

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Kota Banjarmasin atau dikenal sebagai Bandiermasinensis dalam bahasa Latin, adalah salah satu kota dan sekaligus ibu kota provinsi Kalimantan Selatan, Indonesia. Kota ini berfungsi sebagai Pusat Kegiatan Wilayah (PKW) dan juga sebagai pusat pemerintahan provinsi, serta menjadi pintu gerbang nasional dan pusat ekonomi nasional. Selain itu, Banjarmasin memiliki peran penting di wilayah Kalimantan Selatan dengan posisi geografis yang sangat strategis. Sebagai salah satu kota terpadat di Kalimantan, meskipun luasnya lebih kecil dibandingkan dengan Jakarta Barat, Banjarmasin terletak di tepi sungai-sungai yang memisahkan pulau-pulau seperti Pulau Tatas, Pulau Kelayan, Pulau Rantauan Keliling, Pulau Insan, dan lainnya.

Kota tersebut berlokasi di sepanjang tepian timur Sungai Barito dan terbagi oleh Sungai Martapura yang bermuara di Pegunungan Meratus. Banjarmasin dipengaruhi oleh pasang surut air laut Jawa, sehingga memengaruhi sistem drainase kota dan menciptakan karakteristik unik dalam kehidupan masyarakat sekitarnya. Hal ini terutama terlihat dalam pemanfaatan sungai sebagai sarana transportasi air, destinasi pariwisata, kegiatan perikanan, dan perdagangan. Dilansir dari Kota Banjarmasin dalam Angka Tahun 2022 yang dikeluarkan BPS, posisi astronomis Kota Banjarmasin berada di antara $3^{\circ}16'46''$ hingga $3^{\circ}22'54''$ lintang selatan dan $114^{\circ}31'40''$ hingga $114^{\circ}39'55''$ bujur timur. Dengan lokasinya ini, Kota Banjarmasin termasuk dalam Zona

Waktu Indonesia Tengah (WITA). Wilayah Kota Banjarmasin memiliki luas sekitar 98,46 kilometer persegi dan terbagi menjadi lima kecamatan, yaitu Banjarmasin Selatan, Banjarmasin Timur, Banjarmasin Barat, Banjarmasin Tengah, dan Banjarmasin Utara. Secara geografis, batas wilayah Kota Banjarmasin melibatkan Kabupaten Barito Kuala di sebelah utara, Kabupaten Banjar di sebelah timur, Kabupaten Barito Kuala di sebelah barat, dan Kabupaten Banjar di sebelah selatan. Dikenal sebagai "kota seribu sungai," Banjarmasin dilalui oleh beberapa sungai termasuk Sungai Barito dan Sungai Martapura, dimana Sungai Martapura menjadi sungai terpanjang yang melintasi kota ini dengan panjang mencapai 25.066 meter.

Berdasarkan data statistik tahun 2001, dari total luas wilayah Kota Banjarmasin sekitar 98,46 km², dapat disajikan bahwa alokasi lahan saat ini melibatkan 3.111,9 ha untuk pertanian, 278 ha untuk perindustrian, 443,4 ha untuk sektor jasa, 3.029,3 ha untuk pemukiman, dan 336,8 ha untuk lahan perusahaan. Perubahan dan pertumbuhan wilayah terus terjadi sejalan dengan peningkatan jumlah penduduk, kemajuan teknologi, perkembangan tingkat pendidikan, dan peningkatan penguasaan ilmu pengetahuan teknologi (BPS Kota Banjarmasin, 2022).

Tabel 2.2
Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Usia

Kelompok Usia	Jumlah Penduduk di Kota Banjarmasin pada Tahun 2022 (Jiwa)		
	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
10-14 Tahun	29.192	26.970	56.970
15-19 Tahun	26.992	25.554	52.546
20-24 Tahun	27.436	26.250	53.686
25-29 Tahun	26.199	25.100	51.299
Jumlah	109.819	103.874	214.501

Sumber : BPS Kota Banjarmasin

B. Hasil Data

Berdasarkan hasil penelitian lapangan yang dilakukan peneliti dengan cara wawancara langsung kepada sepuluh (10) generasi z yang memenuhi kriteria sampling. Informan tersebut terdiri dari generasi Z yang tersebar di lima (5) kecamatan di kota Banjarmasin. 2 orang dari kecamatan Banjarmasin Timur, 2 orang dari kecamatan Banjarmasin Barat, 2 orang dari kecamatan Banjarmasin Utara, 2 orang dari kecamatan Banjarmasin Selatan, dan 2 orang dari kecamatan Banjarmasin Tengah.

Dari wawancara tersebut, peneliti mendapatkan data terkait Penggunaan *Digital payment* dalam Membentuk Perilaku Konsumsi Pada Generasi Z di Kota Banjarmasin. Maka diperoleh informasi penelitian dari sepuluh (10) generasi z dengan deskripsi sebagai berikut.

Informan Pertama

Nama : Raditya
Usia (Tahun Kelahiran) : 17 Tahun (2006)
Kecamatan : Banjarmasin Timur

Selama dua tahun terakhir, generasi z telah menggunakan *digital payment* sebagai sarana transaksi utama. Awalnya, ia memanfaatkan kartu debit untuk berbelanja di swalayan. Menurutnya, *digital payment* telah membawa kemudahan signifikan dalam setiap transaksi, memberikan kenyamanan dan keamanan yang lebih baik. Keuntungan utamanya adalah tidak perlu khawatir tentang kekurangan uang saat bertransaksi. Generasi z melihat bahwa sejak menggunakan *digital payment*, pola konsumsinya menjadi lebih terkontrol. Hal ini dikarenakan kini ia dapat dengan mudah memeriksa saldo sebelum bertransaksi, sehingga dapat mempertimbangkan keinginan untuk membeli sesuatu.

Digital payment memberikan keleluasaan bagi generasi z untuk bertransaksi kapan saja dan di mana saja. Biasanya, ia menggunakan metode pembayaran digital saat berbelanja di toko atau swalayan, serta melakukan pembayaran kewajiban secara online melalui layanan m-banking. Manfaat yang paling dirasakan oleh generasi z dari *digital payment* adalah rasa nyaman, penghematan waktu, dan keamanan transaksi. Dengan menggunakan *digital payment*, ia tidak perlu membawa uang tunai berlebihan, memberikan kepraktisan dalam aktivitas sehari-hari. Meskipun lingkungan sekitar tidak begitu memengaruhi keputusan pembelian generasi z, ia tetap berpegang pada

prinsip membeli sesuatu sesuai kebutuhan. Belajar untuk menahan diri dan lebih mempertimbangkan setiap barang yang akan dibeli adalah suatu hal yang penting bagi generasi z. Generasi z mengakui pernah merasakan ketertarikan mendalam terhadap penawaran di media sosial dan cerita dari teman-teman. Namun, ia selalu kembali pada pertimbangan apakah ia benar-benar membutuhkan barang tersebut atau hanya sebatas keinginan semata. Upaya untuk membeli barang yang memang benar-benar diperlukan menjadi kunci kontrol diri generasi z, dengan kesadaran bahwa masih banyak keperluan pokok yang harus dipenuhi dan pentingnya mengatur keuangan agar semua kebutuhan tercukupi.

Informan Kedua

Nama : Nanda
Usia (Tahun Kelahiran) : 21 Tahun (2003)
Kecamatan : Banjarmasin Timur

Sekitar tiga tahun yang lalu, generasi z ini telah mengadopsi penggunaan *digital payment* dan merasakan dampak positif yang signifikan. Menurutnya, *digital payment* membawa kenyamanan, efisiensi, keamanan, kecepatan, dan kemudahan dalam setiap transaksi, karena tidak lagi memerlukan uang tunai. Awalnya, sebelum mengenal *digital payment*, ia merasa repot dan khawatir, tetapi sejak itu, hampir 95% dari transaksinya dilakukan melalui platform digital.

Manfaat utama yang dirasakannya setelah menggunakan *digital payment* adalah kemampuan untuk bertransaksi kapan saja dan di mana saja.

Penggunaannya mencakup berbagai aktivitas seperti pembayaran online, pembelian kebutuhan pribadi dan rumah tangga, serta pembayaran tagihan.

Meskipun lingkungan sekitar tidak memiliki pengaruh besar terhadap keputusannya dalam bertransaksi, generasi z ini menegaskan bahwa prinsip utamanya adalah membeli produk atau jasa berdasarkan kebutuhan daripada keinginan. Pentingnya mempertimbangkan tingkat urgensi atau kebutuhan dalam setiap pembelian dijelaskan lebih lanjut oleh generasi z. Meskipun terkadang tertarik untuk membeli produk berdasarkan iklan di media sosial atau rekomendasi dari teman, ia tetap berpegang pada kebijakan rasionalitas. Ia secara cermat mempertimbangkan apakah produk yang ingin dibeli benar-benar diperlukan atau hanya mengikuti tren atau gaya. Dengan memegang prinsip bahwa pembelian harus disesuaikan dengan kebutuhan, ia yakin bahwa produk yang dibelinya akan sesuai dengan yang ia butuhkan. Untuk mengontrol hal ini, ia membuat *list* produk-produk yang akan dibeli, dengan mempertimbangkan kebutuhan yang paling pokok dan lainnya. Prinsip ini diyakininya sebagai kunci untuk menghindari pemborosan dan memastikan keuangan terkelola dengan baik.

Informan Ketiga

Nama : Raissa
Usia (Tahun Kelahiran) : 20 Tahun (2004)
Kecamatan : Banjarmasin Barat

Pada tahun 2020, ketika pandemi COVID-19 mulai melanda dan pemerintah menerapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), memaksa

masyarakat untuk menjalankan seluruh kegiatan dari rumah, generasi z ini memutuskan untuk memanfaatkan *digital payment*. Keputusan ini bertujuan untuk mempermudah segala jenis transaksi dan berdampak pada peningkatan pola konsumsinya. Melalui platform digital seperti Shopee untuk berbelanja online dengan sistem pembayaran transfer bank atau yang lainnya dan berbelanja di Mall dengan mesin EDC atau QRIS yang telah disediakan, transaksi menggunakan *digital payment* memberikan kemudahan yang signifikan dalam proses pembayaran. Manfaat utama yang dirasakan generasi z adalah efisiensi waktu, memungkinkan dia untuk menyelesaikan transaksi dengan cepat dan tanpa kesulitan.

Pengaruh lingkungan sekitar, terutama rekomendasi produk dari teman-teman, memiliki dampak besar pada keputusan pembelian generasi z. Seringkali, rekomendasi teman-teman mempengaruhi pilihan produk yang dibeli. Kesadaran generasi z akan pentingnya hati-hati dalam mengambil keputusan pembelian semakin tumbuh. Sebelum membeli sesuatu, ia dengan hati-hati mempertimbangkan kebutuhan, anggaran yang tersedia, dan manfaat jangka panjang dari pembelian tersebut. Meskipun pernah merasa tertarik untuk membeli produk tertentu karena melihatnya di media sosial atau direkomendasikan oleh teman, generasi z tetap berusaha untuk tetap rasional. Ia memastikan setiap keputusan pembelian melibatkan pertimbangan matang dengan memeriksa kebutuhan dan anggaran yang telah ditetapkan. Meskipun tidak sering, ketika tertarik pada suatu barang, generasi z selalu melihatnya dari sisi prioritas. Jika barang tersebut dianggap sebagai kebutuhan yang harus

dipenuhi, generasi z akan membelinya. Untuk mengontrol diri, generasi z membuat daftar kebutuhan dan selalu mengikuti anggaran yang telah ditetapkan. Dengan pendekatan ini, generasi z berhasil menjaga agar pembeliannya tetap terkendali dan sesuai dengan prioritas yang telah ditetapkan.

Informan Keempat

Nama : Imam
Usia (Tahun Kelahiran) : 22 Tahun (2002)
Kecamatan : Banjarmasin Barat

Sejak tahun 2020, generasi z mulai menggunakan *digital payment* dan perubahan ini tidak hanya mencakup dirinya sendiri, melainkan juga mengubah pola konsumsi secara menyeluruh. Sebelumnya, keberadaan uang tunai dalam dompet menjadi elemen krusial setiap kali generasi z ingin berbelanja. Tanpa uang tunai, pembelian menjadi sulit dilakukan. Namun, dengan kedatangan *digital payment*, bahkan tanpa uang tunai, proses berbelanja menjadi lebih mudah, dan terjadi peningkatan yang signifikan dalam pola konsumsinya.

Salah satu manfaat yang paling dirasakan oleh generasi z dari penggunaan *digital payment* adalah kemudahan bertransaksi tanpa perlu menyediakan uang tunai. Dengan hanya menggunakan aplikasi di *smartphone*, berbelanja dapat dilakukan dengan mudah melalui *scan barcode* QRIS atau transfer. Tempat-tempat seperti mal, toko buku, dan penggunaan Shopeepay sebagai salah satu aplikasi belanja online menjadi tempat rutin bagi generasi z dalam menggunakan *digital payment*.

Setelah beralih ke *digital payment*, generasi z merasakan manfaat utama dalam kemudahan bertransaksi saat berbelanja. Pengaruh lingkungan sekitar dalam proses pembelian tidak begitu signifikan bagi generasi z. Ia dapat mengendalikan pengaruh tersebut dengan memfilter kebutuhan berdasarkan tingkat urgensi, dengan tetap mempertimbangkan dan memprioritaskan pembelian berdasarkan skala urgensi. Media sosial dan rekomendasi dari teman-teman kadang-kadang dapat memberikan pengaruh pada keputusan pembelian generasi z. Meskipun terkadang tertarik untuk membeli sesuatu yang unik dan menarik setelah melihatnya di media sosial atau mendapat rekomendasi, generasi z tetap mempertahankan sikap netral. Keputusan untuk berbelanja secara impulsif tidak sering terjadi, karena generasi z menciptakan filter urgensi untuk setiap pembelian, memastikan bahwa barang yang benar-benar dibutuhkan tetap menjadi prioritas, sementara pembelian yang kurang mendesak dapat ditunda hingga menjadi kebutuhan yang lebih mendesak.

Informan Kelima

Nama : Juraida
Usia (Tahun Kelahiran) : 22 Tahun (2001)
Kecamatan : Banjarmasin Tengah

Pada tahun 2022, generasi z mulai menggunakan *digital payment*. Generasi z percaya bahwa hal ini akan membawa kemudahan dalam berbagai transaksi sehari-hari dan mengatasi kekhawatiran terkait kehilangan dompet. Menurutnya, penggunaan *digital payment* memberikan kenyamanan ekstra dalam proses transaksi, meskipun ia menyadari bahwa kemudahan ini dapat

berdampak pada kecenderungan untuk menjadi lebih boros. Proses pembelian yang lebih mudah dan stimulasi konsumtifitas menjadi salah satu efek samping yang diakui oleh generasi z.

Dalam pengalaman bertransaksi dengan *digital payment*, terutama di *coffeeshop* dan menggunakan aplikasi Gojek dengan Gopay, generasi z menemukan kemudahan terkait uang kembalian. Dengan *digital payment*, ia tidak perlu khawatir menyimpan banyak uang kembalian di dompet. Setelah beralih ke *digital payment*, generasi z merasakan kemudahan dalam mengakses riwayat transaksi, yang membuat pemantauan keuangan menjadi lebih mudah dilakukan.

Meskipun lingkungan sekitar tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian generasi z, ia tetap disiplin dengan membuat daftar kebutuhan dan menetapkan batasan-batasan pengeluaran. Pertimbangan kualitas dan harga tetap menjadi faktor utama, dan generasi z cenderung memilih barang dengan kualitas yang baik namun dengan harga yang terjangkau. Meski pernah mengalami pengaruh dari iklan atau rekomendasi teman-teman, ia selalu kembali pada kemampuan ekonominya.

Saat ini, sebagai mahasiswa dengan tanggungan pengeluaran seperti membayar kos, membeli kebutuhan sehari-hari, dan lain-lain, generasi z lebih fokus pada kebutuhan pokok. Untuk mengontrol diri, ia selalu mengingat jumlah dana yang tersedia pada saat itu, sehingga setiap pembelian tetap sesuai dengan kebutuhan dan kondisi ekonomi yang ada.

Informan Keenam

Nama : Amimah
Usia (Tahun Kelahiran) : 22 Tahun (2001)
Kecamatan : Banjarmasin Tengah

Selama setahun terakhir, generasi z telah menggunakan *digital payment* sebagai bagian yang melekat dari kehidupan sehari-hari. Keberadaan *digital payment* tidak hanya memberikan kemudahan tetapi juga meningkatkan tingkat kenyamanan dan keamanan dalam setiap transaksi yang dilakukan. Generasi z mengakui bahwa kemunculan *digital payment* membantu mengontrol pola konsumsinya dengan cara yang positif, karena sebelum memutuskan untuk membeli sesuatu, ia selalu mengecek saldo terlebih dahulu. Kemudahan bertransaksi yang dirasakan oleh generasi z memungkinkan dia untuk melakukan pembayaran di berbagai tempat seperti swalayan, Mall, dan coffeeshop dengan akses yang cepat dan aman. Manfaat utama yang ia rasakan dari penggunaan *digital payment* adalah ketidakperluan membawa uang tunai dalam jumlah besar. Cukup dengan membawa *smartphone* yang dilengkapi dengan aplikasi *digital payment*, generasi z dapat dengan mudah melakukan transaksi di berbagai tempat.

Meskipun lingkungan sekitar tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian generasi z, ia tetap mempertimbangkan kebutuhan sebagai dasar utama dalam proses pengambilan keputusan. Meskipun sebagian besar keputusan pembelian didasarkan pada kebutuhan, generasi z menyadari pentingnya belajar menahan diri dan memprioritaskan pembelian berdasarkan

tingkat urgensi. Meski demikian, ia mengakui bahwa penawaran menarik di media sosial terkadang memicu hasrat untuk berbelanja. Namun, generasi z memiliki strategi kontrol diri yang efektif. Ia selalu ingat untuk mempertimbangkan kembali apakah suatu barang benar-benar kebutuhan atau hanya sekadar keinginan. Dengan menahan diri dan menyadari bahwa masih ada banyak kebutuhan lain yang harus dipenuhi, generasi z memastikan bahwa setiap pembelian yang dilakukannya merupakan keputusan yang rasional dan sesuai dengan kondisi keuangan dan prioritasnya saat itu.

Informan Ketujuh

Nama : Tina
Usia (Tahun Kelahiran) : 19 Tahun (2005)
Kecamatan : Banjarmasin Utara

Dalam setahun terakhir, generasi z ini memutuskan untuk memasuki dunia *digital payment*. Keberadaan *digital payment* memberikan kemudahan yang signifikan dalam proses pembayaran, menghilangkan kerepotan menunggu lama saat transaksi. Meskipun pola konsumsinya menjadi sedikit lebih boros setelah menggunakan *digital payment*, ia tetap mampu menjaga kendali diri, terutama ketika berbelanja untuk keinginan semata.

Kelebihan yang dirasakannya dari penggunaan *digital payment* adalah efisiensi waktu, di mana proses pembayaran dapat dilakukan dengan cepat tanpa menunggu lama. Ia sering menggunakan *digital payment*, terutama di Mall dan aplikasi Shopee untuk berbelanja online. Memiliki dan menggunakan *digital payment* memudahkan baginya untuk melihat saldo sebelum dan setelah

bertransaksi, memberikan pemahaman yang lebih baik tentang keuangan pribadinya.

Pengaruh lingkungan sekitar, khususnya dari teman-teman yang kerap memperkenalkan barang-barang unik dan viral, memiliki dampak pada keinginannya untuk berbelanja. Meskipun ada dorongan untuk membeli sesuatu, ia tetap kuat dalam memilah dan mengurungkan niat jika barang tersebut tidak sesuai dengan ekspektasinya. Kendati demikian, pengaruh dari lingkungan sekitar tidak secara signifikan mempengaruhi keputusan pembeliannya, karena generasi z ini meyakini bahwa memiliki kekuatan iman untuk memilah apa yang benar-benar harus dibeli adalah kunci.

Seiring berjalannya waktu, generasi z ini semakin memperhitungkan segala aspek sebelum melakukan pembelian. Sebagai mahasiswa yang belum memiliki penghasilan sendiri, ia secara rutin mempertimbangkan ulang sebelum membeli barang, terutama jika itu hanya berdasarkan keinginan semata. Kebutuhan sebagai anak kos juga menjadi faktor yang harus dipertimbangkan dengan cermat, mengingat kebutuhan yang cukup banyak harus dipenuhi. Dengan pendekatan yang semakin matang, generasi z ini berhasil menjaga keseimbangan antara keinginan dan kebutuhan, mencerminkan pertumbuhan dan kesadaran finansial yang berkembang seiring waktu.

Informan Kedelapan

Nama : Ika
Usia (Tahun Kelahiran) : 20 Tahun (2004)
Kecamatan : Banjarmasin Utara

Ia mulai menggunakan *digital payment* sejak tahun 2020 dan tentu saja ada dampak positif dan negatifnya dapat dirasakan. Dampak negatif yang dirasakan adalah kecenderungan menjadi lebih boros karena belanja *online* meningkat, dan pembayaran langsung dapat dilakukan dengan *digital payment*. Sementara itu, dampak positifnya adalah proses pembayaran yang lebih mudah dan cepat, tanpa harus keluar rumah. Untuk pola konsumsi tetap sama, baik sebelum maupun setelah adanya *digital payment*. Ia hanya membeli barang ketika benar-benar dibutuhkan. Kelebihan lainnya adalah kemudahan bertransaksi dimana saja dan kapan saja, terutama melalui aplikasi Shopee untuk berbelanja *online* dan di Mall. Manfaat pribadi yang ia rasakan adalah kemudahan akses, di mana sebelumnya harus top up ke admin atau kantor, sekarang bisa diakses tanpa harus top up ke outlet dua kali.

Pengaruh lingkungan sekitarnya tidak begitu besar, meskipun terkadang ia menggunakan uang dari pengeluaran biasanya sebagai bentuk *selfreward* ketika ia berhasil menyelesaikan sesuatu. Tentu saja, pertimbangan selalu ada dan pembelian harus sesuai dengan kebutuhan yang ada. Pengalaman melihat barang unik di media sosial sering kali memicu minat beli, terutama jika barang tersebut sangat diperlukan pada saat itu. Ketika berbicara mengenai pengendalian diri, ia mengakui adanya dorongan untuk berbelanja, tetapi tidak

terlalu sering karena lebih mengutamakan kebutuhan daripada keinginan. Cara ia mengontrol diri adalah dengan mengingat kembali anggaran yang ada dan menilai keadaan sebelum memutuskan untuk berbelanja dan menjauhi keputusan belanja yang sembarangan.

Informan Kesembilan

Nama : Ghani
Usia (Tahun Kelahiran) : 23 Tahun (2001)
Kecamatan : Banjarmasin Selatan

Generasi z mulai menggunakan *digital payment* pada tahun 2019 dan dampaknya cukup beragam. Dampak positifnya terasa ketika semua transaksi pembayaran menjadi lebih mudah dan efisien, namun di sisi lain, dampak negatifnya dapat menyebabkan pemborosan.

Pola konsumsi generasi z mengalami sedikit peningkatan setelah memanfaatkan *digital payment*. Manfaat yang dirasakannya termasuk kemudahan dan efisiensi dalam transaksi, baik saat berbelanja online maupun di toko, karena dapat langsung melakukan pembayaran dengan scan QRIS atau menggunakan kartu ATM. Transaksi yang dilakukan menjadi lebih efisien, tidak memerlukan waktu yang lama atau harus antri. Meskipun terdapat pengaruh signifikan dari *digital payment*, ia tetap mengutamakan kebutuhan yang lebih diperlukan dalam pengeluaran. Tentu saja, pertimbangan tetap ada dan ia dapat menilai apakah suatu barang perlu dibeli segera atau hanya merupakan keinginan semata. Meskipun tertarik dengan iklan yang sering muncul di media sosial, ia memiliki kemampuan untuk menahan diri terutama

untuk barang-barang yang tidak terlalu penting atau belum dibutuhkan saat itu, meskipun barang tersebut sangat menarik baginya. Walaupun tidak sering, namun kadang-kadang generasi z mengalami dorongan untuk berbelanja. Namun, generasi z berhasil mengontrolnya dengan menahan diri dan kembali mempertimbangkan niat untuk membeli barang tersebut. Sikap ini mencerminkan kemampuan generasi z untuk mengambil keputusan pembelian secara bijaksana, mengingatkan diri pada prioritas dan kebutuhan yang lebih mendesak.

Informan Kesepuluh

Nama : Ayu
Usia (Tahun Kelahiran) : 25 Tahun (1999)
Kecamatan : Banjarmasin Selatan

Sejak tahun 2019, generasi z telah menggunakan *digital payment*, dan hal ini membawa kemudahan tersendiri dalam bertransaksi. Kelebihan yang ia rasakan terletak kenyamanan tanpa perlu menghabiskan waktu berlama-lama mengantri saat membayar. Selain itu, berbagai produk *digital payment* sering menawarkan penawaran menarik dan diskon, membuat barang yang dibeli menjadi lebih terjangkau. Meskipun memberikan kemudahan, penggunaan *digital payment* juga membawa sedikit kecenderungan boros dibandingkan dengan kebiasaan sebelumnya, terutama karena terkadang generasi z terpengaruh oleh penawaran menarik tersebut.

Kemudahan terbesar yang dirasakan oleh generasi z adalah dengan tidak perlu keluar rumah untuk membeli barang yang ia butuhkan, terutama melalui

aplikasi belanja online seperti Shopee dan Tiktokshop. Proses transaksi menjadi lebih efisien dan cepat, tanpa memerlukan waktu yang lama. Pengaruh lingkungan sekitar, terutama di lingkungan pribadinya, kurang terasa, karena pertimbangan utama generasi z saat bertransaksi lebih berfokus pada sisa saldo yang dimilikinya. Jika saldo tidak mencukupi, generasi z cenderung memutuskan untuk tidak melanjutkan pembelian, menunjukkan kesadaran finansial yang baik.

Ia tidak merasakan pengaruh yang signifikan dari teman atau media sosial terkait keputusan pembelian. Jika teman mengajak untuk membeli barang yang belum ia perlukan, ia lebih memilih untuk tidak membelinya. Meskipun tidak sering, namun generasi z pernah mengaami dorongan untuk berbelanja. Namun, cara generasi z mengontrolnya adalah dengan mengingat situasi keuangan dan mempertimbangkan apakah uang yang disimpan sudah cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari ke depannya. Sikap ini mencerminkan kesadaran generasi z terhadap pentingnya pengelolaan keuangan pribadi dan kemampuannya untuk membuat keputusan pembelian yang bijaksana.

Berdasarkan tabel diatas, dari 10 generasi z terkait penggunaan *digital payment*, terdapat 8 generasi z yang menekankan fleksibilitas transaksi di mana dan kapan saja. Mayoritas dari mereka, sebanyak 9 dari 10 generasi z menilai proses transaksi *digital payment* berlangsung cepat. Namun, hanya 2 generasi z yang setuju dengan kemudahan aksesibilitas platform digital payment untuk berbagai kebutuhan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun proses transaksi cepat, aksesibilitas terhadap platform *digital payment* untuk berbagai kebutuhan masih belum sejalan dengan harapan banyak generasi z. Merasa lebih efisien tanpa terikat waktu dan lokasi. Pada indikator manfaat, 4 generasi z menganggap *digital payment* memberikan keamanan dan kenyamanan, sementara 6 generasi z menekankan efisiensi waktu.. Sebanyak 4 generasi z menemukan kemudahan dalam pemantauan keuangan dengan digital payment, dan 5 generasi z mengatakan bahwa *digital payment* menghilangkan kebutuhan akan uang tunai berlebihan. Di pengaruh sosial, terdapat 7 generasi z pernah tergoda oleh iklan atau rekomendasi teman di media sosial. Namun, seluruh generasi z mempertimbangkan pengaruh lingkungan sekitar dalam proses pembelian.

Dalam variabel perilaku konsumsi, mayoritas generasi z cenderung mempertimbangkan dengan matang sebelum melakukan pembelian, dengan 10 generasi z menyetujui kemampuan mempertimbangkan kebutuhan atau keinginan secara matang. Meskipun mayoritas tidak cenderung membeli produk secara tidak rasional atau impulsif, beberapa dari mereka mengindikasikan dorongan untuk mengikuti tren atau gaya tertentu. Ada juga

variasi dalam respons terhadap promosi atau penawaran menarik, di mana beberapa generasi Z cenderung terpengaruh sementara yang lain mampu menahan diri dan menjaga prioritas keuangan mereka.

Tabel 2.4

Ringkasan Hasil Wawancara

**Penggunaan *Digital Payment* dalam Membentuk Perilaku Konsumsi Pada
Generasi Z di Kota Banjarmasin**

No	Indikator	Deskripsi
<i>Digital Payment</i>		
1.	Kemudahan Penggunaan	Dengan hadirnya <i>digital payment</i> sangat mempermudah generasi z dalam berbagai aspek karena dapat bertransaksi dimana saja dan kapan saja dengan proses transaksi yang cepat dan mudah dalam mengakses platform <i>digital payment</i> untuk berbagai kebutuhan.
2.	Manfaat	Manfaat <i>digital payment</i> memberikan keleluasaan untuk berbelanja tanpa perlu khawatir tentang persediaan uang tunai, hanya dengan membawa <i>smartphone</i> dan aplikasi <i>digital payment</i> yang telah terinstal. Kemudahan melihat saldo setelah bertransaksi, tingkat keamanan dan kenyamanan yang baik, dan efisiensi waktu tanpa harus menunggu lama.
3.	Pengaruh Sosial	Sebagian besar dari generasi z mengungkapkan bahwa lingkungan sekitar tidak terlalu

		mempengaruhi keputusan pembelian karena keputusan pembelian lebih banyak didasarkan pada kebutuhan sehari-hari dan prinsip pribadi. Namun ada beberapa generasi z yang lainnya merasa lingkungan sekitar dapat mempengaruhi namun masih mampu untuk membatasi pengaruh sosial tersebut.
Perilaku Konsumsi		
4.	Pembelian secara Impulsif	Sebagian besar generasi Z bijak dalam mengelola keputusan pembelian dengan mempertimbangkan urgensi dan kebutuhan, bukan hanya keinginan. Mereka memperhitungkan kebutuhan sehari-hari, anggaran, manfaat jangka panjang, serta kualitas dan harga barang.
5.	Pembelian secara Tidak Rasional	Pertimbangan rasional tetap menjadi faktor utama dalam keputusan pembelian para generasi z. Ketahanan diri, kemampuan untuk menilai apakah suatu produk benar-benar diperlukan, dan kesadaran akan nilai uang menjadi aspek kunci dalam keputusan pembelian.
6.	Pemborosan	Sebagian besar generasi z konsisten

		<p>menerapkan prinsip untuk membeli barang yang benar-benar diperlukan, dengan membuat daftar kebutuhan dan mengikuti anggaran yang telah ditetapkan. Meskipun beberapa dari mereka, mengakui bahwa terkadang terdapat keinginan untuk membeli barang yang menarik perhatian, mereka tetap berusaha menahan diri dan mempertimbangkan apakah barang tersebut merupakan kebutuhan yang mendesak.</p>
--	--	---

C. Analisis Data

Berdasarkan hasil wawancara dari 10 generasi z yang memenuhi kriteria, observasi awal dan lapangan ketika riset, dan dokumen-dokumen pendukung data penelitian. Peneliti menyajikan analisis data sesuai dengan rumusan masalah yang diangkat sebagai berikut.

Penggunaan *Digital Payment* dalam Membentuk Perilaku Konsumsi Pada Generasi Z di Kota Banjarmasin

1. Digital Payment

a) Kemudahan Penggunaan

Kemudahan dalam menggunakan *digital payment* menunjukkan bahwa sebagian dari generasi Z mengalami tingkat kenyamanan yang tinggi dalam menggunakan platform pembayaran digital. Generasi Z dapat melakukan transaksi dengan bebas kapan pun dan di mana pun tanpa terikat oleh batasan waktu atau lokasi tertentu. Proses transaksi yang cepat dan efisien menjadi

fokus utama dalam persepsi kemudahan penggunaan, dan hadirnya berbagai platform digital payment seperti *m-banking* atau *e-wallet* dianggap sebagai bantuan bagi generasi Z dalam mengelola transaksi keuangan mereka sehari-hari. Pembayaran melalui berbagai layanan, termasuk *e-commerce*, transportasi *online*, dan pembayaran tagihan, dapat dilakukan melalui metode *scan QRIS*, transfer, dan berbagai layanan lainnya yang mempercepat proses transaksi dan memberikan akses yang lebih mudah terhadap berbagai kebutuhan dalam satu platform. Selain itu, kemampuan untuk melakukan berbagai transaksi dengan satu aplikasi dari *m-banking* atau *e-wallet* membuat penggunaan semakin praktis. Kemudahan penggunaan yang dinyatakan oleh Gosal & Linawati (2008), menyebutkan bahwa orang yang menggunakan sistem baru pada teknologi cenderung menemukan penggunaan yang lebih mudah daripada orang yang menggunakan sistem lama. Hal ini juga didukung oleh teori Davis (1989), yang menyatakan bahwa jika penggunaan *digital payment* dianggap lebih mudah dan praktis, maka pengguna akan cenderung memilih untuk bertransaksi menggunakan *digital payment*.

Generasi z setuju mengenai fleksibilitas digital payment yang memungkinkan mereka untuk bertransaksi secara bebas tanpa terikat oleh waktu atau lokasi fisik. Faktanya mereka juga menyukai bahwa proses transaksi digital payment biasanya berlangsung dengan cepat dan lancar, menghemat waktu dibandingkan dengan metode pembayaran konvensional seperti membayar tunai di kasir. Berbanding terbalik dengan mudahnya dalam mengakses satu platform digital payment untuk berbagai kebutuhan yang

sangat minim disetujui para generasi z, terdapat beberapa kemungkinan diantaranya tingkat pengetahuan teknologi yang memungkinkan para generasi z belum terbiasa atau kurang terampil dalam menggunakan digital payment, beberapa generasi z memiliki preferensi atau kebiasaan tertentu dalam melakukan pembayaran, yang mungkin tidak selalu melibatkan penggunaan platform digital payment. Mereka mungkin lebih memilih metode pembayaran tradisional atau belum merasa nyaman dengan penggunaan pembayaran digital, dan beberapa generasi z mungkin memiliki kekhawatiran terkait keamanan dan privasi ketika menggunakan platform digital payment. Mereka mungkin ragu untuk memberikan informasi keuangan mereka secara online atau merasa kurang percaya terhadap keamanan transaksi digital.

Karena digital payment memfasilitasi transaksi yang mudah dan meningkatkan efisiensi prosesnya, ini mendorong persetujuan yang lebih tinggi dari para generasi z terhadap kemudahannya. Hal ini menunjukkan bahwa aspek-aspek tersebut dianggap sangat esensial dan diinginkan oleh para pengguna. Selain itu, kemudahan dalam mengakses platform digital payment ini mencerminkan keragaman dan kompleksitas pengalaman individual dalam menggunakan teknologi pembayaran digital. Meskipun platform tersebut menawarkan akses yang mudah secara teoritis, faktor-faktor seperti pengetahuan teknologi, kepercayaan terhadap keamanan, dan preferensi pribadi dapat mempengaruhi persepsi dan penggunaan aktual dari setiap individu. Dukungan dari penelitian sebelumnya yang relevan adalah penelitian Erwan & Setiawan (2023) tentang kemudahan penggunaan digital payment pada mahasiswa di Kota Yogyakarta,

bahwa hasil penelitian ini pada indikator kemudahan penggunaan sesuai dengan kasus di Kota Banjarmasin, yang menerangkan bahwa kemudahan penggunaan menjadi aspek utama pada pemanfaatan penggunaan digital payment. (hlm. 129-140)

b) Manfaat

Manfaat yang dirasakan generasi Z di Kota Banjarmasin dari penggunaan digital payment sesuai dengan teori Gosal & Linawati (2008), yang menyatakan bahwa pengguna dapat menggunakan digital payment setelah mereka percaya bahwa menggunakan sistem pembayaran seperti ini dapat meningkatkan tabungan mereka atau meningkatkan efisiensi dalam cara mereka melakukan berbagai transaksi karena semakin besar manfaat yang diberikan maka semakin besar pula keinginan konsumen membelanjakan produk atau jasa dengan menggunakan digital payment. Teori Davis (1989) juga mendukung hal ini dengan menyatakan bahwa persepsi tentang kebermanfaatan suatu teknologi dapat mempengaruhi kepercayaan seseorang dalam memutuskan apakah dengan menggunakan teknologi tersebut akan meningkatkan kinerja atau tidak. Dengan kata lain, jika pengguna meyakini bahwa suatu sistem dapat memberikan manfaat yang signifikan, maka mereka cenderung akan menggunakannya. Beberapa manfaat yang diidentifikasi meliputi kenyamanan, efisiensi waktu, dan keamanan dalam bertransaksi baik dalam pembayaran online maupun melalui aplikasi digital payment memberikan tingkat keamanan yang memadai terhadap penipuan atau pencurian. Pemantauan saldo dan riwayat transaksi dengan mudah dapat

diakses memberikan pemahaman yang lebih baik terhadap status keuangan dari generasi z. Manfaat lainnya mencakup pengelolaan uang yang lebih efektif, mengurangi ketergantungan pada uang tunai dengan mengurangi membawa uang tunai juga membantu dalam mengurangi risiko kehilangan uang tunai dan memberikan solusi yang lebih praktis dalam bertansaksi. Manfaat finansial seperti diskon, promo, dan cashback yang ditawarkan oleh penyedia digital payment menjadi daya tarik tambahan karena generasi z cenderung menggunakan digital payment untuk memanfaatkan berbagai promosi yang ditawarkan.

Beberapa generasi z merasa bahwa penggunaan digital payment memberikan tingkat keamanan yang memadai serta kenyamanan dalam bertransaksi. Mereka mungkin telah mengalami pengalaman positif dalam menggunakan platform digital payment yang memberikan perlindungan data yang baik serta proses transaksi yang aman dan lancar. Dan pada efisiensi waktu, terdapat 6 dari 10 yang merasakan efisiensi waktu yang signifikan dalam menggunakan digital payment. Mereka menyetujui adanya fakta bahwa digital payment memungkinkan mereka untuk melakukan transaksi dengan cepat dan tanpa hambatan, yang meminimalkan waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan pembayaran. Untuk pemantauan riwayat keuangan (saldo), 4 dari 10 merasa bahwa digital payment memudahkan mereka dalam memantau riwayat keuangan dan saldo mereka. mereka mengapresiasi kemampuan platform digital payment untuk menyediakan riwayat transaksi yang lengkap dan mudah diakses, sehingga memudahkan mereka dalam mengelola keuangan

pribadi mereka. Dan tidak perlu membawa uang tunai berlebihan, 5 dari 10 yang merasa bahwa penggunaan digital payment menghilangkan kebutuhan untuk membawa uang tunai secara berlebihan. Mereka menganggap ini sebagai kelebihan karena *digital payment* memungkinkan mereka untuk melakukan transaksi secara elektronik tanpa harus membawa uang tunai secara fisik, yang dapat lebih praktis dan aman. Penelitian sebelumnya yang relevan pada penelitian ini adalah Atriani, dkk (2020) yang meneliti tentang persepsi manfaat pada digital payment di Kota Mataram, bahwa hasil penelitian ini pada indikator manfaat sesuai, di mana semakin tinggi persepsi manfaat maka akan semakin meningkat pula minat mereka untuk menggunakan digital payment. (hlm. 54-61)

c) Pengaruh Sosial

Dari persepsi pengaruh sosial, digital payment memainkan peran penting dalam membentuk perilaku konsumsi Generasi Z di Kota Banjarmasin. Seperti yang diungkapkan oleh Gosal & Linawati (2008), bahwa adanya pengaruh sosial dimulai dari rekomendasi dari teman-teman bahkan influencer atau iklan yang beredar di media sosial memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan generasi z untuk menggunakan digital payment. Teman atau influencer di media sosial seringkali menjadi sumber inspirasi atau rekomendasi produk yang kemudian mendorong generasi z untuk menggunakan digital payment sebagai metode pembayaran yang lebih disukai. Adanya tren dan gaya hidup yang ditemui di media sosial memiliki pengaruh yang kuat terhadap perilaku konsumsi generasi z. Penggunaan digital payment

seringkali dipicu oleh keinginan untuk mengikuti tren dan gaya hidup yang sedang populer di kalangan teman-teman atau di platform media sosial tertentu. Hal ini mencerminkan bagaimana digital payment menjadi alat pendukung ekspresi diri dan identitas konsumen di dunia digital. Sebagian besar generasi z menyatakan bahwa keberadaan digital payment di lingkungan sosial memiliki pengaruh besar terhadap keputusan pembelian. Keberadaan iklan yang ditampilkan di platform digital menjadi stimulus untuk menggunakan digital payment dalam bertransaksi. Dengan tampilan yang menarik, iklan digital dapat menarik keinginan generasi z untuk berbelanja tanpa pertimbangan yang matang.

Dari 10 generasi z, 7 di antaranya setuju dengan pernyataan pernah terpancing dengan iklan di media sosial atau rekomendasi dari teman-teman. Hal ini terjadi karena pengaruh iklan dan rekomendasi dari media sosial dan teman-teman memiliki daya tarik yang kuat bagi generasi Z. Media sosial menjadi platform yang mempengaruhi keputusan pembelian mereka melalui iklan yang disesuaikan dan rekomendasi yang bersifat personal. Generasi z dapat terpancing untuk membeli sesuatu karena dipengaruhi oleh konten yang mereka lihat di media sosial atau rekomendasi dari teman-teman, sehingga membuat mereka cenderung lebih mudah tergoda untuk menggunakan digital payment dalam pembelian impulsif. Dan pada kontrasnya, seluruh generasi z setuju bahwa mereka mempertimbangkan lingkungan sekitar dalam keputusan pembelian mereka. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun terdapat pengaruh dari iklan dan rekomendasi di media sosial, namun generasi z tetap

mempertimbangkan faktor-faktor lain, seperti kebutuhan aktual dan dampak sosial dari pembelian mereka. Mereka mungkin memperhitungkan apakah pembelian tersebut sesuai dengan nilai-nilai atau kebutuhan mereka, atau apakah itu akan memberikan dampak positif bagi lingkungan sekitar.

Kaitannya dengan realita sebenarnya, hal ini mencerminkan pola perilaku konsumsi generasi Z di era digital saat ini. Mereka cenderung terpengaruh oleh konten yang mereka temui di media sosial dan rekomendasi dari teman-teman, tetapi juga sadar akan pentingnya mempertimbangkan faktor-faktor lain dalam pembelian mereka, termasuk nilai-nilai pribadi dan dampak sosialnya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pengaruh sosial tidak berdampak terhadap penggunaan digital payment pada generasi Z. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Suhendry (2022) tentang pengaruh sosial dari penggunaan digital payment di Kota Pontianak yang menyatakan bahwa pengaruh sosial tidak mempunyai dampak signifikan terhadap penggunaan digital payment di Kota Pontianak. (hlm. 46-56)

2. Perilaku Konsumsi

a) Pembelian secara Impulsif

Pembelian secara impulsif menunjukkan bahwa digital payment dapat menjadi pemicu utama terjadinya pembelian tanpa pertimbangan yang matang. Beberapa generasi z mengindikasikan bahwa promosi dan penawaran khusus yang ditampilkan melalui platform digital dapat menjadi pemicu kuat untuk pembelian impulsif sehingga beberapa dari generasi z tergoda oleh penawaran yang terlihat menguntungkan dan merasa tidak ingin melewatkan kesempatan

itu. Ketersediaan produk dengan tampilan yang menarik dengan diskon atau penawaran menarik dapat menarik keinginan untuk segera membeli tanpa mempertimbangkan kebutuhan atau nilai jangka panjang terlebih jika produk tersebut terlihat unik dan sedang tren. Beberapa dari generasi z lainnya juga menyoroti bahwa kemudahan dalam menyelesaikan transaksi melalui digital payment dengan satu klik membuat generasi z lebih rentan terhadap pembelian impulsif karena tidak memerlukan proses yang rumit atau konfirmasi tambahan. Namun, berbeda halnya dengan Generasi Z di Kota Banjarmasin, justru pembelian secara impulsif ini tidak berlaku karena mayoritas generasi z lebih bijak mengelola keuangan untuk membeli produk secara prioritas misalnya untuk kebutuhan sehari-hari saja. Dan terlebih para generasi z yang mendominasi dalam penelitian ini yaitu pelajar atau mahasiswa dimana keuangan masih terbatas karena belum mempunyai pemasukan tetap atau belum bekerja.

Terdapat perbedaan yang signifikan dalam tanggapan terhadap 2 pernyataan berbeda pada indikator pembelian secara impulsif. Hanya 1 dari 10 yang mengakui pernah membeli barang tanpa pertimbangan matang atau perencanaan sebelumnya, menunjukkan bahwa 9 lainnya cenderung melakukan pembelian yang dipertimbangkan dengan matang atau direncanakan terlebih dahulu. Ini mengindikasikan bahwa generasi z jarang membeli barang secara impulsif tanpa memikirkan konsekuensi atau kebutuhan sebenarnya. Sementara itu, seluruh generasi z menyetujui pernyataan bahwa mereka dapat mempertimbangkan kebutuhan atau keinginan secara matang sebelum

melakukan pembelian. Mayoritas generasi z mampu memikirkan dengan baik kebutuhan dan keinginan mereka sebelum membuat keputusan pembelian, mencerminkan perilaku konsumsi yang lebih sadar dan terencana. Dalam realitas kehidupan, kesadaran akan pentingnya mengendalikan pembelian impulsif semakin meningkat di kalangan generasi Z. Mereka lebih cenderung mempertimbangkan dengan matang sebelum melakukan pembelian, baik karena kesadaran akan manajemen keuangan yang baik, pengalaman pribadi, atau pengaruh dari lingkungan sekitar. Sehingga ketika ada penawaran menaik sekalipun, konsumen lebih menahan diri untuk membeli produk sesuai tingkat urgensinya. Penelitian terdahulu yang dilakukan Tumanggor, dkk (2022) tentang pembelian impulsif pada konsumen di Jakarta Selatan mendukung penelitian ini bahwa dengan adanya penawaran menarik tidak berdampak signifikan terhadap pembelian impulsif.

Dalam bukunya yang berjudul "Islam dan Masyarakat Banjar", (Daud, 1997) menjelaskan bahwa agama dan etnisitas orang Banjar saling terkait erat, sehingga identitas orang Banjar sering dikaitkan dengan ke-Islaman. Mayoritas penduduk Banjar mengamalkan Islam dengan sungguh-sungguh, yang mengajarkan nilai-nilai hidup sederhana, penghindaran dari pemborosan, dan kepedulian terhadap kebutuhan orang lain. Peran tokoh-tokoh ulama juga sangat berpengaruh terhadap aktivitas ekonomi masyarakat Banjarmasin. Adanya norma sosial yang kuat dalam mentaati ajaran agama atau petunjuk dari guru agama menjadi khas bagi masyarakat Banjarmasin. Generasi Z di Kota Banjarmasin merasakan dampak yang besar dari lingkungan sosial

mereka untuk mematuhi aturan dan mengikuti nasihat yang diberikan oleh tokoh-tokoh agama atau spiritual. Ini menunjukkan bahwa nilai-nilai keagamaan dan norma-norma yang berasal dari ajaran agama atau nasihat dari tokoh agama memiliki dampak besar dalam membentuk perilaku dan tindakan generasi muda di Kota Banjarmasin. Oleh karena itu, generasi Z di Kota Banjarmasin cenderung mempertimbangkan ajaran agama dalam mengelola keuangannya dan perilaku konsumsinya. Berbeda di kota-kota besar seperti Yogyakarta yang juga masih kuat dengan keyakinan agama Islamnya, menurut Koentjaraningrat (1994) dalam bukunya yang berjudul "Kebudayaan Jawa", terdapat adanya pengaruh pengetahuan dan teknologi yang mulai memengaruhi keunikan masyarakat Jawa, baik dari segi agama, budaya, tata krama, dan lain sebagainya, terutama yang dirasakan oleh kalangan generasi muda. Di kota metropolitan seperti Yogyakarta, banyak masyarakat Jawa yang cenderung tidak menunjukkan identitas budaya Jawa mereka. Mereka lebih memilih tampil secara modern tanpa terikat oleh aturan atau tradisi yang mungkin menghambat perkembangan mereka. Dengan ini, pembelian secara impulsif sangat berdampak di Yogyakarta.

b) Pembelian secara Tidak Rasional

Pembelian secara tidak rasional menunjukkan bahwa penggunaan digital payment seringkali dikaitkan dengan keputusan pembelian barang tanpa adanya pertimbangan yang matang, seperti yang dinyatakan oleh Olson & Peter (dalam Winaryo, 2017). Generasi z mencerminkan bahwa faktor-faktor seperti iklan digital dan rekomendasi teman di media sosial dapat memberikan

pengaruh besar terhadap keputusan pembelian. Generasi z di kota Banjarmasin mengakui bahwa terkadang mereka tergoda untuk membeli suatu produk tanpa mempertimbangkan kualitas, manfaat, atau kebutuhan yang sebenarnya. Kemudahan bertransaksi dan akses yang cepat melalui digital payment terkadang menyebabkan keputusan belanja yang kurang terencana dan lebih dipengaruhi oleh tren atau gaya konsumsi saat ini.

Dari data yang telah disajikan, terlihat bahwa mayoritas generasi z cenderung tidak menyetujui pernyataan terkait pembelian secara tidak rasional pada beberapa indikator tertentu. Terbukti hanya 1 dari 10 generasi z yang setuju bahwa mereka sering membeli produk untuk kesenangan sesaat (*self-reward*). Sementara itu, 3 dari 10 generasi z yang merasakan dorongan untuk membeli barang hanya karena mengikuti tren atau gaya tertentu. Hal ini disebabkan oleh perbedaan dalam perspektif dan nilai-nilai individu karena beberapa dari generasi z lebih cenderung untuk mempertimbangkan kebutuhan dan manfaat jangka panjang dari pembelian, sementara yang lain mungkin lebih terpengaruh oleh kesenangan sesaat. Serta pengalaman pribadi yang mempengaruhi cara mereka memandang konsumsi karena generasi z yang memiliki pengalaman atau kesadaran yang lebih besar tentang pentingnya mengelola keuangan mereka mungkin lebih cenderung untuk menilai pembelian secara lebih rasional. Beberapa generasi z memiliki kesadaran yang lebih besar akan pentingnya mengelola keuangan secara bijaksana. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pembelian secara tidak rasional tidak berpengaruh pada perilaku konsumsi Generasi Z di Kota Banjarmasin. Hal ini

juga didukung pada pembelian secara impulsif yang tidak berlaku di Kota Banjarmasin karena mayoritas masyarakat sangat menjunjung tinggi nilai religiusitas seperti yang telah dijelaskan pada Daud (1997) dalam bukunya yang berjudul "Islam dan Masyarakat Banjar". Hal ini mencerminkan konsep yang serupa dengan kasus pembelian secara tidak rasional di Kota Banjarmasin dengan teori Delyana Rahmawany & Febriaty (2018) yang mengatakan bahwa menurunnya sikap mewah dan hedonisnya gaya hidup mahasiswa maka akan menurunkan tingkat perilaku pembelian secara tidak rasional pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis jurusan manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Kasus ini bertentangan dengan di kota-kota besar seperti di Yogyakarta, seperti pada buku "Kebudayaan Jawa" yang dikemukakan oleh Koentjaraningrat (1994) yang menyatakan bahwa kalangan generasi muda lebih memilih tampil secara modern tanpa terikat oleh aturan atau tradisi yang mungkin menghambat perkembangan mereka sehingga pembelian secara tidak rasional dan pembelian secara impulsif berdampak di kota tersebut.

c) Pemborosan

Penggunaan digital payment dapat memperkuat perilaku pemborosan di kalangan Generasi Z di Kota Banjarmasin. Kemudahan dalam bertransaksi dan kecepatan akses melalui digital payment dapat meningkatkan kemungkinan untuk mengeluarkan uang lebih dari yang direncanakan. Beberapa generasi z juga mengakui bahwa aspek kenyamanan dalam berbelanja digital dapat mengaburkan batas pengeluaran yang seharusnya dipegang. Pengaruh promosi dan penawaran eksklusif melalui digital payment juga dapat mendorong

pembelian produk yang tidak benar-benar diperlukan, menyebabkan pemborosan dalam pengeluaran yang seharusnya lebih terkendali.

Dari data yang telah disediakan, dalam kehidupan sehari-hari, kita sering terpapar oleh berbagai promosi dan penawaran menarik dari berbagai sumber, termasuk iklan di media sosial, televisi, atau promosi di toko-toko. Hasrat untuk berbelanja saat terpapar oleh promosi atau produk yang menarik perhatian adalah hal yang umum, terutama di era digital di mana informasi dapat dengan mudah diakses. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika 5 dari 10 generasi Z menyatakan setuju dengan pernyataan ini. Sementara itu, 8 dari 10 generasi Z menyatakan setuju bahwa mereka mampu menahan diri dalam pengeluaran dengan menggunakan keuangan sesuai dengan tingkat urgensi. Hal ini menunjukkan bahwa generasi Z di Kota Banjarmasin memiliki pengendalian diri yang tinggi karena dapat mengendalikan dirinya untuk membeli atau mengonsumsi sesuatu secara tidak berlebihan walaupun tak jarang generasi Z memiliki hasrat untuk berbelanja. Penelitian terdahulu yang dilakukan Simarmata et al. (2024) tentang pemborosan pada mahasiswa di Universitas Sam Ratulangi Manado yang mendukung penelitian ini bahwa dengan pengendalian diri yang baik membuat konsumen dapat membatasi pengeluaran agar tidak membelanjakan secara berlebihan sehingga tidak mengakibatkan pemborosan. (hlm. 462-475)

Dalam lingkungan konsumtif saat ini, terdapat banyak rangsangan atau godaan untuk berbelanja. Namun, kemampuan untuk menahan diri dan mengelola keuangan dengan bijak sangat penting untuk mencegah pemborosan

dan memastikan keuangan yang stabil dan sehat dalam jangka panjang. Oleh karena itu, meskipun terdapat hasrat untuk berbelanja, kemampuan untuk menahan diri dan menggunakan keuangan sesuai dengan tingkat urgensi menjadi faktor penting dalam menghindari pemborosan.