

Gaya Hidup Digital dan Keuangan Mengungkap Daya Tarik Shopee PayLater di Kalangan Milenial

Dieky Firdaus Kurniawan¹, Isfahan Ali Darmawan², Sentot Imam Wahjono³
^{1,2,3}Proogram Studi S1 Manajemen, Universitas Muhammadiyah Surabaya, Indonesia
Corresponding Author: Dieky Firdaus Kurniawan, e-mail: dieky.firdaus.k@gmail.com

Published: May , 2025

ABSTRAK

Popularitas gaya hidup digital yang kian meningkat telah mendorong teknologi finansial (fintech) untuk melakukan transformasi besar pada layanan keuangan, yang kini memfasilitasi kemudahan transaksi elektronik, termasuk layanan 'beli sekarang, bayar nanti' seperti Shopee PayLater yang semakin diminati. Penelitian ini menggali lebih dalam daya tarik Shopee PayLater di kalangan milenial, dengan menganalisis bagaimana aspek teknologi finansial, sikap terhadap keuangan (kecenderungan psikologis dalam evaluasi dan pengelolaan finansial pribadi), dan tingkat literasi keuangan (pemahaman tentang pengelolaan, pengorganisasian, dan respons risiko finansial) secara kolektif memengaruhi perilaku penggunaan layanan tersebut. Sebagai cerminan keputusan finansial harian dalam pemanfaatan layanan digital, penggunaan Shopee PayLater menjadi fokus utama. Menggunakan metode accidental sampling terhadap 160 pengguna aktif Shopee PayLater dari generasi milenial, penelitian kuantitatif ini menerapkan analisis regresi linear berganda dengan SPSS. Temuan utama menunjukkan bahwa kemajuan teknologi finansial dan tingkat literasi keuangan secara signifikan membentuk perilaku penggunaan Shopee PayLater. Sebaliknya, sikap keuangan individu menunjukkan pengaruh yang lebih terbatas. Studi ini menggarisbawahi urgensi edukasi finansial dan penggunaan fintech yang bijaksana, sejalan dengan dinamika gaya hidup digital generasi milenial yang semakin terintegrasi dengan solusi keuangan instan.

Kata Kunci : Gaya Hidup Digital, Keuangan Milenial, Teknologi Finansial, Shopee PayLater, Literasi Keuangan, Sikap Keuangan, Perilaku Konsumen Digital.

ABSTRACT

The increasing popularity of digital lifestyle has driven financial technology (fintech) to make a major transformation in financial services, which now facilitate the ease of electronic transactions, including the increasingly popular 'buy now, pay later' service such as Shopee PayLater. This study digs deeper into the appeal of Shopee PayLater among millennials, by analyzing how aspects of financial technology, attitudes towards finance (psychological tendencies in evaluating and managing personal finances), and financial literacy levels (understanding of managing, organizing, and responding to financial risks) collectively influence the behavior of using the service. As a reflection of daily financial decisions in utilizing digital services, the use of Shopee PayLater is the main focus. Using an accidental sampling method on 160 active Shopee PayLater users from the millennial generation, this quantitative study applies multiple linear regression analysis with SPSS. The main findings show that advances in financial technology and financial literacy levels significantly shape the behavior of using Shopee PayLater. In contrast, individual financial attitudes show a more limited influence. This study underlines the urgency of financial education and wise use of fintech, in line with the dynamics of the millennial generation's digital lifestyle which is increasingly integrated with instant financial solutions.

Keywords: Digital Lifestyle, Millennial Finance, Financial Technology, Shopee PayLater, Financial Literacy, Financial Attitude, Digital Consumer Behavior.

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

PENDAHULUAN

Perkembangan pesat dalam teknologi informasi dan komunikasi telah mengakibatkan transformasi fundamental di berbagai aspek kehidupan, termasuk secara signifikan memengaruhi sektor keuangan. Fenomena transformasi digital dalam layanan keuangan, yang populer dengan sebutan teknologi finansial (fintech), merujuk pada pemanfaatan teknologi untuk menghadirkan solusi keuangan yang lebih efisien, inovatif, dan mudah dijangkau oleh masyarakat luas. Dalam konteks gaya hidup digital yang serba cepat, fintech menawarkan beragam kemudahan, mulai dari perbankan seluler (mobile banking), dompet elektronik (e-wallet), hingga skema pinjaman antar individu (peer-to-peer lending), dan yang kian menarik perhatian, sistem pembayaran tunda atau PayLater. Layanan-layanan ini tidak hanya menyederhanakan transaksi, tetapi juga secara aktif membentuk ulang perilaku finansial masyarakat, terutama generasi milenial yang dikenal sangat adaptif dan terintegrasi dengan teknologi dalam keseharian mereka.

Generasi milenial, yang lahir dalam periode 1981 hingga 1996, merupakan kelompok demografis usia produktif dengan karakteristik ketergantungan tinggi pada teknologi digital. Gaya hidup mereka sangat dipengaruhi oleh kemudahan akses internet dan berbagai aplikasi yang menunjang aktivitas harian, termasuk dalam urusan transaksi keuangan. Salah satu layanan fintech yang berhasil memikat hati generasi ini adalah Shopee PayLater. Sebagai fitur yang disediakan oleh platform e-commerce terkemuka, Shopee, layanan ini memungkinkan pengguna untuk mendapatkan barang impian terlebih dahulu dan melakukan pembayaran di kemudian hari. Daya tarik kemudahan ini sangat sesuai dengan gaya hidup digital milenial yang menginginkan kepraktisan, namun di sisi lain, juga menyimpan potensi risiko finansial jika tidak diimbangi dengan pengelolaan keuangan yang cermat dan bijaksana.

Dalam spektrum perilaku keuangan, keputusan untuk menggunakan Shopee PayLater menjadi cerminan bagaimana generasi milenial, dengan gaya hidup digitalnya, mengambil keputusan finansial sehari-hari. Perilaku ini tidak berdiri sendiri, melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kemajuan teknologi finansial itu sendiri, sikap individu terhadap pengelolaan keuangan, serta tingkat pemahaman atau literasi keuangan yang mereka miliki. Teknologi finansial menyediakan infrastruktur dan aksesibilitas yang memungkinkan transaksi berlangsung instan. Namun, pesona kemudahan ini juga dapat memicu perilaku konsumtif yang berlebihan jika tidak dikendalikan. Oleh karena itu, pemahaman mendalam mengenai sikap keuangan dan tingkat literasi keuangan menjadi sangat krusial dalam mengkaji daya tarik Shopee PayLater di kalangan milenial.

Sikap keuangan merefleksikan pandangan dan nilai-nilai yang dianut seseorang terkait manajemen finansial. Seseorang yang memiliki pandangan positif terhadap keuangan umumnya menunjukkan kehati-hatian lebih dalam pengeluaran, mempunyai perencanaan finansial untuk masa depan, dan mengambil keputusan terkait uang dengan lebih bijaksana. Sebaliknya, literasi keuangan adalah

kapabilitas untuk memahami dan mengaplikasikan berbagai konsep serta instrumen keuangan guna membuat keputusan ekonomi yang efektif. Generasi milenial dengan literasi keuangan yang tinggi umumnya lebih mampu memilah antara kebutuhan dan keinginan, serta lebih bijak dalam memanfaatkan fasilitas kredit seperti Shopee PayLater, sehingga tidak terjebak dalam lilitan utang yang memberatkan gaya hidup mereka.

Penelitian-penelitian sebelumnya telah banyak menyoroti peran penting fintech dalam membentuk perilaku keuangan masyarakat (Rahmawati & Pratama, 2022). Literasi keuangan juga terbukti berkontribusi signifikan terhadap kemampuan pengelolaan keuangan pribadi (Lusardi & Mitchell, 2014). Sementara itu, sikap keuangan diakui sebagai variabel psikologis yang tak terpisahkan dalam memahami perilaku ekonomi individu (Lestari & Yulianti, 2021). Meskipun demikian, masih terdapat celah penelitian yang secara spesifik mengeksplorasi bagaimana ketiga variabel ini—teknologi finansial, sikap keuangan, dan literasi keuangan—secara bersama-sama menjelaskan daya tarik dan perilaku penggunaan Shopee PayLater di kalangan generasi milenial Indonesia, terutama dalam konteks gaya hidup digital mereka.

Dengan mempertimbangkan konteks yang telah diuraikan, studi ini dirancang untuk menyelidiki secara mendalam bagaimana teknologi finansial, pandangan terhadap keuangan, dan pemahaman finansial memengaruhi keputusan generasi milenial dalam menggunakan Shopee PayLater, yang mencerminkan gaya hidup digital serta pilihan keuangan mereka. Diharapkan, penelitian ini tidak hanya memberikan sumbangsih teoretis dalam bidang manajemen keuangan dan perilaku konsumen digital, tetapi juga menjadi landasan praktis bagi lembaga keuangan, platform e-commerce, dan regulator dalam merumuskan strategi edukasi keuangan yang lebih efektif serta kebijakan penggunaan layanan fintech yang bertanggung jawab, selaras dengan dinamika gaya hidup digital generasi muda saat ini.

Tinjauan Pustaka

Teknologi finansial (fintech) merupakan manifestasi inovasi dalam layanan keuangan yang bertumpu pada teknologi digital, memungkinkan masyarakat modern, khususnya generasi milenial yang mengadopsi gaya hidup digital, untuk melakukan transaksi tanpa perlu membawa uang tunai atau menggunakan instrumen fisik konvensional. Di Indonesia, lanskap fintech berkembang pesat, ditandai dengan maraknya platform seperti dompet elektronik (e-wallet), perbankan bergerak (mobile banking), pinjaman antar individu (peer-to-peer lending), hingga layanan pembayaran tunda seperti Shopee PayLater yang menjadi fokus kajian ini. Dewi (2020) menekankan bahwa pengembangan fintech di Indonesia memerlukan peran aktif pemerintah dan masyarakat dalam pengawasan untuk menjamin keamanan dan tanggung jawab dalam setiap aktivitas keuangan. Penelitian tersebut juga menggarisbawahi bagaimana kemudahan transaksi via fintech dapat mengubah pola pikir masyarakat terkait manajemen keuangan, yang berpotensi mendorong perilaku konsumtif jika tidak diimbangi

dengan literasi dan sikap keuangan yang bijak, sebuah aspek krusial dalam gaya hidup digital yang bertanggung jawab.

Studi oleh Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan dkk. (2021) mengungkapkan bahwa teknologi finansial memiliki dampak signifikan terhadap keuangan mahasiswa, sebuah segmen penting dari generasi milenial. Lebih lanjut, berbagai bentuk fintech seperti sistem pembayaran, pinjaman digital, dan portofolio investasi terbukti memberikan kontribusi positif terhadap perilaku keuangan, terutama dalam meningkatkan frekuensi penggunaan layanan, pengajuan pinjaman, dan diversifikasi investasi. Sementara itu, Prastika (2019) mengidentifikasi kecepatan, efisiensi, dan kemudahan akses sebagai indikator kunci fintech. Hal ini menjadikan fintech, termasuk Shopee PayLater, sebagai salah satu determinan penting yang membentuk perilaku penggunaan layanan keuangan digital, yang sangat relevan dengan ekspektasi gaya hidup digital milenial yang serba cepat dan praktis.

Perilaku keuangan, dalam konteks ini, merujuk pada cara individu, khususnya milenial, mengambil keputusan dan bertindak dalam mengelola aspek finansial mereka seiring dengan gaya hidup digital yang mereka jalani. Menurut P.P. Keuangan dkk. (tanpa tahun), perilaku keuangan yang sehat tercermin dari kemampuan seseorang dalam merencanakan, mengelola, dan mengendalikan arus pendapatan serta pengeluaran. Nabahan & Sadalia (2012) menambahkan bahwa indikator perilaku keuangan meliputi perencanaan anggaran, kebiasaan menabung, ketepatan dalam membayar tagihan, serta pengambilan keputusan investasi. Berdasarkan pemahaman ini, hipotesis pertama dapat dirumuskan:

H1: Teknologi finansial, sebagai bagian integral dari gaya hidup digital, berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku keuangan milenial dalam menggunakan layanan seperti Shopee PayLater.

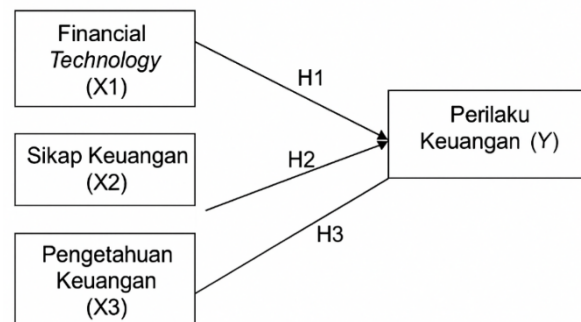
Sikap keuangan mencerminkan kecenderungan psikologis seseorang, termasuk milenial, dalam menghadapi berbagai situasi finansial yang muncul dalam gaya hidup digital mereka. Clarke (2006) mendefinisikan sikap keuangan sebagai reaksi individu terhadap keputusan finansial yang timbul dari situasi tertentu. Penelitian Fatimus Zahroh (2006) menunjukkan bahwa sikap keuangan dapat diukur melalui orientasi terhadap keuangan pribadi, pandangan terhadap utang, persepsi keamanan finansial, dan kemampuan menilai kondisi keuangan pribadi. Sikap keuangan yang positif tercermin dalam rencana anggaran yang terstruktur, orientasi pada tujuan finansial jangka panjang, dan kebiasaan hemat. Hal ini mendukung hipotesis kedua:

H2: Sikap keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku keuangan milenial, termasuk dalam keputusan mereka terkait penggunaan Shopee PayLater sebagai bagian dari manajemen keuangan dalam gaya hidup digital.

Pengetahuan keuangan atau literasi keuangan adalah pemahaman individu mengenai konsep dasar keuangan dan kemampuan mengaplikasikannya untuk pengambilan keputusan finansial yang cerdas,

sebuah kompetensi vital dalam gaya hidup digital yang sarat dengan tawaran finansial. Alexander & Pamungkas (2019) menyatakan bahwa individu dengan literasi keuangan yang baik cenderung lebih tertib dalam mengatur keuangan pribadi, seperti membayar tagihan tepat waktu, menyusun rencana keuangan, dan berinvestasi secara bertanggung jawab. Clarke (2006) menekankan peran pendidikan dalam meningkatkan literasi keuangan, yang selanjutnya memengaruhi perilaku keuangan. Penelitian Dewi, Ratna Sari (2017) menyebutkan indikator literasi keuangan meliputi pengetahuan umum keuangan, pengelolaan keuangan, tabungan dan investasi, risiko dan asuransi, serta pengetahuan kredit dan uang. Oleh karena itu, hipotesis ketiga diajukan:

H3: Pengetahuan keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku keuangan milenial, khususnya dalam konteks penggunaan Shopee PayLater yang bijak dan terinformasi sejalan dengan gaya hidup digital mereka.



Gambar 1. Kerangka Hipotesis

Hipotesis Penelitian

Dengan mempertimbangkan dinamika gaya hidup digital dan daya tarik layanan keuangan instan seperti Shopee PayLater di kalangan milenial, hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

Hipotesis 1: Integrasi teknologi finansial dalam gaya hidup digital milenial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku mereka dalam menggunakan Shopee PayLater.

Hipotesis 2: Sikap keuangan yang dimiliki oleh generasi milenial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan dan perilaku mereka terkait penggunaan Shopee PayLater sebagai bagian dari pengelolaan keuangan dalam gaya hidup digital.

Hipotesis 3: Tingkat pengetahuan atau literasi keuangan generasi milenial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku penggunaan Shopee PayLater yang lebih bijaksana dan terencana, mencerminkan adaptasi cerdas terhadap tawaran keuangan dalam gaya hidup digital mereka.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dirancang untuk menguji dan menganalisis secara mendalam bagaimana teknologi finansial, sikap keuangan, dan tingkat pengetahuan keuangan memengaruhi perilaku generasi milenial dalam menggunakan layanan Shopee PayLater, sebuah fenomena yang erat kaitannya dengan gaya hidup digital mereka. Untuk mencapai tujuan tersebut, pendekatan kuantitatif dipilih sebagai landasan metodologis. Pendekatan ini memungkinkan pengukuran hubungan antar variabel secara numerik, berdasarkan data yang terkumpul melalui kuesioner, sehingga dapat memberikan gambaran yang objektif mengenai daya tarik Shopee PayLater di kalangan milenial.

Pengumpulan data primer dalam studi ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara daring (online). Pemanfaatan media sosial dan berbagai platform digital lainnya menjadi strategi utama untuk menjangkau responden milenial yang aktif dalam gaya hidup digital. Kuesioner yang digunakan mengadopsi skala Likert lima poin, di mana responden diminta untuk menyatakan tingkat persetujuan mereka terhadap serangkaian pernyataan, dengan rentang pilihan jawaban dari "Sangat Tidak Setuju" (skor 1) hingga "Sangat Setuju" (skor 5). Setiap variabel penelitian teknologi finansial, sikap keuangan, pengetahuan keuangan, dan perilaku penggunaan Shopee PayLater—diukur menggunakan beberapa indikator yang telah disesuaikan dan divalidasi berdasarkan teori yang relevan serta temuan dari penelitian-penelitian sebelumnya, memastikan relevansinya dengan konteks gaya hidup digital dan keuangan milenial.

Teknik analisis data yang diterapkan adalah regresi linear berganda. Metode statistik ini dipilih untuk mengetahui besaran dan signifikansi pengaruh dari masing-masing variabel independen (teknologi finansial, sikap keuangan, dan pengetahuan keuangan) terhadap variabel dependen (perilaku penggunaan Shopee PayLater). Seluruh proses analisis data, mulai dari uji validitas dan reliabilitas instrumen hingga pengujian hipotesis, dilakukan dengan bantuan perangkat lunak Statistical Product and Service Solution (SPSS). Penggunaan SPSS memastikan akurasi dan objektivitas dalam interpretasi data terkait bagaimana milenial merespons daya tarik Shopee PayLater.

Populasi target dalam penelitian ini adalah generasi milenial yang merupakan pengguna aktif layanan Shopee PayLater, sebuah kelompok yang sangat representatif dalam mengkaji persinggungan antara gaya hidup digital dan keputusan keuangan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah accidental sampling, sebuah metode non-probabilitas di mana sampel dipilih berdasarkan kemudahan akses dan kesediaan individu yang secara kebetulan ditemui oleh peneliti untuk berpartisipasi. Jumlah responden yang berhasil dijangkau dalam penelitian ini adalah 160 orang, yang dianggap cukup untuk analisis statistik terkait perilaku keuangan milenial.

Melalui metode penelitian yang terstruktur dan dapat diukur, diharapkan studi ini mampu menghasilkan data yang akurat dan konsisten, sekaligus memberikan wawasan mendalam tentang berbagai aspek yang

memengaruhi minat generasi milenial terhadap Shopee PayLater, khususnya dalam konteks kebiasaan digital dan pengaturan keuangan mereka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menyajikan temuan-temuan kunci dari penelitian mengenai bagaimana generasi milenial, dalam konteks gaya hidup digital mereka, merespons dan menggunakan layanan Shopee PayLater, serta bagaimana faktor-faktor seperti teknologi finansial, sikap keuangan, dan literasi keuangan memengaruhi perilaku tersebut.

Uji Validitas Instrumen Penelitian

Tahap awal dalam analisis data adalah memastikan bahwa instrumen kuesioner yang digunakan untuk mengumpulkan data dari responden milenial benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur. Proses ini dikenal sebagai uji validitas. Validitas setiap item pernyataan dalam kuesioner ditentukan dengan membandingkan nilai korelasi yang dihasilkan dari perhitungan statistik (r -hitung) dengan nilai standar dari tabel korelasi (r -tabel). Sebuah item dianggap valid jika nilai r -hitungnya melampaui nilai r -tabel.

Tabel 1. Uji Validitas

<u>Variabel</u>	<u>Item</u>	<u>R tabel</u>	<u>R hitung</u>	<u>Ket.</u>
<u>Financial Technology (FinTech)</u>	X1.1	0,653	0,1552	Valid
	X1.2	0,732	0,1552	Valid
	X1.3	0,773	0,1552	Valid
<u>Sikap Keuangan</u>	X2.1	0,681	0,1552	Valid
	X2.2	0,634	0,1552	Valid
	X2.3	0,780	0,1552	Valid
	X2.4	0,751	0,1552	Valid
	X2.5	0,727	0,1552	Valid
	X2.6	0,748	0,1552	Valid
	X2.7	0,700	0,1552	Valid
<u>Pengetahuan keuangan</u>	X3.1	0,708	0,1552	Valid
	X3.2	0,693	0,1552	Valid
	X3.3	0,636	0,1552	Valid
	X3.4	0,828	0,1552	Valid
	X3.5	0,771	0,1552	Valid
	X3.6	0,707	0,1552	Valid
<u>Perilaku Keuangan</u>	Y.1	0,766	0,1552	Valid
	Y.2	0,805	0,1552	Valid
	Y.3	0,847	0,1552	Valid
	Y.4	0,819	0,1552	Valid
	Y.5	0,719	0,1552	Valid

Hasil analisis validitas untuk semua variabel yang diteliti dalam studi ini, yang dilakukan dengan bantuan IBM SPSS Statistics, menunjukkan bahwa seluruh indikator yang digunakan dalam kuesioner telah memenuhi kriteria validitas. Hal ini dibuktikan dengan nilai korelasi (r -hitung) setiap item yang secara konsisten lebih tinggi dari nilai kritis (r -tabel). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa

semua butir pernyataan dalam instrumen penelitian ini adalah valid dan layak digunakan untuk mengukur persepsi dan perilaku milenial terkait Shopee PayLater dalam gaya hidup digital mereka.

Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Setelah validitas terkonfirmasi, langkah selanjutnya adalah uji reliabilitas, yang bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana konsistensi instrumen penelitian dalam melakukan pengukuran. Sebuah item kuesioner dinyatakan reliabel atau dapat diandalkan jika menghasilkan nilai Cronbach's Alpha di atas 0,600. Hasil pengujian reliabilitas untuk masing-masing variabel penelitian—Teknologi Finansial (X1), Sikap Keuangan (X2), Pengetahuan Keuangan (X3), dan Perilaku Keuangan (Y) menunjukkan nilai koefisien sebagai berikut:

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
<i>Financial Technology</i>	0,787	Reliabel
Sikap Keuangan	0,843	Reliabel
Pengetahuan Keuangan	0,820	Reliabel
Perilaku Keuangan	0,851	Reliabel

Teknologi Finansial (X1) = 0,787; Sikap Keuangan (X2) = 0,843; Pengetahuan Keuangan (X3) = 0,820; dan Perilaku Keuangan (Y) = 0,851. Karena semua nilai Cronbach's Alpha ini secara signifikan melampaui batas minimum 0,600, maka dapat disimpulkan bahwa semua instrumen penelitian yang digunakan memenuhi kriteria reliabel dan dapat diterima untuk mengukur variabel-variabel terkait daya tarik Shopee PayLater di kalangan milenial.

Pengujian Hipotesis Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis secara parsial (Uji t) dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen (teknologi finansial, sikap keuangan, dan pengetahuan keuangan) terhadap variabel dependen (perilaku penggunaan Shopee PayLater) secara individual.

Tabel 3. Uji T

Coefficients ^a					
	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	4,967	1,237		,000
	Total_X1	-,040	,077	-,033	,603
	Total_X2	,133	,047	,218	,005
	Total_X3	,525	,063	,616	,000

a. Teknologi Finansial (X1) dan Perilaku Penggunaan Shopee PayLater:

Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh teknologi finansial (X1) terhadap perilaku keuangan (Y) adalah 0,603. Karena nilai p (0,603) ini lebih besar dari tingkat signifikansi standar ($\alpha = 0,05$), hal ini mengindikasikan bahwa meskipun ada kecenderungan pengaruh positif, hubungan tersebut tidak signifikan secara statistik.

Dengan kata lain, kemudahan yang ditawarkan oleh teknologi finansial dalam gaya hidup digital milenial tidak secara langsung dan signifikan mendorong penggunaan Shopee PayLater berdasarkan temuan ini. Hipotesis pertama (H1) dengan demikian tidak dapat didukung.

b. Sikap Keuangan (X2) dan Perilaku Penggunaan Shopee PayLater: Untuk variabel sikap keuangan (X2), diperoleh nilai signifikansi 0,005. Nilai p (0,005) ini lebih kecil dari tingkat signifikansi standar ($\alpha = 0,05$), yang membuktikan adanya pengaruh positif yang signifikan dari sikap keuangan terhadap perilaku penggunaan Shopee PayLater (Y). Ini berarti, bagaimana milenial memandang dan mengelola keuangan pribadi mereka secara signifikan memengaruhi keputusan mereka dalam memanfaatkan Shopee PayLater sebagai bagian dari gaya hidup digital mereka. Hipotesis kedua (H2) dapat diterima.

c. Pengetahuan Keuangan (X3) dan Perilaku Penggunaan Shopee PayLater: Variabel pengetahuan keuangan (X3) menunjukkan pengaruh yang paling dominan dan signifikan, dengan nilai signifikansi 0,000 ($P < 0,001$). Temuan ini mengonfirmasi adanya pengaruh positif yang sangat signifikan dari tingkat literasi atau pengetahuan keuangan terhadap perilaku penggunaan Shopee PayLater (Y). Artinya, semakin tinggi pemahaman milenial tentang konsep keuangan, semakin bijak dan terencana pula mereka dalam menggunakan Shopee PayLater, mencerminkan adaptasi cerdas terhadap tawaran finansial dalam gaya hidup digital. Hipotesis ketiga (H3) terbukti valid.

Pengujian Hipotesis Simultan (Uji F):

Tabel 4. Uji f

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	539,543	3	179,848	73,865	.000 ^b
	Residual	379,832	156	2,435		
	Total	919,375	159			

Uji F dilakukan untuk menguji pengaruh gabungan dari semua variabel independen (teknologi finansial, sikap keuangan, dan pengetahuan keuangan) terhadap variabel dependen (perilaku penggunaan Shopee PayLater). Hasil analisis ANOVA menunjukkan nilai signifikansi simultan sebesar 0,000, yang jauh lebih kecil dari ambang batas 0,05. Nilai F hitung yang diperoleh adalah 73,865, yang juga secara signifikan melebihi nilai F tabel kritis (2,663). Temuan ini membuktikan bahwa secara

bersama-sama, teknologi finansial, sikap keuangan, dan pengetahuan keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku milenial dalam menggunakan Shopee PayLater. Ini mengindikasikan bahwa daya tarik Shopee PayLater di kalangan milenial tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor, melainkan interaksi kompleks dari kemudahan teknologi, pandangan pribadi terhadap uang, dan pemahaman akan risiko serta manfaat finansial dalam konteks gaya hidup digital mereka.

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 5. Hasil Nilai Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.766 ^a	.587	.579	1.560
a. Predictors: (Constant), Pengetahuan Keuangan, Fintech, Sikap Keuangan				

Hasil analisis regresi menunjukkan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,587. Angka ini mengindikasikan bahwa sekitar 58,7% variasi dalam perilaku penggunaan Shopee PayLater (Y) oleh generasi milenial dapat dijelaskan oleh kombinasi dari variabel teknologi finansial (X1), sikap keuangan (X2), dan pengetahuan keuangan (X3). Sementara itu, sisa 41,3% variasi kemungkinan dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini, seperti pengaruh teman sebaya, promosi dari Shopee, atau aspek-aspek lain dari gaya hidup digital yang belum teridentifikasi.

Daya Tarik Teknologi Finansial yang Belum Optimal

Meskipun teknologi finansial menawarkan kemudahan transaksi yang sejalan dengan gaya hidup digital milenial, temuan bahwa pengaruhnya tidak signifikan secara statistik terhadap penggunaan Shopee PayLater menunjukkan sebuah ironi. Kemudahan akses dan proses yang cepat ternyata belum sepenuhnya dimanfaatkan secara bijak. Ada indikasi bahwa sebagian milenial mungkin terjebak dalam pola konsumtif akibat kemudahan ini, sehingga manfaat strategis fintech untuk perencanaan keuangan yang lebih baik belum terealisasi sepenuhnya. Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa kemudahan transaksi tetap menjadi daya tarik awal Shopee PayLater bagi generasi yang mendambakan efisiensi dalam setiap aspek gaya hidup digital mereka.

Sikap Keuangan sebagai Kunci Pengendalian Diri

Pengaruh signifikan sikap keuangan terhadap perilaku penggunaan Shopee PayLater menggarisbawahi pentingnya aspek psikologis dalam pengambilan keputusan finansial di era digital. Milenial dengan sikap keuangan yang positif cenderung berhati-hati, berorientasi jangka panjang, dan mampu menyeimbangkan pemasukan dengan pengeluaran akan lebih mampu mengendalikan diri dalam memanfaatkan fasilitas seperti Shopee PayLater. Mereka tidak mudah tergoda untuk melakukan pembelian impulsif, melainkan menggunakan layanan tersebut sebagai alat bantu yang terencana. Ini menunjukkan bahwa daya tarik Shopee PayLater dapat dikelola dengan baik jika diimbangi dengan

sikap keuangan yang matang, bahkan di tengah derasny arus gaya hidup digital yang serba instan.

Literasi Keuangan sebagai Fondasi Keputusan Cerdas

Pengaruh paling kuat datang dari pengetahuan atau literasi keuangan. Hal ini sangat relevan dalam konteks gaya hidup digital, di mana milenial dibanjiri berbagai informasi dan tawaran produk keuangan. Milenial yang memiliki pemahaman yang baik tentang konsep bunga, utang, investasi, dan risiko finansial akan lebih selektif dan rasional dalam menggunakan Shopee PayLater. Mereka mampu melihat layanan ini bukan hanya sebagai kemudahan sesaat, tetapi juga sebagai instrumen yang memiliki implikasi finansial jangka panjang. Tingginya literasi keuangan menjadi benteng pertahanan terhadap potensi risiko jeratan utang dan perilaku konsumtif berlebihan yang seringkali diasosiasikan dengan layanan "beli sekarang, bayar nanti". Daya tarik Shopee PayLater bagi mereka adalah kemampuannya untuk mendukung perencanaan pembelian yang cerdas, bukan sekadar memenuhi keinginan sesaat yang didorong oleh tren gaya hidup digital

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis mendalam terhadap data yang terkumpul dari generasi milenial, penelitian ini menghasilkan beberapa kesimpulan penting terkait daya tarik dan penggunaan Shopee PayLater dalam konteks gaya hidup digital dan pengelolaan keuangan mereka. Pertama, terungkap bahwa kemudahan yang ditawarkan oleh teknologi finansial, meskipun menjadi bagian tak terpisahkan dari gaya hidup digital milenial, tidak secara otomatis memberikan pengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan mereka terkait penggunaan Shopee PayLater. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar milenial belum sepenuhnya memaksimalkan potensi strategis teknologi keuangan. Mereka cenderung memanfaatkan layanan seperti Shopee PayLater lebih sebagai alat transaksi pembayaran instan yang mendukung gaya hidup praktis mereka, ketimbang sebagai instrumen untuk perencanaan keuangan jangka panjang, aktivitas menabung, atau pengelolaan anggaran yang komprehensif. Akibatnya, dampak transformatif dari teknologi finansial terhadap perilaku keuangan yang lebih bijak belum termanifestasi secara nyata pada kelompok ini.

Kedua, sikap keuangan individu terbukti memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap perilaku keuangan milenial. Temuan ini menggarisbawahi bahwa semakin positif pandangan dan pendekatan seseorang dalam mengelola serta mengalokasikan sumber daya finansial yang dimiliki, maka akan semakin baik pula perilaku keuangan yang mereka tunjukkan. Generasi milenial yang memiliki sikap disiplin, kehati-hatian, dan kebijaksanaan dalam penggunaan uang cenderung lebih mampu mengendalikan pengeluaran dan menjaga stabilitas finansial mereka, bahkan ketika dihadapkan pada kemudahan akses kredit instan seperti yang ditawarkan Shopee PayLater. Sikap ini menjadi filter internal yang penting dalam menavigasi godaan konsumtif dalam gaya hidup digital.

Ketiga, dan yang paling menonjol, adalah pengaruh signifikan dari literasi atau pengetahuan keuangan terhadap perilaku keuangan generasi milenial. Individu dengan pemahaman yang solid mengenai konsep-konsep finansial—seperti bunga, utang, investasi, dan risiko—cenderung menunjukkan kapabilitas yang lebih superior dalam mengatur keuangan pribadi, merencanakan investasi, dan memastikan adanya proteksi finansial seperti asuransi. Berbekal pengetahuan ini, milenial dapat memanfaatkan layanan seperti Shopee PayLater secara lebih arif dan terukur. Penggunaannya tidak lagi semata-mata didorong oleh keinginan konsumtif sesaat yang kerap diasosiasikan dengan gaya hidup digital, melainkan terintegrasi dalam kerangka perencanaan keuangan yang lebih sehat dan berkelanjutan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sikap keuangan yang positif dan tingkat literasi keuangan yang tinggi merupakan dua pilar fundamental yang membentuk perilaku penggunaan Shopee PayLater yang bertanggung jawab dan cerdas di kalangan generasi milenial. Dalam menghadapi daya tarik kemudahan transaksi dan pemenuhan kebutuhan gaya hidup digital, kedua faktor ini menjadi penentu apakah layanan seperti Shopee PayLater akan menjadi alat pendukung finansial yang bermanfaat atau justru menjadi pemicu masalah keuangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Wahjono, Sentot Imam, Marina, Anna, & Kurniawati, Tri. (2021). *Crowdfunding untuk danai UKM dan bisnis start-up*. Banda Aceh: Syiah Kuala University Press.
- Ajzen, I. (1991). Teori perilaku terencana. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Ariani, D. W. (2018). *Faktor-faktor yang memengaruhi perilaku keuangan*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Bank Indonesia. (2022). *Hasil survei nasional literasi dan inklusi keuangan*. (Catatan: Tautan spesifik tidak tersedia dalam sumber asli, dapat ditambahkan jika diketahui).
- Chen, L., & Li, W. (2020). Pengaruh teknologi keuangan terhadap perilaku keuangan konsumen. *Journal of Financial Services Research*, 57(3), 345–367.
- Fitriani, Y., & Sari, M. (2020). Hubungan literasi keuangan dan sikap keuangan dengan perilaku keuangan mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(2), 112–120.
- Kusuma, H., & Wulandari, R. (2021). Literasi keuangan, teknologi keuangan, dan pola konsumtif mahasiswa di era digital. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 9(1), 45–56.
- Lestari, P., & Yulianti, N. (2021). Dampak literasi dan sikap keuangan terhadap pengelolaan keuangan individu. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 9(2), 89–96.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). Signifikansi ekonomi literasi keuangan: Perspektif teoretis dan empiris. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44.

- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2023). *Laporan survei nasional literasi dan inklusi keuangan 2022*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.
- Priyono, A., & Wijaya, B. (2021). Konsumerisme dan pola keuangan milenial di era digital. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 21(2), 112–125.
- Rahmawati, I., & Pratama, A. (2022). Pengaruh teknologi keuangan terhadap pola keuangan generasi milenial di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 20(1), 45–52.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Metodologi penelitian bisnis: Pendekatan pengembangan keterampilan* (Edisi ke-7). Wiley.
- Shopee Indonesia. (2023). *Syarat dan ketentuan layanan Shopee PayLater*. Diakses dari <https://shopee.co.id/m/shopee-paylater>
- Shopee. (2023). *Tren pembayaran digital generasi milenial di Indonesia*. (Catatan: Tautan spesifik tidak tersedia dalam sumber asli, dapat ditambahkan jika diketahui).
- Sugiyono. (2019). *Metodologi penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Taufiq, M., & Hidayat, R. (2022). Faktor-faktor yang memengaruhi adopsi teknologi keuangan PayLater di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Digital*, 5(1), 45–60.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2012). Penerimaan dan penggunaan teknologi informasi oleh konsumen. *MIS Quarterly*, 36(1), 157–178.
- Widiyanti, M., & Rahman, A. (2021). Pengaruh pemahaman keuangan terhadap pengelolaan keuangan pribadi milenial. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 25(1), 34–42.
- Arif Nurohman, Y., & Sari Qurniawati, R. (2022). Buy Now, Pay Later: Pengaruh PayLater terhadap pembelian impulsif generasi muda Muslim. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 15(3), 319.
- Fiiika, A., Haqiqi, Z., & Pertiwi, T. K. (2022). Dampak teknologi keuangan, literasi keuangan, dan sikap keuangan terhadap perilaku keuangan generasi Z selama pandemi Covid-19 pada mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(2), 2022–2355.
- Kustina, K. T., Sulasmi, N. P. A., Dewi, P. P. R. A., & Prena, G. D. (2025). Perilaku keuangan milenial di Kota Denpasar: Pengaruh literasi keuangan, adopsi pembayaran fintech, pembelian impulsif, dan efikasi diri keuangan. *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 16(2), 209–225.
- Mukti, V. W., Rinofah, R., & Kusumawardhani, R. (2022). Pengaruh pembayaran fintech dan literasi keuangan terhadap manajemen keuangan mahasiswa. *Jurnal Akuntansi*, 19(1).
- Ningtyas, M. N. (2019). Pemahaman keuangan pada generasi milenial. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, 13(1), 20–27.
- Purwanto, H., Yandri, D., & Prawira Yoga, M. (2022). Perkembangan teknologi keuangan dan dampaknya terhadap manajemen keuangan masyarakat. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 17(2).
- Rukoyah, S., & Susilawati. (2025). Pengaruh teknologi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku keuangan generasi Z di Kabupaten Bandung. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 11(2), 921–932.