
Y (Penggunaan Shopee <i>PayLater</i>)	0.544
Z (Keuntungan Finansial)	0.325

Sumber : *Output SmartPLS, 2026*

Berdasarkan hasil pada Tabel 9. diperoleh nilai $Q^2_{predict}$ untuk variabel Penggunaan Shopee *PayLater* (Y) sebesar 0,544. Karena nilai $Q^2_{predict}$ melebihi nol, model penelitian dianggap memiliki *predictive relevance*.

Evaluasi *Estimasi Path Coefficients*

Evaluasi *estimasi path coefficients* dalam analisis PLS-SEM dilakukan menggunakan pendekatan *bootstrapping*, yang bertujuan untuk menguji signifikansi hubungan antarvariabel. Hasil pengujian digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan terhadap hipotesis. Pengujian dilakukan menggunakan *two-tailed test*, di mana nilai *t-statistic* yang dihasilkan dari prosedur *bootstrapping* dibandingkan dengan nilai kritis distribusi normal standar untuk menentukan signifikansi koefisien jalur. Suatu hubungan dinyatakan signifikan jika nilai *t-statistic* melebihi nilai kritis yang telah ditetapkan maka keputusan diambil berdasarkan batas-batas tersebut (Hair et al., 2022). Tabel 10 memuat hasil *path coefficients* pada penelitian ini.

Tabel 10 Hasil Pengujian *Path Coefficients*

Keterangan	<i>t-statistics</i>	<i>p-values</i>	Kesimpulan	Taraf Signifikan
Literasi Keuangan → Penggunaan Shopee <i>PayLater</i>	0.519	0.604	Tidak berpengaruh	-
Pendapatan → Penggunaan Shopee <i>PayLater</i>	5.954	0.000	Berpengaruh	1%
Literasi Keuangan → Keuntungan Finansial → Penggunaan Shopee <i>PayLater</i>	1.877	0.061	Berpengaruh	10%
Pendapatan → Keuntungan Finansial →	2.539	0.011	Berpengaruh	5%

Keterangan	t-statistics	p-values	Kesimpulan	Taraf Signifikan
Penggunaan Shopee <i>PayLater</i>				

Sumber : *Output SmartPLS*, 2026

Berdasarkan data yang tertera pada Tabel 10 berikut adalah interpretasi hasil *path coefficients*:

- Pengaruh literasi keuangan terhadap penggunaan Shopee *PayLater* menunjukkan hubungan positif, namun tidak signifikan, karena p-value-nya 0,604 ($>0,10$) dan t-statistiknya 0,519 ($<1,65$), maka literasi keuangan tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap penggunaan Shopee *PayLater*.
- Pengaruh pendapatan terhadap penggunaan Shopee *PayLater* menunjukkan keterkaitan pada tingkat signifikansi 1%, dengan p-value 0,000 ($<0,01$) dan t-statistik 5,954 ($>2,58$), yang mengindikasikan pendapatan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan Shopee *PayLater*.
- Pengaruh literasi keuangan tidak langsung terhadap penggunaan Shopee *PayLater* lewat keuntungan finansial memperlihatkan hubungan positif dan signifikan pada level signifikansi 10%, dengan p-value 0,061 $<0,10$ serta t-statistic 1,877 $>1,65$. Ini mengindikasikan keuntungan finansial dapat menjadi mediator dampak literasi keuangan terkait penggunaan Shopee *PayLater*.
- Pengaruh tidak langsung pendapatan terhadap penggunaan Shopee *PayLater* melalui keuntungan finansial menunjukkan hubungan positif dan signifikan pada level signifikansi 5%, dengan nilai p-value sebesar 0,011 yang lebih kecil dari 0,05 serta t-statistic sebesar 2,539 yang melebihi 1,96, mengindikasikan keuntungan finansial mampu memediasi pengaruh pendapatan terhadap penggunaan Shopee *PayLater*.

Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Penggunaan Shopee *PayLater* Pada Generasi Z di Kecamatan Cibinong

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan literasi keuangan tidak memengaruhi penggunaan Shopee *PayLater* pada Generasi Z di Kecamatan Cibinong, Kabupaten Bogor. Meskipun tingkat literasi keuangan responden tergolong tinggi, pemahaman mengenai bunga, risiko keterlambatan, serta konsekuensi utang tidak menjadi faktor utama. Temuan tersebut menandakan Generasi Z sebenarnya memiliki pemahaman dasar terkait pengelolaan keuangan, namun tidak menjadikannya sebagai pertimbangan utama dalam perilaku penggunaan layanan tersebut. Dalam perspektif akuntansi, penggunaan Shopee *PayLater* merupakan

bentuk kewajiban jangka pendek yang dapat memengaruhi arus kas di masa mendatang. Secara teoritis, individu dengan pemahaman literasi keuangan lebih waspada. Namun, temuan penelitian menunjukkan bahwa responden tetap menggunakan layanan tersebut meskipun memahami risikonya. Jika dikaitkan dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) oleh Davis (1989), pilihan penggunaan dipengaruhi terutama oleh persepsi atas kemudahan dan kegunaan dibandingkan tingkat literasi keuangan. Generasi Z cenderung memandang Shopee *PayLater* sebagai fasilitas yang mempermudah transaksi dan memberikan fleksibilitas pembayaran, bukan sebagai beban utang.

Temuan ini menegaskan bahwa dalam konteks *financial technology*, pengetahuan keuangan tidak selalu berbanding lurus dengan perilaku aktual. Keputusan penggunaan lebih dipengaruhi oleh kemudahan sistem dan kebutuhan transaksi. Temuan tersebut sejalan dengan (Rizqiyah & Reviandani, 2025) terkait literasi keuangan tidak memberikan dampak kepada minat penggunaan Shopee *PayLater*, karena layanan tersebut menawarkan kemudahan, kepraktisan, serta sistem yang mudah dipahami.

Pengaruh Pendapatan Terhadap Penggunaan Shopee *PayLater* Pada Generasi Z di Kecamatan Cibinong

Hasil evaluasi dari hipotesis kedua menunjukkan bahwa pendapatan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan Shopee. Semakin responden merasa pendapatannya cukup, maka semakin besar kecenderungan mereka menggunakan Shopee *PayLater*. Temuan tersebut menandakan Semakin tinggi pendapatan, maka kapasitas finansialnya akan semakin besar dalam mengambil keputusan berbelanja, termasuk menggunakan fasilitas kredit digital seperti Shopee *PayLater* (Qhairunisa & Cahyono, 2024). Temuan ini menunjukkan bahwa penggunaan Shopee *PayLater* bukan semata-mata karena pendapatan rendah, tetapi karena adanya keyakinan terhadap kemampuan membayar kewajiban di masa mendatang.

Penggunaan *PayLater* menimbulkan kewajiban yang harus diselesaikan pada periode berikutnya. Oleh karena itu, individu yang merasa memiliki pendapatan yang cukup cenderung lebih percaya diri dalam mengambil fasilitas ini karena mereka mempertimbangkan arus kas dan kemampuan membayar cicilan secara tepat waktu. Persepsi kecukupan pendapatan mencerminkan adanya pertimbangan rasional terhadap risiko keterlambatan pembayaran dan beban tambahan seperti denda atau bunga.

Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Penggunaan Shopee *PayLater* Setelah Dimediasi Oleh Keuntungan Finansial Pada Generasi Z di Kecamatan Cibinong

Hasil evaluasi dari hipotesis ketiga menandakan literasi keuangan berpengaruh secara tidak langsung terhadap penggunaan Shopee *PayLater* setelah dimediasi oleh keuntungan finansial. Hasil ini menunjukkan bahwa keuntungan finansial memungkinkan terjalinnya kaitan antara literasi keuangan dan penggunaan Shopee *PayLater* di kalangan generasi Z. Temuan tersebut menunjukkan orang dengan pemahaman literasi keuangan cenderung lebih mampu menilai berbagai manfaat ekonomi yang ditawarkan oleh layanan pembayaran digital seperti Shopee *PayLater*. Pemahaman tersebut membuat mereka lebih mampu menilai keuntungan finansial yang diperoleh, seperti potongan harga, *cashback*, gratis ongkir, maupun fasilitas cicilan yang fleksibel. Persepsi terhadap manfaat ekonomi inilah yang kemudian mendorong individu untuk memanfaatkan layanan *PayLater* dalam aktivitas transaksi mereka.

Dalam praktiknya, generasi Z cenderung menggunakan Shopee *PayLater* karena adanya berbagai insentif finansial seperti promo khusus metode pembayaran Shopee *PayLater*, potongan harga yang besar, *cashback*, serta gratis ongkir yang hanya berlaku apabila menggunakan fitur tersebut. Kondisi ini membuat Shopee *PayLater* dipersepsikan bukan sekadar sebagai fasilitas utang, tetapi juga sebagai sarana untuk memperoleh keuntungan tambahan dalam bertransaksi. Sistem cicilan yang ditawarkan turut memperkuat persepsi keuntungan finansial tersebut. Adanya pilihan pembayaran dalam beberapa periode membuat beban pengeluaran terasa lebih ringan karena tidak harus dibayarkan sekaligus. Secara psikologis, cicilan bulanan dengan nominal yang relatif kecil dianggap lebih terjangkau dibandingkan pembayaran tunai dalam jumlah besar. Fenomena ini juga dapat dijelaskan melalui konsep pengelolaan arus kas (*cash flow management*), di mana penggunaan Shopee *PayLater* memungkinkan pengguna menunda pengeluaran kas ke periode berikutnya sehingga kas yang dimiliki saat ini masih dapat dialokasikan untuk kebutuhan lain. Selain itu, berbagai promo yang diberikan dapat dipersepsikan sebagai bentuk penghematan biaya (*cost saving*) yang meningkatkan nilai ekonomi dari suatu transaksi. Oleh karena itu, seseorang dengan pemahaman literasi keuangan memahami risiko penggunaan kredit digital serta mampu memanfaatkan keuntungan finansial yang ditawarkan secara lebih optimal.

Pengaruh Pendapatan Terhadap Penggunaan Shopee *PayLater* Setelah Dimediasi Oleh Keuntungan Finansial Pada Generasi Z di Kecamatan Cibinong

Hasil evaluasi dari hipotesis keempat menunjukkan bahwa pendapatan berpengaruh secara tidak langsung terhadap penggunaan Shopee *PayLater* setelah dimediasi oleh keuntungan finansial. Hasil ini menunjukkan bahwa keuntungan finansial mampu menjembatani hubungan antara pendapatan dengan penggunaan Shopee *PayLater* pada generasi Z. Hasil ini menunjukkan tingkat pendapatan seseorang dapat memengaruhi bagaimana mereka memandang dan memanfaatkan keuntungan finansial yang ditawarkan oleh layanan pembayaran digital seperti Shopee *PayLater*. Individu dengan pendapatan yang memadai cenderung memiliki fleksibilitas yang lebih besar dalam mengelola pengeluaran serta lebih mampu memanfaatkan berbagai insentif ekonomi yang ditawarkan oleh platform digital seperti Shopee. Insentif tersebut dapat berupa potongan harga, cashback, gratis ongkir, maupun fasilitas cicilan yang memungkinkan pengguna mengatur pembayaran secara lebih fleksibel.

Dalam praktiknya, generasi Z dengan tingkat pendapatan tertentu tidak hanya menggunakan Shopee *PayLater* karena keterbatasan dana, tetapi juga karena adanya peluang untuk memperoleh keuntungan finansial dalam setiap transaksi. Promo yang diberikan pada metode pembayaran *PayLater* sering kali memberikan nilai ekonomi tambahan yang tidak diperoleh apabila menggunakan metode pembayaran lainnya. Hal ini membuat penggunaan *PayLater* dipersepsikan sebagai strategi untuk mengoptimalkan manfaat ekonomi dari aktivitas belanja *online*. Selain itu, sistem cicilan yang ditawarkan juga memberikan kemudahan dalam pengelolaan arus kas (*cash flow management*). Dengan menggunakan Shopee *PayLater*, pengguna dapat menunda pembayaran hingga periode tertentu sehingga pengeluaran tidak harus dikeluarkan secara langsung dalam jumlah besar. Bagi individu yang memiliki pendapatan tetap atau relatif stabil, fasilitas ini memungkinkan mereka mengatur pengeluaran secara lebih fleksibel tanpa mengganggu kebutuhan finansial lainnya. Dengan demikian, pendapatan yang dimiliki pengguna dapat memengaruhi bagaimana mereka memanfaatkan keuntungan finansial tersebut dalam keputusan penggunaan layanan *PayLater*.

SIMPULAN

Dari hasil pengolahan serta analisis data, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan tidak memengaruhi penggunaan Shopee *PayLater*, meskipun responden memiliki tingkat pemahaman keuangan yang tergolong tinggi. Sebaliknya, pendapatan terbukti berpengaruh

terhadap penggunaan Shopee *PayLater*, yang menunjukkan bahwa semakin tinggi pendapatan, semakin besar kecenderungan individu dalam memanfaatkan layanan tersebut. Selain itu, literasi keuangan tidak langsung memengaruhi pemanfaatan Shopee *PayLater* melalui manfaat finansial, berarti individu dengan pemahaman baik biasanya mempertimbangkan keuntungan ekonomi sebelum memanfaatkan layanan. Pendapatan juga berpengaruh tidak langsung melalui keuntungan finansial, di mana tingkat pendapatan memengaruhi kemampuan individu dalam memanfaatkan berbagai keuntungan seperti promo, cashback, dan fleksibilitas cicilan, sehingga mendorong penggunaan Shopee *PayLater*..

DAFTAR PUSTAKA

- Alamin, Z., Missouri, R., Sutriawan, S., Fathir, F., & Khairunnas, K. (2023). Perkembangan E-commerce: Analisis Dominasi Shopee sebagai Primadona Marketplace di Indonesia. *J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 6(2), 120–131. <https://doi.org/10.52266/jesa.v6i2.2484>
- Amin, M. A. N., Oktavianti, S., & Saputra, B. (2025). Pengaruh Current Ratio, Net Profit Margin, Debt To Equity Ratio Terhadap Dividen Payout Ratio. *Multiplier: Jurnal Magister Manajemen*, 6(1), 1275-1288. <https://doi.org/10.24905/mlt.v6i2.278>
- Amin, M. A. N., Oktavianti, S., & Saputra, B. (2025). Ketegangan Politik Timur Tengah 2025 pada Saham Energi di Indonesia. *Multiplier: Jurnal Magister Manajemen*, 6(1), 239-247. <https://doi.org/10.24905/mlt.v6i1.111>
- Amin, M. A. N. (2022). Analisis Perbandingan Abnormal return, Return saham dan Likuiditas Saham Sebelum dan Sesudah Buyback Saham. *Multiplier: Jurnal Magister Manajemen*, 3(2), 100-109. <https://doi.org/10.24905/mlt.v3i2.49>
- Amin, M. A. N. (2018). Analisis Perbandingan Abnormal return dan Trading volume activity Sebelum dan Sesudah Pengumuman Pembelian Kembali Saham (Buyback Stock). *Multiplier: Jurnal Magister Manajemen*, 3(1), 85-99. <https://doi.org/10.24905/mlt.v3i1.42>
- Angelista, F. D., Anggraini, L. D., & Putri, A. U. (2024). Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup dan sikap keuangan terhadap perilaku keuangan mahasiswa pengguna Shopee *PayLater*. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(3), 696-705.
- Artheswara, L. C., & Sulistiawati, A. (2020). Tingkat penggunaan e-commerce pada remaja di kota dan kabupaten bogor. *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, 4(4), 437-448.
- Aulia, E. S., Kusuma, I. C., & Didi, D. (2025). Pengaruh Caatts dan Pengalaman Auditor terhadap Pendeteksian Fraud melalui Keahlian Forensik dan Audit Investigatif. *AKUA: Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 4(3), 576-590.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.

- Didi, D. (2019). Model Mediasi Dan Moderasi Dalam Hubungan Antara Perilaku Politik Pimpinan, Kompetensi Auditor, Dan Kinerja Auditor. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)*, 3(1), 48-71.
- Didi, D. (2016). Pengaruh Keadilan Distributif Dan Keadilan Prosedural Terhadap Kecenderungan Pegawai Untuk Berbuat Curang (Fraud) Dengan Ketaatan Aturan Akuntansi Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Akunida*, 2(2), 41-54.
- Fatimah, S., Kusuma, I. C., & Didi, D. (2024). Pengaruh Variabel Financial Stability, External Pressure Terhadap Fraud Laporan Keuangan Dengan Penerapan Psak 116 Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi Kompetif*, 7(2), 129-137.
- Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2022). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using R: A workbook (p. 197). Springer Nature.
- Hair, J., & Alamer, A. (2022). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) in second language and education research: Guidelines using an applied example. *Research Methods in Applied Linguistics*, 1(3), 100027. <https://doi.org/10.1016/j.rmal.2022.100027>.
- Juhana, D., Komara, A. T., Sidharta, I., & Suzanto, B. (2024). Pengantar E-Commerce dan Platform Digital. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Maspupah, S., Kusuma, IC, & Didi, D. (2025). Pengaruh.Pengetahuan Perpajakan Dan.Penerapan E- Samsat Terhadap.Kepatuhan Wajib Pajak.Kendaraan Bermotor Dengan.Kesadaran Wajib.Pajak Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pada Wajib Pajak kendaraan bermotor di SAMSAT Kabupaten Sukabumi). *Inovatif: Jurnal Penelitian Ilmu Sosial*, 5 (4), 12307–12321. <https://doi.org/10.31004/innovative.v5i4.18901>
- Nusron, L. A., Wahidiyah, M., & Budiarto, D. S. (2018). *Antecedent Factors of Financial Management Behavior : An Empirical Research Based on Education*. 2018, 437–445. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i10.3146>
- Qur'anisa, Z., Herawati, M., Lisvi, L., Putri, M. H., & Feriyanto, O. (2024). Peran fintech dalam meningkatkan akses keuangan di era digital: Studi literatur. *GEMILANG: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 4(3), 99-114..
- Qhairunisa, I., & Cahyono, E. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Kemudahan, Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Shopee *PayLater* Dimoderasi Gaya Hidup Islami. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(5), 1881-1893. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v3i5.3967>
- Rizqiyah, F. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Manfaat, dan Pendapatan terhadap Minat Penggunaan Shopee *PayLater* di Platform Shopee pada Kabupaten Gresik. *Co-Value: Jurnal Ekonomi, Koperasi & Kewirausahaan*, 15(8), 1-20.
- Septiningsih, I., Kurniawan, I. D., Adhiyati, Z., Kristiyadi, & Asalita, Y. S. (2021). *JURNAL GLOBAL CITIZEN*. 2, 24–30.
- Setiawan, A. B., Didi, D., & Sari, H. A. (2023). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan

Terhadap Niat Menggunakan Sistem E-Filing, E-Billing, E-Registration Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis Krisnadwipayana*, 10(2), 1344–1352. <https://doi.org/10.35137/jabk.v10i2.246>

Syarkani, Y. (2025). E-Commerce & Fintech: Membangun Bisnis Digital di Era Ekonomi Cerdas. Pt Kimhsafi Alung Cipta.

Wibowo, A. (2023). Internet of Things (IoT) dalam ekonomi dan bisnis digital. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.