



Prosiding Seminar Nasional Manajemen

Vol 4 No. 2 Tahun 2025: 1427-1430

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/index>

ISSN: 2830-7747; e-ISSN: 2830-5353



Dampak Cashless Payment Terhadap Pola Konsumsi Generasi Z

Sabrina Salsabila¹

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

Corresponding author: sabrinasalsabila380@gmail.com

INFO ARTIKEL

Diterima April 2025

Disetujui Mei 2025

Diterbitkan Juni 2025

Kata Kunci:

cashless payment, pola konsumsi, Generasi Z, digitalisasi, perilaku konsumtif.

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan signifikan dalam sistem pembayaran, salah satunya adalah meningkatnya penggunaan metode pembayaran non-tunai (cashless payment). Generasi Z, sebagai generasi yang akrab dengan teknologi, menjadi kelompok yang paling cepat mengadopsi metode ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penggunaan cashless payment memengaruhi pola konsumsi Generasi Z. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik survei terhadap 50 mahasiswa sebagai responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan dan kenyamanan dalam menggunakan cashless payment berkontribusi terhadap meningkatnya perilaku konsumtif dan pembelian impulsif pada Generasi Z. Temuan ini menunjukkan bahwa digitalisasi sistem pembayaran bukan hanya mempengaruhi efisiensi transaksi, tetapi juga berdampak pada perilaku ekonomi individu.

ABSTRACT

The advancement of digital technology has significantly transformed payment systems, with the increasing adoption of cashless payment methods being one of the most notable changes. Generation Z, known for their familiarity with technology, is among the fastest groups to adopt this payment method. This study aims to examine how the use of cashless payments influences the consumption patterns of Generation Z. A quantitative approach was used, with data collected through surveys of 50 university students. The results indicate that the convenience and ease of cashless transactions contribute to an increase in consumptive behavior and impulsive buying among Generation Z. These findings suggest that the digitalization of payment systems not only improves transaction efficiency but also affects individual economic behavior.

Keywords:

Keywords: cashless payment, consumption pattern, Generation Z, digitalization, consumer behavior.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam sistem pembayaran. Salah satu inovasi yang paling menonjol adalah penggunaan metode pembayaran non-tunai atau cashless payment seperti dompet digital (e-wallet), kartu debit, kartu kredit, dan pembayaran berbasis QR code. Pemerintah Indonesia juga mendorong gerakan nasional non-tunai guna menciptakan ekosistem keuangan yang efisien dan transparan.

Generasi Z, yaitu individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, dikenal sebagai generasi yang tumbuh dan berkembang di tengah kemajuan teknologi. Mereka sangat akrab dengan perangkat digital dan layanan keuangan berbasis teknologi, sehingga menjadi pengguna utama dari berbagai platform cashless. Kemudahan dan kecepatan transaksi yang ditawarkan oleh sistem pembayaran ini membuat Generasi Z cenderung lebih impulsif dalam melakukan pembelian.

Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas adopsi teknologi keuangan dan preferensi terhadap metode pembayaran digital. Namun, sebagian besar fokus pada aspek keamanan, kenyamanan, atau kepuasan pengguna. Masih sedikit penelitian yang secara spesifik mengkaji dampak cashless payment terhadap pola konsumsi, khususnya pada Generasi Z yang memiliki karakteristik konsumsi yang unik dan dinamis.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penggunaan cashless payment memengaruhi pola konsumsi Generasi Z, dengan fokus pada peningkatan perilaku konsumtif dan kecenderungan melakukan pembelian impulsif. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memahami dampak sosial dan ekonomi dari digitalisasi sistem pembayaran, serta menjadi bahan pertimbangan dalam edukasi keuangan bagi generasi muda.

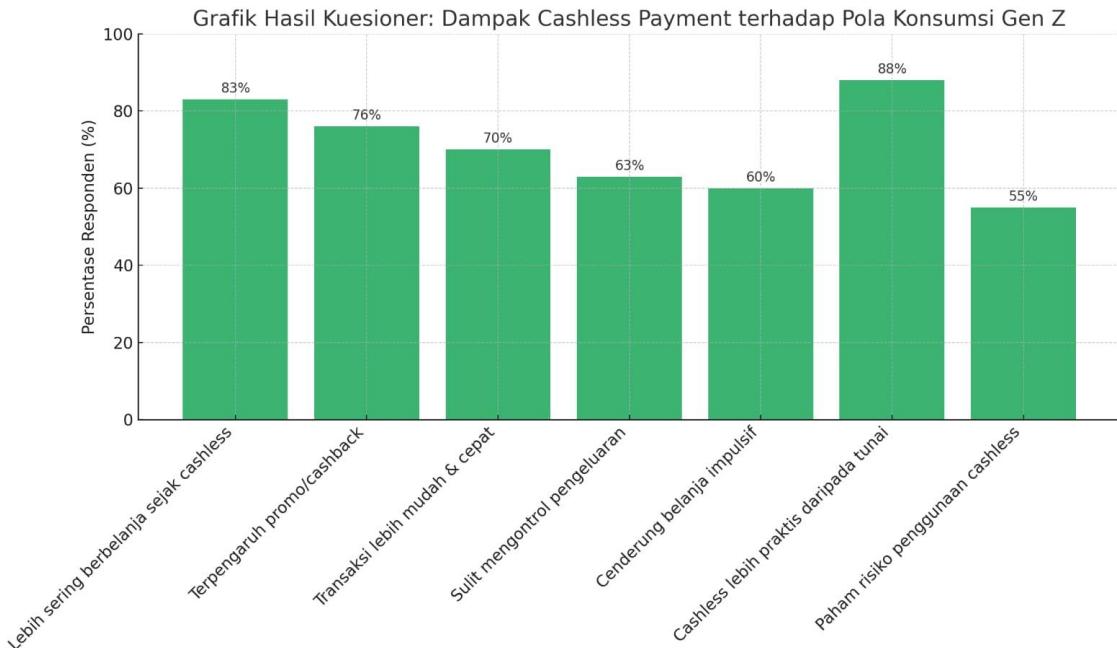
KAJIAN LITERATUR

Cashless payment merupakan metode pembayaran yang tidak menggunakan uang tunai secara langsung, melainkan menggunakan media digital seperti e-wallet, kartu debit/kredit, dan QR code. Menurut Schmitt (2010), pengalaman konsumen dalam bertransaksi dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Teori perilaku konsumen juga menyebutkan bahwa kemudahan dan kenyamanan dapat meningkatkan intensitas konsumsi. Generasi Z dikenal sebagai generasi yang sangat responsif terhadap inovasi teknologi dan memiliki gaya hidup yang serba cepat, sehingga cashless payment sangat sesuai dengan karakteristik mereka.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 50 responden yang termasuk dalam kategori Generasi Z. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier sederhana untuk mengetahui pengaruh variabel cashless payment terhadap pola konsumsi.

HASIL DAN PEMBAHASAN



Gambar 1.1 grafik dampak cashless payment

Analisis regresi linier sederhana dilakukan untuk mengetahui pengaruh frekuensi penggunaan cashless payment (X) terhadap tingkat pembelian impulsif (Y) pada Generasi Z. Variabel X diukur berdasarkan seberapa sering responden menggunakan metode pembayaran non-tunai dalam seminggu, sementara variabel Y diukur berdasarkan seberapa sering responden melakukan pembelian impulsif.

Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 50 responden dari kalangan Generasi Z guna mengetahui bagaimana penggunaan cashless payment memengaruhi pola konsumsi mereka. Hasil yang diperoleh dapat dirangkum sebagai berikut:

83% responden menyatakan bahwa mereka lebih sering berbelanja sejak menggunakan metode pembayaran cashless.

76% responden mengaku sering terpengaruh oleh promo dan cashback saat melakukan transaksi non-tunai.

70% responden merasa bahwa metode pembayaran cashless mempermudah dan mempercepat proses transaksi.

63% responden mengalami kesulitan dalam mengontrol pengeluaran karena penggunaan uang non-fisik.

60% responden cenderung melakukan pembelian secara impulsif saat menggunakan metode cashless.

88% responden menyatakan bahwa cashless lebih praktis dibandingkan metode tunai.

55% responden menyadari adanya risiko dari penggunaan cashless payment, seperti overspending dan kurangnya pencatatan keuangan.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa cashless payment memberikan dampak yang cukup signifikan terhadap pola konsumsi Generasi Z. Kemudahan akses dan kecepatan transaksi menjadi

alasan utama mengapa metode ini sangat digemari. Temuan ini sejalan dengan perkembangan teknologi keuangan yang memang ditujukan untuk meningkatkan efisiensi dan kenyamanan konsumen.

Namun, dari sisi negatif, banyak responden mengalami kesulitan dalam mengelola keuangan akibat kurangnya kesadaran akan pengeluaran yang dilakukan secara digital. Tidak adanya uang fisik membuat sebagian besar responden merasa “tidak mengeluarkan uang,” sehingga mendorong mereka untuk berbelanja lebih sering dan bahkan secara impulsif.

Promo dan cashback yang diberikan oleh penyedia layanan keuangan digital juga terbukti efektif dalam mendorong konsumsi. Hal ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran berbasis digital sangat berpengaruh pada perilaku konsumtif Generasi Z.

Walaupun mayoritas responden merasa cashless lebih praktis, hanya sekitar separuh dari mereka yang benar-benar menyadari risiko keuangan yang bisa ditimbulkan. Ini menunjukkan perlunya peningkatan literasi keuangan digital agar Generasi Z dapat mengelola keuangan secara bijak di tengah arus perkembangan teknologi.

Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa penggunaan cashless payment memang memiliki kecenderungan untuk meningkatkan perilaku konsumtif berupa pembelian impulsif pada Generasi Z. Hal ini sesuai dengan teori perilaku konsumen yang menyatakan bahwa kemudahan dalam transaksi dapat mengurangi hambatan psikologis dalam membelanjakan uang.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa meskipun metode pembayaran cashless memiliki pengaruh terhadap peningkatan perilaku konsumtif, pengaruh tersebut tidak signifikan secara kuat jika dilihat secara statistik. Penelitian lebih lanjut dengan mempertimbangkan variabel-variabel tambahan sangat dianjurkan untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif mengenai pola konsumsi Generasi Z.

KESIMPULAN

Penggunaan cashless payment berpengaruh terhadap pola konsumsi Generasi Z, khususnya dalam meningkatkan kecenderungan konsumtif dan transaksi impulsif. Digitalisasi sistem pembayaran memberikan kemudahan, namun juga perlu diimbangi dengan edukasi keuangan agar tidak menimbulkan perilaku konsumsi yang tidak terkendali. Penelitian ini diharapkan menjadi acuan bagi pengambil kebijakan dan institusi pendidikan dalam memberikan pemahaman tentang pengelolaan keuangan yang bijak.

REFERENSI

- Bank Indonesia. (2023). *Statistik Transaksi Non-Tunai 2023*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Schmitt, Bernd H. (2010). *Experiential Marketing, How to Get Customer to Sense, Feel, Think, Act, Relate, to Your Company and Brands*. New York: The Free Press.
- Zietsman, M. L., Mostert, P & Svensson, G. (2019). Perceived price and service quality as mediators between price fairness and perceived value in business banking relationships: A micro-enterprise perspective. *International Journal of Bank Marketing*, 37 (1), 2-19.