

BAB I PENDAHULUAN

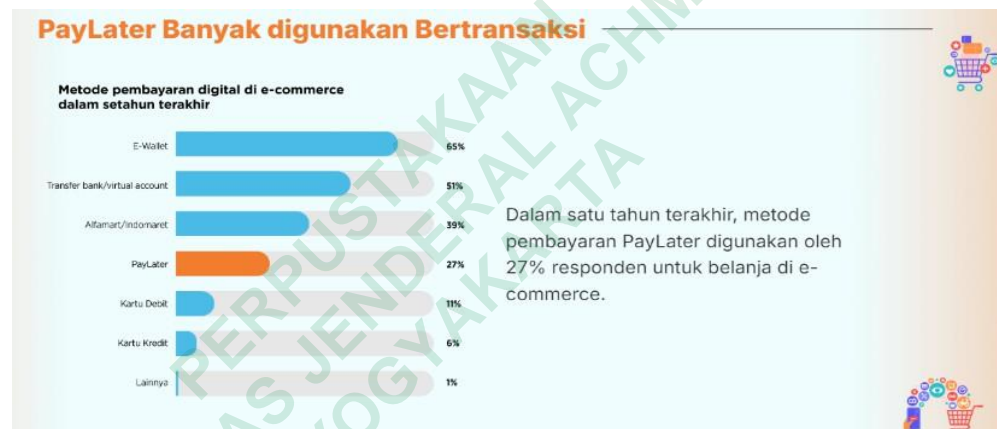
A. Latar Belakang

Di era globalisasi dan perkembangan teknologi yang pesat, teknologi digital menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat. Kemajuan ini tidak hanya mempengaruhi aspek sosial dan pendidikan, tetapi juga mendorong transformasi di sektor ekonomi, termasuk munculnya *financial technology (fintech)* sebagai solusi transaksi yang lebih praktis dan efisien (Sabilah et al., 2023). *Fintech* menggabungkan layanan keuangan dengan teknologi digital, sehingga mengubah model bisnis tradisional menjadi lebih inovatif dan modern (Banani & Selvi, 2023). Berbagai layanan *fintech* seperti *e-wallet*, *online banking*, dan *Paylater* kini semakin populer di Indonesia (Carnado & Rahmayanti, 2023).

Financial technology (fintech) merupakan pemanfaatan teknologi informasi dalam bidang keuangan yang bertujuan untuk mempermudah akses dan pelaksanaan transaksi keuangan secara digital (Julita et al., 2022). Salah satu kategori *fintech* yang berkembang pesat adalah digital lending, yang mencakup layanan *Buy Now Pay Later (BNPL)* seperti *Shopee Paylater*. Layanan ini memberikan fasilitas kredit instan tanpa memerlukan kartu kredit, memungkinkan pengguna melakukan pembelian segera dan membayarnya nanti melalui cicilan (Restike et al., 2024).

Meskipun demikian, masih banyak masyarakat Indonesia, khususnya di daerah pedesaan dan terpencil, yang belum sepenuhnya memahami *fintech*. Hal ini menjadi tantangan dalam meningkatkan literasi teknologi agar masyarakat mampu

beradaptasi dengan perubahan teknologi yang semakin pesat (Julita et al., 2022). Salah satu produk *fintech* yang mengalami pertumbuhan pesat adalah *Paylater*, yaitu layanan kredit instan tanpa memerlukan kartu kredit yang memungkinkan pengguna melakukan pembelian segera dan membayarnya nanti melalui cicilan (Restike et al., 2024). *Paylater* sangat populer di kalangan Generasi Z (Gen Z), yang tumbuh bersama teknologi digital. Berdasarkan data Kredivo (2022), *Paylater* menempati peringkat keempat sebagai metode transaksi digital terpopuler di platform *e-commerce* dan terus meningkat seiring integrasinya dengan berbagai platform digital (Sari et al., 2023).



Gambar 1. 1 Metode Pembayaran Digital di *E-Commerce* dalam Setahun Terakhir

Sumber: Kredivo (2022)

Berdasarkan data Kredivo tahun 2022, penggunaan *Paylater* mencapai sekitar 27% dari total transaksi digital dalam satu tahun terakhir, menjadikannya alternatif yang semakin diniati dibandingkan metode pembayaran tradisional seperti kartu debit dan kartu kredit. Namun, *Paylater* masih menempati posisi di bawah layanan dompet digital (*e-wallet*), transfer antar bank atau *virtual account*, serta metode pembayaran di gerai ritel seperti Alfamart dan Indomaret (Restike et al., 2024).



Gambar 1. 2 Proporsi Jumlah Pengguna Paylater

Sumber: Kredivo (2022)

Menurut laporan Kredivo (2022), mayoritas pengguna *Paylater* adalah pengguna baru yang mulai mengaktifkan layanan ini selama masa pandemi. Gambar 1.2 menunjukkan bahwa sekitar 55% pengguna *Paylater* baru bergabung dalam waktu kurang dari satu tahun. Faktor utama yang mendorong peningkatan penggunaan *Paylater* adalah keterbatasan jumlah pemegang kartu kredit di Indonesia. Data Bank Indonesia per bulan Februari 2020 mencatat sekitar 17,61 juta kartu kredit yang beredar di masyarakat, menunjukkan bahwa banyak orang masih mengalami kesulitan memenuhi syarat untuk memiliki kartu kredit (Eka, 2020). Selain itu, kemudahan dan kepraktisan menjadi keunggulan utama *Paylater*. Proses pendaftaran dan aktivasi yang sederhana serta cepat melalui aplikasi di *smartphone* membuat *Paylater* lebih mudah diakses, terutama oleh generasi muda seperti Gen Z. Berbeda dengan kartu kredit yang membutuhkan dokumen dan proses verifikasi yang panjang, *Paylater* hanya memerlukan beberapa langkah pendaftaran digital tanpa harus keluar rumah (Sari et al., 2023).

Shopee, merupakan salah satu platform *e-commerce* terbesar di Indonesia, menyediakan layanan *Paylater* yang sangat populer di kalangan pengguna. Fitur ini

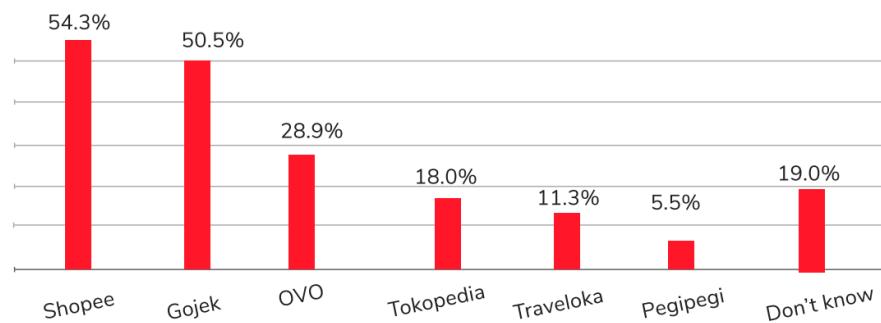
memfasilitasi pengguna dalam melakukan pembelian secara kredit dengan proses yang cepat dan sederhana, menjadikannya sangat cocok bagi konsumen modern, terutama Gen Z, yang mengedepankan kecepatan dan kemudahan akses dalam bertransaksi (Sari et al., 2023).



Gambar 1. 3 Situs *E-Commerce* yang di Asia Tenggara pada Tahun 2020
Sumber: *Iprice Group (2020)*

Berdasarkan *Iprice Group (2020)*, *Shopee* berada di posisi puncak sebagai platform dengan kunjungan terbanyak di Asia Tenggara, dengan jumlah pengunjungnya mencapai 281.385.626, mengungguli *Lazada* dan *Tokopedia*. *Shopee* menjalin kemitraan dengan perusahaan P2P *lending*, PT Lentera Dana Nusantara (LDN), dalam menghadirkan layanan *Shopee Paylater* (Maharani et al., 2023). Hal ini merupakan opsi keuangan yang tidak memerlukan jaminan atau kartu kredit bagi pengguna *Shopee*. *Shopee Paylater*, termasuk di antara layanan yang paling sering dipilih dibandingkan dengan layanan serupa di aplikasi lain (Maharani et al., 2023).

Figure 53. Used Paylater Platforms (n=495)

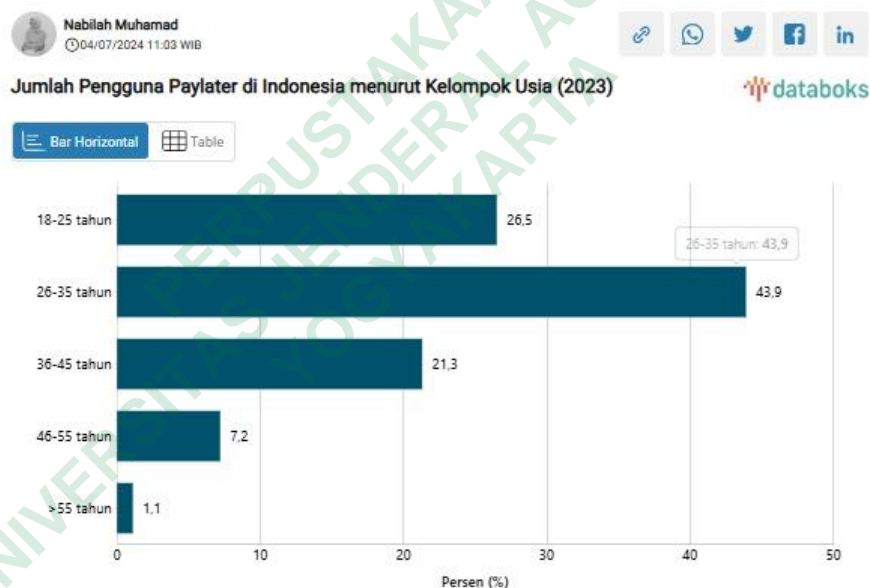


Gambar 1. 4 Pengguna Platform Paylater
 Sumber: CIMB Niaga (2020)

Berdasarkan data dari CIMB Niaga (2020), *Shopee Paylater* menjadi layanan paling dominan di Indonesia, dengan 54,3% responden menggunakan layanan tersebut, diikuti oleh *GoPay Paylater* sebesar 50,5%, dan *OVO Paylater* sebesar 28,9%. Menurut informasi dari *Shopee* (2024), *Shopee Paylater* menawarkan opsi cicilan 3, 6, atau 12 kali dengan berbagai metode pembayaran, termasuk *Shopee Pay*, ATM Bank, *virtual account*, dan Indomaret (Astuti & Dasman, 2024).

Dalam penelitiannya, (Natalia et al., 2022) mengungkapkan bahwasanya fitur *Shopee Paylater* memberi kemudahan bagi penggunanya dalam melakukan transaksi dengan pembayaran tertunda, mirip dengan metode kredit. Pengguna harus mengaktifkan fitur ini melalui aplikasi *Shopee* serta memenuhi ketentuan yang berlaku guna memperoleh limit pinjaman. Batas tersebut terbatas pada penggunaan untuk berbelanja di *Shopee* dan tidak dapat diuangkan. Fitur *Shopee Paylater* ini membuat proses belanja menjadi lebih praktis, terutama saat menghadapi kendala keuangan atau dalam situasi darurat.

Pertumbuhan *e-commerce* dengan *paylater* di Indonesia membuat perilaku konsumtif masyarakat juga meningkat (Ika et al., 2020). Pada tahun 2021, *Paylater* menyumbang sebesar 2,9% dari total transaksi *e-commerce* global, dan diperkirakan akan meningkat menjadi 5,3% pada tahun 2025 (Luthfia, 2023). Platform *Shopee Paylater* memiliki jumlah pengguna aktif terbanyak karena aplikasi ini mempunyai tampilan yang menarik dan mudah digunakan. Penelitian dari (Restike et al., 2024) mengungkapkan generasi Z saat ini banyak yang telah menggunakan aplikasi pinjaman dari *Shopee* atau yang sering dikenal dengan *Spaylater*. Generasi Z memilih menggunakan pinjaman dari *Shopee* pinjam karena kemudahan aksesnya dan penggunaan belanja lebih mudah.



Gambar 1. 5 Pengguna *Paylater*

Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/>

Penggunaan *Shopee Paylater* sering terjadi pada generasi muda atau generasi Z. Berdasarkan data yang diperoleh dari Databoks (Muhammad, 2024), hasil survei kolaborasi Kredivo bersama Katadata *Insight Center* (KIC) menunjukkan, mayoritas

pengguna layanan *Paylater* di Indonesia berasal dari kalangan milenial dan generasi Z. Kelompok usia 26–35 tahun, yang merupakan generasi milenial, menyumbang sekitar 43,9% dari total pengguna, sedangkan generasi Z dengan rentang usia 18–25 tahun mencakup sekitar 26,5%. Survei yang sama menunjukkan bahwa 63,1% pengguna memanfaatkan layanan *Paylater* untuk transaksi *online*. Sebagai generasi yang tumbuh di era digital, Gen Z sudah terbiasa dengan kemudahan dalam bertransaksi secara daring. Kemudahan ini menjadikan mereka cenderung terbawa arus dalam penggunaan layanan seperti *Shopee Paylater* (Ramadany Cherly & Artadita Sherly, 2022).

Generasi Z (lahir 1997–2012) dikenal sebagai generasi era digital yang sangat akrab dengan teknologi untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari (Qurniawati & Nurohman, 2022). Salah satu produk teknologi yang populer di kalangan generasi ini adalah layanan dari salah satu situs *e-commerce* Indonesia, yaitu *Shopee* dengan fitur *Shopee Paylater*, layanan kredit tanpa kartu kredit yang memberikan kemudahan bagi pengguna untuk membeli barang dengan opsi pembayaran yang dapat ditunda hingga 30 hari atau dalam periode cicilan tertentu. Kepraktisan *Shopee Paylater* yang disertai dengan berbagai promosi menarik menjadikan generasi Z semakin impulsif dalam berbelanja.

Generasi Z, yang mayoritas pelajar dan mahasiswa, kerap menjadi target utama layanan digital, khususnya layanan keuangan. Meskipun belum sepenuhnya memasuki usia kerja dan tidak memiliki penghasilan tetap, proses untuk mendapatkan layanan *Paylater* tergolong mudah (Solikhatin et al., 2024). Kemudahan akses ini, sering tidak diiringi dengan pemahaman yang baik mengenai

pengelolaan keuangan pribadi. Akibatnya, penggunaan *Paylater* berpotensi menimbulkan permasalahan keuangan di kemudian hari (Solikhatin et al., 2024).

Perubahan pola konsumsi generasi Z terhadap penggunaan *Shopee Paylater* juga tidak lepas dari pengaruh literasi keuangan. Menurut penelitian DS Innovate (2021), literasi keuangan masyarakat terhadap layanan *Paylater* dinilai cukup baik. Hal ini menunjukkan bahwa generasi Z sudah memahami produk dan cara kerja *Paylater*. Namun, literasi keuangan yang baik tidak selalu menjamin dampak positif, jika tidak diimbangi dengan manajemen keuangan yang bijak, penggunaan *Shopee Paylater* justru dapat menjadi bumerang (Adhliana et al., 2022).

Tidak hanya itu, pola perilaku konsumsi terhadap penggunaan *Shopee Paylater* di kalangan generasi Z turut berubah seiring dengan ekspansi perusahaan fintech di industri *e-commerce*. *Shopee Paylater* menawarkan berbagai kemudahan dan keuntungan yang mendorong perilaku belanja impulsif di kalangan Gen Z. Keinginan untuk memenuhi status sosial, gaya hidup, dan rasa familiar terhadap teknologi digital menjadi faktor utama yang memicu perilaku tersebut (Solikhatin et al., 2024).

Dalam gaya hidup, perubahan ini dapat mempengaruhi keputusan individu dalam menggunakan layanan *paylater*. Gaya hidup sendiri didefinisikan sebagai pola perilaku yang meliputi kegiatan sehari-hari, niat, dan pandangan individu terhadap lingkungannya (Kurniasari & Fisabilillah, 2021). Kehadiran layanan *Shopee Paylater* memberikan kemudahan bertransaksi yang praktis, sehingga mendorong mahasiswa untuk lebih konsumtif seiring perkembangan zaman (Kurniasari & Fisabilillah, 2021).

Penelitian sebelumnya menyimpulkan hasil yang berbeda dalam kaitannya dengan hubungan antara tingkat literasi keuangan dan penggunaan *Shopee Paylater*. Penelitian oleh (Aurin & Kusumastuti, 2023) menemukan bahwasanya tingkat literasi keuangan yang tinggi secara konstruktif dan signifikan berhubungan dengan niat penggunaan *Shopee Paylater*. Dalam artian, semakin paham seseorang soal keuangan, makin mungkin mereka menggunakan *Shopee Paylater*. Namun, temuan yang berbeda ditemukan oleh (S. Putri et al., 2023) menunjukkan bahwa niat penggunaan *Shopee Paylater* tidak terpengaruh oleh tingkat literasi keuangan. Hal ini berarti, meski seseorang memahami keuangan dengan lebih baik, itu tidak mempengaruhi keinginan mereka untuk menggunakan *Shopee Paylater*. Perbedaan ini menunjukkan adanya celah dalam penelitian yang perlu untuk ditinjau kembali.

Penelitian mengenai pengaruh gaya hidup terhadap penggunaan *Shopee Paylater* menunjukkan hasil yang beragam. Beberapa studi, seperti (Maharani et al., 2023) dan (Rahmawati & Mirati, 2022) menemukan bahwa gaya hidup memiliki dampak positif signifikan terhadap penggunaan *Shopee Paylater* oleh generasi milenial. Namun, (Restike et al., 2024) justru menyatakan bahwa gaya hidup tidak berpengaruh besar terhadap perilaku penggunaan layanan tersebut. Perbedaan temuan ini membuka peluang penelitian lebih lanjut untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan generasi Z dalam menggunakan *Paylater*.

Untuk menjelaskan perilaku tersebut, penelitian ini menggunakan kerangka *Theory of Planned Behavior/TPB* yang dikemukakan oleh (Ajzen, 1991) menyatakan bahwa intensi individu untuk melakukan suatu tindakan dipengaruhi oleh tiga komponen utama, yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude*), norma subjektif

(*subjective norms*), serta persepsi terhadap kontrol perilaku (*perceived behavioral control*). Dalam hal ini, literasi keuangan dihubungkan dengan kontrol diri, perilaku pembelian impulsif mencerminkan sikap individu terhadap penggunaan *Paylater*, dan gaya hidup menggambarkan norma sosial yang muncul dari lingkungan sekitar. Ketiga variabel tersebut diyakini mempengaruhi niat dan perilaku aktual dalam penggunaan *Shopee Paylater*.

Gaya hidup konsumtif merupakan salah satu faktor dominan yang mendorong meningkatnya pemanfaatan layanan *Paylater* di kalangan generasi Z. Sebagai kelompok yang aktif dalam penggunaan media sosial dan responsif terhadap perkembangan tren digital, generasi ini cenderung mengadopsi pola hidup yang mendukung penggunaan kredit digital guna memenuhi berbagai kebutuhannya (Kurniasari & Fisabilillah, 2021). Meskipun sebagian besar studi menunjukkan pengaruh positif gaya hidup, adanya penelitian yang berbeda hasil memperkuat pentingnya penelitian ini.

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh literasi keuangan, perilaku pembelian impulsif, gaya hidup, dan niat penggunaan *Shopee Paylater* di kalangan generasi Z di Daerah Istimewa Yogyakarta. Kota ini dipilih karena merupakan pusat pendidikan dengan populasi mahasiswa Gen Z yang besar. Data OJK per Juni 2024 mencatat total *outstanding* pinjaman *online* di Yogyakarta mencapai Rp 61,52 triliun, naik 14% dari tahun sebelumnya (Hidayah, 2022). Hal ini menunjukkan tingginya ketergantungan pada *fintech* yang perlu diimbangi dengan literasi keuangan agar risiko finansial dapat diminimalkan.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini mengintegrasikan literasi keuangan, perilaku pembelian impulsif, dan gaya hidup untuk menilai dampaknya pada penggunaan *Shopee Paylater*. Subjek penelitian ini adalah gen Z di Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai kebaruan dalam penelitian. Penelitian ini difokuskan pada Gen Z di Daerah Istimewa Yogyakarta karena kota tersebut memiliki populasi Gen Z yang besar, didukung oleh keberadaan beragam fasilitas yang lengkap di Daerah Istimewa Yogyakarta. Penggunaan *Shopee Paylater* juga masih populer di kalangan Gen Z di Daerah Istimewa Yogyakarta karena berbagai keuntungan dan kemudahan yang diberikan. Melihat inkonsistensi dan keterbatasan dalam penelitian terdahulu, penulis termotivasi untuk mengangkat penelitian berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan, Perilaku pembelian Impulsif, Gaya Hidup, dan Niat Penggunaan terhadap Penggunaan *Shopee Paylater* Pada Gen Z di Daerah Istimewa Yogyakarta”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, muncul berbagai permasalahan terkait dengan meningkatnya penggunaan *Shopee Paylater* di kalangan Gen Z, khususnya di Daerah Istimewa Yogyakarta. Fenomena ini dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti literasi keuangan, perilaku pembelian impulsif, dan gaya hidup konsumtif. Namun, masih terdapat hasil penelitian sebelumnya yang menunjukkan temuan yang tidak konsisten mengenai pengaruh masing-masing faktor tersebut terhadap penggunaan layanan keuangan digital seperti *Shopee Paylater*. Selain itu, belum banyak penelitian yang secara khusus meneliti peran niat penggunaan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antar variabel tersebut. Oleh karena itu, permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai

berikut: maka peneliti dapat merumuskan masalah dalam penelitian ini, adalah sebagai berikut:

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap niat penggunaan *Shopee Paylater* pada Gen Z di Daerah Istimewa Yogyakarta ?
2. Apakah perilaku pembelian impulsif berpengaruh terhadap niat penggunaan *Shopee Paylater* pada Gen Z di Daerah Istimewa Yogyakarta?
3. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap niat penggunaan *Shopee Paylater* pada Gen Z di Daerah Istimewa Yogyakarta?
4. Apakah niat penggunaan berpengaruh terhadap penggunaan *Shopee Paylater* pada Gen Z di Daerah Istimewa Yogyakarta?
5. Apakah niat penggunaan memediasi pengaruh literasi keuangan terhadap penggunaan *Shopee Paylater* pada Gen Z di Daerah Istimewa Yogyakarta?
6. Apakah niat penggunaan memediasi pengaruh perilaku pembelian impulsif terhadap penggunaan *Shopee Paylater* pada Gen Z di Daerah Istimewa Yogyakarta?
7. Apakah niat penggunaan memediasi pengaruh gaya hidup terhadap penggunaan *Shopee Paylater* pada Gen Z di Daerah Istimewa Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap niat penggunaan *Shopee Paylater* pada Gen Z di Daerah Istimewa Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh perilaku impulsif terhadap niat penggunaan *Shopee Paylater* pada Gen Z di Daerah Istimewa Yogyakarta.

3. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap niat penggunaan *Shopee Paylater* pada Gen Z di Daerah Istimewa Yogyakarta.
4. Untuk mengetahui pengaruh niat terhadap penggunaan *Shopee Paylater* pada Gen Z di Daerah Istimewa Yogyakarta.
5. Untuk mengetahui peran niat dalam memediasi pengaruh literasi keuangan terhadap penggunaan *Shopee Paylater* pada Gen Z di Daerah Istimewa Yogyakarta.
6. Untuk mengetahui peran niat dalam memediasi pengaruh perilaku pembelian impulsif terhadap penggunaan *Shopee Paylater* pada Gen Z di Daerah Istimewa Yogyakarta.
7. Untuk mengetahui peran niat dalam memediasi pengaruh gaya hidup terhadap penggunaan *Shopee Paylater* pada Gen Z di Daerah Istimewa Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas pemahaman yang mendalam tentang literasi keuangan, perilaku pembelian impulsif, gaya hidup, dan niat penggunaan layanan pembayaran seperti *Shopee Paylater* di Gen Z di Daerah Istimewa Yogyakarta. Dengan menggali permasalahan yang mempengaruhi penggunaan *Shopee Paylater*, peneliti ini akan memperkaya teori-teori terkait literasi keuangan dan perilaku konsumen serta memberikan wawasan mendalam tentang perilaku konsumtif mahasiswa dan dampaknya terhadap keuangan pribadi. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat mengisi celah pengetahuan tentang hubungan antara gaya hidup dan keputusan penggunaan layanan pembayaran, menyediakan

pandangan yang lebih luas tentang dinamika keuangan Gen Z di Daerah Istimewa Yogyakarta.

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
PERPUSTAKAAN
YOGYAKARTA

2. Manfaat Praktis

a) Bagi Penulis

Untuk meningkatkan pengetahuan teoritis dan memperluas wawasan, penting untuk mempelajari secara langsung dan menganalisis pengaruh antara literasi keuangan, perilaku pembelian impulsif, gaya hidup, dan niat penggunaan terhadap *Shopee Paylater* Gen Z di Daerah Istimewa Yogyakarta.

b) Bagi Mahasiswa

Diharapkan bahwa hasil penelitian ini akan meningkatkan pemahaman mahasiswa mengenai bagaimana literasi keuangan, perilaku konsumtif, dan gaya hidup mempengaruhi penggunaan layanan pembayaran seperti *Shopee Paylater*. Dengan demikian, diharapkan mahasiswa dapat mengambil keputusan keuangan yang lebih tepat dan berkelanjutan, serta lebih menyadari pentingnya mengelola keuangan dengan efektif.

c) Bagi Masyarakat

Diharapkan, temuan dari penelitian ini mampu meningkatkan pemahaman tentang pentingnya literasi keuangan di kalangan masyarakat serta generasi yang akan datang. Dengan demikian, diharapkan akan tercipta masyarakat yang dapat mengatur keuangan mereka dengan efektif, mengurangi kemungkinan masalah keuangan, dan meningkatkan stabilitas finansial secara keseluruhan.

d) Bagi Pemerintah

Diharapkan menjadi bahan pertimbangan dalam merumuskan kebijakan literasi keuangan digital yang lebih efektif, khususnya bagi Gen Z. Hal ini menjadi sangat relevan mengingat perkembangan layanan keuangan berbasis teknologi seperti *Shopee Paylater* yang semakin pesat. Selain itu, hasil penelitian ini dapat membantu OJK (Otoritas Jasa Keuangan) dan instansi terkait dalam memahami pola perilaku keuangan Gen Z, sehingga kebijakan yang diambil dapat lebih tepat sasaran. Penelitian ini juga diharapkan dapat mendorong peningkatan kegiatan edukasi keuangan yang sehat dan berkelanjutan di kalangan generasi muda.

E. Ruang Lingkup Penelitian dan Batasan Penelitian

1. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini difokuskan pada variabel literasi keuangan, perilaku pembelian impulsif, gaya hidup, serta niat penggunaan *Shopee Paylater* oleh Generasi Z di Daerah Istimewa Yogyakarta. Ruang lingkup penelitian dibatasi pada variabel tersebut beserta faktor-faktor yang memengaruhinya.

2. Batasan Penelitian

Adapun batasan masalah yang dibuat adalah pengaruh antara literasi keuangan, perilaku pembelian impulsif, gaya hidup, dan niat penggunaan terhadap *Shopee Paylater* Gen Z. Penelitian ini juga terbatas pada subjek penelitian yang terdiri dari pengguna *Shopee Paylater* di kalangan Gen Z yang tinggal di Daerah Istimewa Yogyakarta.