

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan era digital yang semakin pesat menghadirkan berbagai inovasi teknologi dalam layanan keuangan yang mempermudah masyarakat dalam melakukan transaksi (Asri Nur Muin, 2025). Fintech (*financial technology*) merupakan inovasi yang menggunakan teknologi digital di bidang keuangan dengan menawarkan layanan keuangan yang serba cepat, efisien, dan mudah seperti pembayaran digital, pinjaman *online* dan investasi otomatis (Asri Nur Muin, 2025). Menurut (Telukdarie & Mungar, 2022) fintech dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa kategori utama, yaitu layanan pembayaran (*payment*), peminjaman (*lending*), investasi, asuransi (*insurtech*), perencanaan keuangan pribadi (*personal finance planning*), penggalangan dana (*crowdfunding*), serta perbankan digital (*digital banking*).

Produk fintech yang saat ini populer di Indonesia salah satunya yakni layanan *buy now pay later* (BNPL) yang merupakan kategori fintech bidang layanan pembayaran yang memungkinkan konsumen untuk bertransaksi dengan pembayaran tunda atau cicilan (Shabrina D, 2025). BNPL adalah layanan keuangan yang memberikan fasilitas pembayaran dalam bentuk angsuran tanpa kartu kredit kepada konsumen (Jannah et al., 2024). *Buy now pay later* secara tidak langsung sudah menarik perhatian

konsumen, dimana penyedia layanan pembayaran dan penjual *online* menawarkan pembayaran di masa yang akan datang. Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tahun 2023 menunjukkan bahwa jumlah kontrak pembiayaan *paylater* di Indonesia meningkat dari 4,63 juta kontrak pada tahun 2019 menjadi 79,92 juta kontrak pada tahun 2023, dengan rata-rata pertumbuhan tahunan sebesar 144,35% (Otoritas Jasa Keuangan, 2024). Peningkatan kontrak pembiayaan layanan ini tidak hanya disebabkan oleh kemudahan akses pengguna dalam bertransaksi, tetapi juga ditunjukkan oleh frekuensi penggunaan yang relatif tinggi.



Gambar 1. 1 Frekuensi Responden Menggunakan *Paylater* (Maret 2023)

Sumber : Databoks

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Kredivo dan Katadata Insight Center (KIC) pada Maret 2023 terhadap 6.403 responden di Indonesia, ditemukan bahwa mayoritas pengguna *PayLater* (39,9%) menggunakan layanan tersebut lebih dari satu kali dalam sebulan. Proporsi responden yang menggunakan *PayLater* satu kali dalam sebulan mencapai

20,8%, tiga bulan sekali sebesar 20,1%, dan enam bulan sekali sebesar 13%. Hanya 6,2% responden yang menggunakan *PayLater* satu kali dalam setahun. Survei ini juga mencatat bahwa proporsi konsumen yang telah menggunakan *PayLater* selama lebih dari satu tahun meningkat dari 55,9% menjadi 78,6%, menunjukkan bahwa layanan ini telah menjadi bagian dari pola konsumsi rutin bagi banyak pengguna. Konsistensi tren ini terlihat dari data yang menunjukkan bahwa hingga Juni 2024, sebanyak 14,37 juta orang Indonesia menggunakan layanan *paylater*. Pertumbuhan ini menunjukkan adopsi yang cepat terhadap layanan keuangan digital, yang menawarkan kemudahan dalam bertransaksi (GoodStats, 2024) .

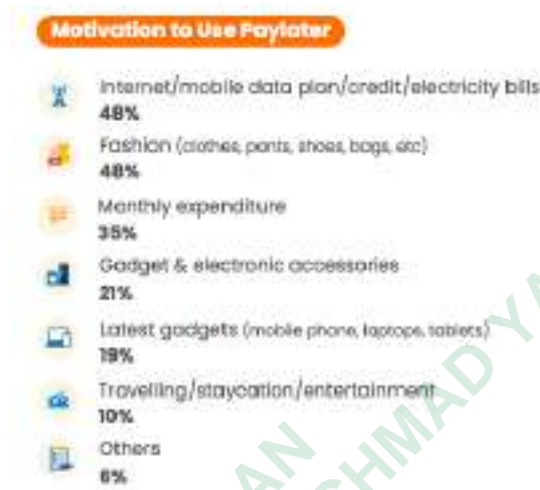


Gambar 1. 2 Pertumbuhan Pengguna *Paylater* di Indonesia

Sumber : GoodStats (2024)

Pertumbuhan pengguna layanan BNPL di Indonesia hingga Desember 2024 menunjukkan tren yang signifikan, dengan peningkatan sebesar 24,83% *Year-on-Year* dan total nilai portofolio kredit BNPL mencapai 35,64 triliun, sedangkan untuk total debitur per Desember 2024, angkanya itu mencapai hingga 16.982.971 atau naik 26,14% secara *Year-*

on-Year (Shabrina D, 2025). Angka ini sebagai bukti bahwa masyarakat sangat antusias terhadap metode pembayaran yang fleksibel dan inovatif ini.



Gambar 1. 3 Motivasi Menggunakan *Paylater*

Sumber : Populix (2025)

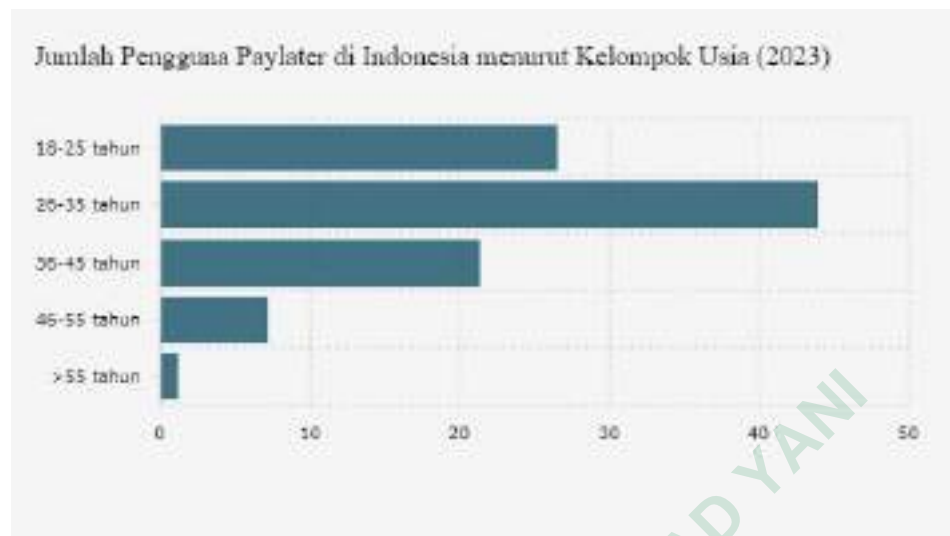
Berdasarkan data pada gambar 1.3 menunjukkan bahwa 48% pengguna menggunakan BNPL untuk membayar kebutuhan internet, paket data, kredit, dan tagihan listrik. Sebanyak 48% lainnya memanfaatkan BNPL untuk berbelanja produk fashion seperti pakaian, sepatu, dan tas. Selanjutnya, sekitar 35% pengguna menggunakan fasilitas ini untuk memenuhi pengeluaran bulanan mereka. Sebesar 21% mengalokasikan penggunaan BNPL untuk pembelian gadget dan aksesoris elektronik, sedangkan 19% digunakan untuk membeli perangkat teknologi terbaru seperti ponsel, laptop, dan tablet. Adapun 10% pengguna memanfaatkan BNPL untuk kebutuhan perjalanan, hiburan, atau *staycation*, dan sisanya 6% digunakan untuk kebutuhan lainnya (Populix, 2023).



Gambar 1. 4 Merek *paylater* yang banyak di gunakan responden

Sumber : Populix (2024)

Berdasarkan laporan survei Populix yang berjudul ‘*Unveiling Indonesia’s Financial Evolution: Fintech Lending and Paylater Adoption*’ Gambar 1.2 menunjukkan bahwa bahwa *SPayLater* merupakan merek *paylater* yang paling dominan digunakan oleh konsumen di Indonesia dengan persentase sebesar 77%. Selanjutnya, *GoPaylater* memperoleh pangsa penggunaan sebesar 23%, diikuti oleh *OVO PayLater* sebesar 18%, dan *Kredivo* sebesar 14%. Merek lainnya seperti *Traveloka PayLater* mencatatkan penggunaan sebesar 6%, *Indodana* sebesar 4%, serta *Home Credit* dan *Atome* masing-masing sebesar 3%. Adapun 2% sisanya memilih menggunakan layanan *paylater* lain di luar merek-merek yang telah disebutkan.



Gambar 1. 5 Jumlah pengguna *paylater* di Indonesia berdasarkan usia

Sumber : Databoks (2024)

Menurut riset antara Kredivo dengan Katadata Insight Center (KIC), mayoritas pengguna *paylater* di Indonesia berasal dari generasi milenial dan generasi Z (Maudisha, 2022). Sebagian pengguna dengan presentase 43,9%, termasuk dalam kategori generasi milenial dengan rentan usia 26-35 tahun, sedangkan 26,5%, pengguna dari kalangan gen Z atau kelompok usia 18-25 tahun (Kredivo, 2024). Selain itu, ada 21,3% pengguna *paylater* dari kelompok usia 36-45 tahun (Kredivo, 2024). Generasi milenial menggunakan *paylater* tidak hanya untuk kebutuhan konsumtif, tetapi juga sebagai bentuk strategi pengelolaan keuangan dalam menghadapi beban ekonomi seperti biaya pendidikan, cicilan rumah, serta biaya hidup yang terus meningkat. Selain itu, keterbatasan akses terhadap kredit perbankan konvensional, yang biasanya memerlukan syarat administrasi yang ketat,

membuat layanan *paylater* menjadi alternatif pembiayaan yang lebih praktis bagi Milenial (McKinsey, 2022).

Sedangkan generasi Z dikenal sebagai *digital native*, cenderung mengadopsi layanan keuangan digital seperti *paylater* karena kemudahannya (Sitepu & Fadila, 2024). Selain itu, Generasi Z menghadapi tekanan ekonomi yang lebih besar dibandingkan generasi sebelumnya, seperti biaya hidup yang meningkat dan ketidakpastian ekonomi. Hal ini mendorong mereka untuk mencari solusi keuangan instan seperti *paylater* (Sitepu & Fadila, 2024). Namun, kurangnya pemahaman tentang mekanisme denda dan suku bunga dapat menyebabkan perilaku konsumtif yang tidak terkontrol, berujung pada kesulitan finansial. Kecenderungan perilaku konsumtif ini diperkuat dengan adanya paparan media sosial yang intensif. Generasi Z banyak dipengaruhi oleh tren konsumsi yang tersebar melalui *platform* seperti Instagram, TikTok, dan YouTube, di mana gaya hidup konsumtif sering kali dipromosikan. Budaya *instant gratification* yang berkembang di kalangan Generasi Z mendorong perilaku impulsif dalam pengeluaran, di mana keputusan pembelian sering kali didorong oleh dorongan sesaat tanpa pertimbangan jangka panjang (Restike et al., 2024).

Generasi Z merupakan kelompok usia yang lahir dan tumbuh di era digital, sering kali terpapar dengan budaya konsumerisme melalui media sosial (Restike et al., 2024). Gen Z dianggap melek akan teknologi dan aktif menggunakan layanan keuangan digital sehingga cenderung memiliki preferensi terhadap kemudahan transaksi berbasis teknologi (Sitepu &

Fadila, 2024). Meskipun memberikan kemudahan, penggunaan layanan BNPL juga menimbulkan kekhawatiran terkait perilaku kredit berisiko (*risky credit behavior*) di kalangan pengguna terutama generasi Z.

Menurut penelitian (Dean & Nicholas, 2018) pengelolaan kredit yang buruk dapat berdampak pada skor kredit individu, yang pada akhirnya mempengaruhi kesehatan keuangan jangka panjang. Skor kredit yang menurun dapat membatasi akses individu terhadap fasilitas keuangan formal di masa depan, seperti pengajuan pinjaman, kartu kredit, hingga pembiayaan rumah. Hal ini memperbesar ketergantungan individu terhadap sumber pembiayaan alternatif dengan bunga yang lebih tinggi dan risiko yang lebih besar. Selain itu, kurangnya strategi dalam pengelolaan keuangan yang efektif dapat memperbesar kemungkinan terjadinya perilaku kredit berisiko, seperti penggunaan fasilitas kredit secara berlebihan, keterlambatan pembayaran, hingga gagal bayar.

Penelitian ini menggunakan GoPayLater sebagai objek yang didasarkan pada sejumlah pertimbangan akademik, empiris, dan relevansi kontekstual dengan perkembangan perilaku keuangan masyarakat saat ini. Meskipun *ShopeePayLater* memiliki jumlah pengguna yang secara kuantitatif lebih besar dibandingkan *GoPayLater*, namun *GoPayLater* dinilai lebih relevan dan menarik untuk diteliti dalam konteks kajian perilaku keuangan mikro, khususnya yang berkaitan dengan *financial literacy*, *financial self-efficacy*, *self-control*, dan *risk credit behavior*. *GoPay Later* merupakan salah satu penyedia layanan BNPL terkemuka,

telah menjadi pilihan yang diminati oleh masyarakat Indonesia dalam memenuhi kebutuhan konsumsi mereka (Gopay, 2025). *GoPay Later* adalah metode pembayaran pascabayar yang diterbitkan oleh PT Multifinance Anak Bangsa yang telah memperoleh izin dan diawasi oleh lembaga Otoritas Jasa Keuangan (Tokopedia, 2025). Layanan teknologi keuangan ini membantu mendorong integrasi keuangan ke dalam ekonomi digital Indonesia. *GoPayLater* terintegrasi dalam ekosistem aplikasi Gojek dan Tokopedia, yang memungkinkan pengguna mengakses layanan BNPL tidak hanya untuk belanja kebutuhan konsumtif, tetapi juga untuk berbagai kebutuhan harian seperti pemesanan transportasi, pembelian makanan, pembayaran tagihan, hingga pembelian tiket KRL yang tidak tersedia pada layanan *ShopeePayLater* (Gopay, 2025). Hal ini menjadikan penggunaan *GoPayLater* lebih fleksibel.

Fenomena penggunaan *GoPay Later* yang semakin menarik perhatian publik, terutama terkait dengan denda keterlambatan yang tinggi, mencerminkan tantangan dalam pengelolaan keuangan di kalangan Generasi Z. Berdasarkan laporan (Kompas.com, 2023) sejumlah pengguna mengeluhkan denda keterlambatan *GoPay Later* yang mencapai Rp50.000 per hari, yang dianggap memberatkan bagi mereka yang telat membayar tagihan. Keluhan ini juga diperkuat oleh laporan (Bisnis.com, 2023) yang mencatat bahwa banyak warganet merasa keberatan dengan ketentuan denda tersebut.

Berdasarkan data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2023) dan Asosiasi Fintech Pendanaan Bersama Indonesia (AFPI), terdapat peningkatan signifikan dalam penggunaan layanan *paylater*, termasuk *GoPayLater*. Namun, laporan tersebut juga menyoroti bahwa sebagian besar pengguna belum memahami sepenuhnya mengenai mekanisme bunga, denda keterlambatan, dan konsekuensi finansial jangka panjang. Hal ini menunjukkan masih rendahnya *financial literacy* di kalangan pengguna layanan keuangan digital, termasuk pada pengguna *GoPayLater*. *Financial literacy* merupakan pengetahuan finansial merujuk pada kemampuan dalam pengambilan keputusan yang sesuai berdasarkan analisis informasi ekonomi dan keputusan keuangan yang didasari oleh data dan informasi yang relevan (Restike et al., 2024).

Survei yang diselenggarakan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2024 mengungkap bahwa tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia tercatat sebesar 65,43% (Otoritas Jasa Keuangan, 2024). Jika mengacu pada klasifikasi tingkat literasi keuangan menurut Chen dan Volpe (1998), angka tersebut termasuk dalam kategori sedang. Chen and Vlope (1998) mengategorikan *financial literacy* berdasarkan presentase skor literasi sebagai berikut :

Tabel 1.1 Kategori *Financial Literacy*

Skor Literasi Keuangan (%)	Kategori
<60%	Rendah
60%-79%	Sedang
≥ 80%	Tinggi

Sumber : Chen and Vlope (1998)

Tingkat literasi yang tergolong dalam kategori sedang ini perlu menjadi perhatian, khususnya dalam penggunaan layanan keuangan digital seperti *buy now pay later* (BNPL), yang menuntut kemampuan literasi keuangan yang baik agar masyarakat dapat terhindar dari perilaku konsumtif dan risiko kredit yang berlebihan (Nisrina, 2025).

Banyak pengguna BNPL terutama generasi Z merasa yakin mampu membayar tagihan tepat waktu dan mengatur anggaran bulanan, sehingga mereka cenderung menggunakan layanan BNPL secara berulang meskipun disertai risiko bunga dan denda keterlambatan yang tinggi (Sitepu & Fadila, 2024). Keyakinan tersebut mencerminkan dimensi psikologis dalam perilaku keuangan, khususnya *financial self-efficacy*. *Financial Self-efficacy*, atau kepercayaan individu terhadap kemampuannya dalam mengelola keuangan, memiliki peran yang signifikan dalam membentuk perilaku kredit (Surya N, 2023). Individu dengan tingkat *self-efficacy* yang rendah cenderung mengalami kesulitan dalam mengatur pengeluaran dan membuat keputusan keuangan yang tepat, yang dapat berujung pada perilaku kredit berisiko (Dewi I, 2023). *Financial Self-Efficacy* merupakan

salah satu aspek psikologis yang mencakup keyakinan individu dalam mengelola keuangan (Islamiyah & Widodo, 2024). Berdasarkan studi (Dewi I, 2023) ditemukan bahwa beberapa individu dengan tingkat *financial self-efficacy* tinggi justru cenderung terjebak dalam perilaku konsumtif, karena merasa terlalu percaya diri dapat mengelola tagihan dan risiko utang. Fenomena serupa juga ditunjukkan dalam penelitian oleh (Surya N, 2023), yang menyebutkan bahwa kepercayaan diri yang tinggi dalam pengelolaan keuangan tidak selalu berbanding lurus dengan perilaku keuangan yang sehat, terutama ketika individu dihadapkan pada kemudahan akses kredit instan seperti layanan BNPL. Selain itu, studi oleh (Mukharomah, 2023) menyatakan bahwa meskipun literasi dan efikasi keuangan tinggi, faktor emosional dan sosial seperti tekanan gaya hidup dan eksistensi di media sosial turut mendorong pengambilan keputusan keuangan yang berisiko.

Generasi Z cenderung menggunakan layanan GoPayLater untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari yang bersifat sekunder hingga tersier, seperti pembelian paket data, pulsa, produk fashion, makanan siap saji, hingga pembayaran tiket transportasi seperti KRL (Veronica & Indrawan, 2024). Pola konsumsi ini menunjukkan preferensi terhadap kenyamanan dan kecepatan transaksi digital, namun sekaligus mencerminkan kecenderungan pembelian impulsif yang tidak selalu didasarkan pada urgensi kebutuhan. Apabila tidak disertai dengan kontrol diri (*self-control*) yang memadai, perilaku ini berpotensi menimbulkan risiko kredit akibat akumulasi tagihan yang tidak terkelola dengan baik. *Self-control* adalah

individu yang memiliki kemampuan dalam membuat, mengarahkan dan mengelola perilakunya yang mengacu pada tanggung jawab yang positif untuk menjalani kehidupan selanjutnya dan keadaan lingkungan sekitar (Prawitasari, 2023). Rendahnya *self-control* dapat mendorong perilaku impulsif dalam berbelanja menggunakan fasilitas BNPL, yang berpotensi menimbulkan masalah keuangan di kemudian hari. Menurut (Idris et al., 2021) *self control* dapat di artikan sebagai kemampuan individu untuk peka terhadap situasi dan lingkungan sekitar.

Penelitian terdahulu oleh (Islamiyah & Widodo, 2024) telah mengkaji pada variabel literasi keuangan, *financial self efficacy*, norma sosial dan *risk credit behavior* namun belum mempertimbangkan aspek *psychological* pada *self-control* secara komprehensif. Sementara itu, studi oleh (Jannah et al., 2024) fokus pada dampak *self-control* terhadap penggunaan BNPL, tetapi tidak menganalisis peran literasi keuangan dalam konteks tersebut. Terdapat kesenjangan dalam penelitian sebelumnya dimana belum ada studi yang mengintegrasikan ketiga variabel tersebut - *financial literacy*, *financial self-efficacy*, dan *self-control* - dalam konteks penggunaan *GoPay Later* di Indonesia.

Penelitian ini dirancang untuk mengatasi kesenjangan tersebut dengan menganalisis secara komprehensif bagaimana ketiga faktor tersebut mempengaruhi perilaku kredit berisiko pada pengguna *GoPay Later*. Pendekatan yang digunakan akan mempertimbangkan karakteristik unik pasar Indonesia dan perilaku konsumen lokal dalam menggunakan layanan

BNPL khususnya *Gopay Later*. Berdasarkan pemaparan fenomena dan berbagai permasalahan yang telah di kemukakan sebelumnya, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih lanjut dalam penelitian yang judul “**Pengaruh *Financial Literacy, Financial Self-Efficacy, Dan Self-Control Terhadap Risky Credit Behavior Pada Pengguna Gopay Later Generasi Z***”.

B. Rumusan Masalah

Penggunaan layanan kredit berbasis aplikasi (seperti *Buy Now Pay Later* atau BNPL) telah menjadi bagian penting dalam kebiasaan konsumsi masyarakat Indonesia, terutama di kalangan generasi muda yang melek teknologi, seperti Generasi Z. Salah satu layanan BNPL yang paling populer di Indonesia adalah GoPay Later, yang memungkinkan penggunanya untuk melakukan pembayaran setelah transaksi dilakukan, dengan cicilan yang mudah dan fleksibel (Kredivo, 2024). Meskipun layanan ini memberikan kemudahan dan keuntungan berupa fleksibilitas finansial, penggunaan yang tidak terkendali dapat membawa risiko serius, terutama dalam bentuk penumpukan utang konsumtif yang tidak terkelola dengan baik.

Fenomena ini semakin relevan karena banyaknya pengguna GoPay Later yang belum sepenuhnya memahami mekanisme keuangan di balik penggunaan layanan tersebut, seperti bunga, denda keterlambatan, dan risiko yang mungkin timbul dalam jangka panjang. Salah satu kelompok pengguna yang paling rentan terhadap masalah ini adalah Generasi Z, yang seringkali lebih mengutamakan kemudahan dan kecepatan dalam bertransaksi, tanpa mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang

dari keputusan finansial mereka. Keadaan ini berpotensi meningkatkan *risky credit behavior* atau perilaku kredit berisiko, yang mencakup kecenderungan untuk mengambil utang lebih dari yang dapat dibayar, terlambat dalam pembayaran, atau bahkan gagal memenuhi kewajiban finansial.

Dalam konteks ini, terdapat beberapa faktor yang perlu diperhatikan untuk memahami perilaku kredit berisiko pada pengguna GoPay Later, antara lain *financial literacy* (literasi keuangan), *financial self-efficacy* (kepercayaan diri dalam pengelolaan keuangan), dan *self-control* (pengendalian diri). Ketiganya memiliki peran penting dalam mempengaruhi bagaimana individu mengambil keputusan keuangan dan mengelola utang. *Financial literacy* yang rendah dapat mengakibatkan kesalahan dalam pengelolaan keuangan, seperti ketidaktahuan tentang bunga atau denda keterlambatan. Sementara itu, *financial self-efficacy* yang tinggi, meskipun menunjukkan kepercayaan diri dalam mengelola keuangan, bisa mengarah pada pengelolaan utang yang kurang bijak tanpa pemahaman yang cukup tentang risiko. Selain itu, kurangnya *self-control* juga dapat menyebabkan perilaku impulsif dalam penggunaan fasilitas BNPL, yang berpotensi memperburuk kondisi finansial.

Berdasarkan fenomena ini, penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam bagaimana faktor-faktor seperti *financial literacy*, *financial self-efficacy*, dan *self-control* dapat memengaruhi perilaku kredit berisiko pada pengguna GoPay Later. Penelitian ini sangat penting karena meskipun

layanan seperti GoPay Later semakin populer, masih banyak pengguna yang kurang sadar akan potensi risiko keuangan yang dapat ditimbulkan. Oleh karena itu, untuk lebih memahami fenomena tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini perlu dikembangkan sebagai berikut:

1. Apakah *financial literacy* berpengaruh negatif signifikan terhadap *risky credit behavior* pada pengguna *GoPay Later* generasi Z?
2. Apakah *financial self-efficacy* berpengaruh negatif signifikan terhadap *risky credit behavior* pada pengguna *GoPay Later* generasi Z?
3. Apakah *self-control* berpengaruh negatif signifikan terhadap *risky credit behavior* pada pengguna *GoPay Later* generasi Z?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijelaskan, penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh *financial literacy* terhadap *risky credit behavior* pada pengguna *GoPay Later* generasi Z.
2. Untuk mengetahui pengaruh *financial self-efficacy* terhadap *risky credit behavior* pada pengguna *GoPay Later* generasi Z.
3. Untuk mengetahui pengaruh *self-control* terhadap *risky credit behavior* pada pengguna *GoPay Later* generasi Z.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan insight yang lebih komprehensif mengenai interaksi antara faktor kognitif (*financial*

literacy) dan psikologis (*self-efficacy* dan *self-control*) dalam membentuk perilaku kredit berisiko.

- b. Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi ilmiah terkait perilaku konsumen dalam penggunaan layanan BNPL di negara berkembang, khususnya Indonesia pada generasi Z.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat menyediakan landasan untuk penelitian lebih lanjut mengenai berbagai variabel yang dapat mempengaruhi perilaku kredit berisiko.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menyajikan pemahaman bagi penyedia layanan BNPL terutama Gojek sebagai platform transaksi *GoPay Later* untuk merancang program edukasi keuangan yang lebih efektif bagi pengguna khususnya generasi Z.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam pengembangan kurikulum pendidikan keuangan yang relevan dengan era digital.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat memfasilitasi pemahaman bagi pengguna tentang pentingnya *financial literacy*, *financial self efficacy* dan *self control* generasi Z dalam penggunaan BNPL terutama *GoPay Later*.

E. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian

Penelitian ini memfokuskan analisis terkait pengaruh *financial literacy*, *financial self-efficacy*, dan *self-control* terhadap *risky credit behavior* pada pengguna *Gopay Later* dari generasi Z di Indonesia.

Penelitian ini dilakukan dalam konteks perilaku keuangan generasi muda terutama pada generasi Z (lahir antara tahun 1997-2012) yang semakin terdigitalisasi, khususnya dalam penggunaan layanan kredit berbasis teknologi finansial (*fintech*). Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif dengan pendekatan survei yang diukur menggunakan skala *likert* terhadap responden yang sesuai dengan kriteria telah ditentukan. Penggunaan sampel *purposive sampling* dipilih dalam penelitian ini dengan kriteria utama :

1. Berusia 18-27 tahun (masuk dalam kategori generasi Z yang sudah memiliki akses terhadap layanan kredit).
2. Pengguna aktif *Gopay Later*, yaitu telah melakukan transaksi minimal dua kali
3. Berdomisili di Indonesia.

Batasan penelitian ini bertujuan untuk memfokuskan pemahaman penelitian agar lebih terarah, beberapa batasan yang ditentukan dalam penelitian ini:

1. Penelitian hanya berfokus pada pengguna *Gopay Later* dan tidak mencakup layanan kredit lain seperti Akulaku, Kredivo, atau *PayLater* dari platform lain.
2. Responden terbatas pada Generasi Z di Indonesia, sehingga hasil penelitian ini tidak dapat diimplementasikan secara umum pada kelompok usia lain.
3. Pengukuran variabel dilakukan menggunakan kuesioner *self-reported*, sehingga terdapat kemungkinan bias responden dalam menjawab pertanyaan.

4. Penelitian ini tidak menginvestigasi faktor eksternal lain yang mungkin memengaruhi perilaku kredit berisiko, seperti tekanan sosial, kondisi ekonomi makro, atau faktor budaya.

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA