

Journal Paper Competition Accounting Festival 2026

Peran Qris Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z

Widi Budhi Utomo¹ M. Kukuh Yudhisira² M. Cesario Pratama³

Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN K.H Abdurrahman Wahid¹

Informatika² Komisi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuludin Adab dan Dakwah³

widi.budhi.utomo25004@mhs.uingusdur.ac.id ¹ muhammad.kukuh.yudhistira25110@mhs.uingusdur.ac.id ²

m.cesario.pratama25117@mhs.uingusdur.ac.id ³

ARTICLE INFO

ABSTRACT (in English)

Article history:

Received:

Received in revised form:

Accepted:

Keywords:

Consumptive behavior, digital lifestyle, digital payment, financial literacy, Generation Z, MSMEs, QRIS

Paper type

Research Article (Artikel Penelitian)

This study aims to understand how the use of QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) affects the consumptive behavior of Generation Z in Indonesia. The background of this study stems from the phenomenon of increasing use of digital payments among young people, who are known to be very familiar with technology and often make impulsive purchases. Most previous studies have focused more on the technical aspects of QRIS and its benefits for MSMEs, while its direct influence on the consumption patterns of Generation Z has not been widely studied. Therefore, this study was conducted using a descriptive qualitative approach through in-depth interviews with students aged 17–25 who actively use QRIS in their daily lives, supplemented by field observations and supporting document reviews. The analysis was conducted by exploring the main themes from the respondents' experiences and stories, thereby obtaining a complete picture of the relationship between QRIS and consumptive behavior. The results of the study show that QRIS does indeed influence the way Generation Z shops. The ease and speed of transactions make them shop more often, even for non-urgent needs. QRIS is also seen as a symbol of modernity, encouraging them to prefer MSMEs that already provide digital payment services. On the other hand, QRIS helps MSMEs become more efficient and secure in their transactions, but it also creates new consumption habits that make financial control more difficult. The novelty of this research lies in its focus on the real experiences of Generation Z, not just the technical aspects. This research shows that QRIS is not just a payment tool, but part of a digital lifestyle that shapes new social norms. These findings are expected to enrich the literature on finance and consumer behavior, as well as provide practical input for strengthening

financial literacy and MSME digitalization
strategies in Indonesia.

PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, cara masyarakat Indonesia melakukan transaksi mengalami perubahan besar. Kehadiran QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) menjadi salah satu tonggak penting dalam perkembangan sistem pembayaran digital. Generasi Z, yang tumbuh di tengah arus teknologi, menjadi kelompok paling cepat beradaptasi dengan inovasi ini. Bagi mereka, QRIS bukan sekadar alat pembayaran, melainkan bagian dari gaya hidup yang menekankan kecepatan, kemudahan, dan efisiensi.

Sejumlah penelitian sebelumnya memang telah menyinggung kaitan antara teknologi finansial dan perilaku konsumtif. Generasi Z menunjukkan tingkat konsumsi yang tinggi, dipengaruhi oleh akses pembayaran digital yang semakin mudah. (Nadhifah et al., 2024) persepsi kemudahan dan manfaat relatif dari QRIS membuat pengguna lebih terdorong untuk bertransaksi. (Hamzah Muchtar et al., 2024) Namun, penelitian-penelitian tersebut lebih banyak menyoroti aspek adopsi teknologi dan manfaat QRIS bagi UMKM, sementara kajian yang secara khusus meneliti bagaimana QRIS membentuk perilaku konsumtif Generasi Z masih jarang dilakukan. Inilah celah penelitian yang ingin diisi oleh kajian ini.

Rumusan masalah yang diangkat adalah bagaimana peran QRIS terhadap perilaku konsumtif Generasi Z serta faktor-faktor apa saja yang memengaruhi kecenderungan konsumtif tersebut. Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami secara mendalam hubungan antara penggunaan QRIS dan perilaku konsumtif Generasi Z, sekaligus menyingkap dampaknya terhadap UMKM dan masyarakat luas. Kebaruan penelitian ini terletak pada pendekatan kualitatif deskriptif yang digunakan, dengan wawancara semi-terstruktur dan analisis tematik, sehingga dapat menggali pengalaman dan persepsi Generasi Z secara lebih mendalam. Dengan cara ini, penelitian diharapkan tidak hanya memperkaya literatur akademik mengenai fintech dan perilaku konsumtif, tetapi juga memberikan rekomendasi praktis bagi kebijakan literasi keuangan dan strategi digitalisasi UMKM di Indonesia.

MATERI DAN METODE PENELITIAN

Materi penelitian ini berangkat dari fenomena penggunaan QRIS sebagai sistem pembayaran digital yang semakin marak di kalangan Generasi Z. Teori yang digunakan sebagai dasar analisis adalah teori perilaku konsumtif yang menekankan bahwa konsumsi tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan, tetapi juga oleh faktor psikologis dan sosial. Penelitian Nadhifah, Budiman, dan Sudibyo (2024) menunjukkan bahwa mahasiswa Generasi Z memiliki tingkat konsumsi yang tinggi, dipengaruhi oleh kemudahan akses pembayaran digital. Gaya hidup dan media sosial berperan besar dalam membentuk perilaku konsumtif, dengan literasi keuangan sebagai variabel moderasi. (Asrun & Gunawan, 2024)

Selain itu, teori difusi inovasi dari Rogers yang banyak digunakan dalam penelitian teknologi finansial juga relevan untuk menjelaskan adopsi QRIS. Kemudahan dan manfaat relatif dari QRIS mendorong pengguna untuk lebih cepat menerima teknologi ini. (Hamzah Muchtar et al., 2024) QRIS merupakan bagian dari inovasi keuangan yang mempercepat transisi menuju masyarakat tanpa uang

tunai (*cashless society*), yang di satu sisi meningkatkan efisiensi, tetapi di sisi lain berpotensi menimbulkan konsumsi berlebihan karena transaksi terasa lebih ringan. (Syafa'atul Ula & Rosalina, n.d.)

Dalam konteks literasi digital, Anisti dkk. (2024) menyoroti bahwa Generasi Z masih menghadapi tantangan dalam aspek kognitif dan etika penggunaan teknologi, meskipun mereka sangat akrab dengan dunia digital. Hal ini memperkuat dugaan bahwa rendahnya literasi keuangan dapat memperbesar dampak konsumtif dari penggunaan QRIS. Dari perspektif sosiologi konsumsi, Pohan, Nasution, dan Pohan (2025) menjelaskan bahwa norma sosial baru terbentuk ketika pembayaran digital digunakan secara luas, bahkan di fasilitas umum dan UMKM, sehingga mendorong Generasi Z untuk semakin sering bertransaksi sebagai bagian dari tren sosial.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan tujuan menggali pengalaman, persepsi, dan makna yang dirasakan Generasi Z dalam menggunakan QRIS. Data dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur dengan panduan pertanyaan yang telah disusun, observasi partisipatif terhadap kebiasaan penggunaan QRIS di UMKM maupun fasilitas umum, serta dokumentasi berupa artikel, berita, dan laporan resmi. Analisis data dilakukan dengan pendekatan analisis tematik sebagaimana dijelaskan oleh Braun dan Clarke (2021), yaitu mengidentifikasi pola-pola utama dari jawaban informan, seperti QRIS sebagai pemicu perilaku konsumtif, persepsi keamanan dan kepercayaan, serta tantangan penggunaan QRIS.

Hipotesis pengembangan dalam penelitian ini adalah bahwa penggunaan QRIS memiliki peran signifikan dalam membentuk perilaku konsumtif Generasi Z. QRIS diperkirakan tidak hanya mempermudah transaksi, tetapi juga mendorong munculnya kebiasaan konsumsi yang lebih impulsif, terutama ketika literasi keuangan belum memadai. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kebaruan berupa pemahaman mendalam mengenai hubungan antara teknologi finansial dan perilaku konsumtif generasi muda, sekaligus memberikan rekomendasi praktis bagi pengembangan kebijakan literasi keuangan dan strategi digitalisasi UMKM di Indonesia.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Peran QRIS terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa QRIS memiliki peran yang cukup signifikan dalam membentuk perilaku konsumtif Generasi Z. Dari wawancara yang dilakukan, mayoritas informan menyatakan bahwa mereka lebih sering melakukan pembelian setelah terbiasa menggunakan QRIS. Kemudahan transaksi yang ditawarkan QRIS membuat proses pembayaran menjadi cepat, praktis, dan tidak memerlukan uang tunai. Hal ini secara psikologis menimbulkan perasaan bahwa pengeluaran menjadi lebih ringan, sehingga mendorong perilaku konsumtif. Generasi Z memiliki tingkat konsumsi tinggi akibat kemudahan akses pembayaran digital. (Nadhifah et al., 2024)

Kemudahan dan manfaat relatif dari QRIS menjadi faktor utama dalam adopsi teknologi ini. Generasi Z yang terbiasa dengan teknologi digital lebih cepat menerima QRIS karena sesuai dengan gaya hidup mereka yang mengutamakan kecepatan dan efisiensi. (Hamzah Muchtar et al., 2024) Fakta dari penelitian ini memperkuat teori perilaku konsumtif yang menyatakan bahwa kemudahan akses dapat memicu pembelian impulsif. Informan mengaku bahwa mereka sering

kali melakukan transaksi kecil yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan, hanya karena QRIS membuat proses pembayaran terasa lebih sederhana.

Dalam konteks sosial, QRIS juga berperan dalam membentuk norma baru di kalangan Generasi Z. Informan menyebutkan bahwa mereka merasa lebih nyaman bertransaksi di tempat yang menyediakan QRIS, karena dianggap lebih modern dan sesuai dengan tren. Gaya hidup konsumtif Generasi Z semakin terbentuk melalui tren sosial yang mengedepankan kecepatan dan efisiensi dalam bertransaksi. Dengan demikian, QRIS bukan hanya sekadar alat pembayaran, tetapi juga instrumen yang membentuk pola konsumsi baru di kalangan generasi muda. (Pohan, Nasution, & Pohan, 2025)

2. Faktor-faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumtif Generasi Z

Penelitian ini menemukan bahwa terdapat beberapa faktor utama yang memengaruhi perilaku konsumtif Generasi Z dalam menggunakan QRIS. Pertama adalah faktor kemudahan transaksi. Informan menyatakan bahwa QRIS membuat mereka tidak perlu membawa uang tunai, sehingga transaksi menjadi lebih cepat dan praktis. Persepsi kemudahan merupakan salah satu faktor utama dalam adopsi QRIS. (Hamzah Muchtar et al., 2024)

Faktor kedua adalah gaya hidup dan pengaruh media sosial. Generasi Z dikenal sebagai kelompok yang sangat aktif di media sosial, sehingga tren konsumsi yang muncul di platform digital sering kali memengaruhi perilaku mereka. Gaya hidup dan media sosial berperan besar dalam membentuk perilaku konsumtif Generasi Z, dengan literasi keuangan sebagai variabel moderasi. Informan dalam penelitian ini juga menyebutkan bahwa mereka sering kali terdorong untuk melakukan pembelian karena melihat tren di media sosial, dan QRIS mempermudah mereka untuk segera melakukan transaksi. (Asrun & Gunawan, 2024)

Faktor ketiga adalah literasi digital dan keuangan. Meskipun Generasi Z sangat akrab dengan teknologi, mereka masih menghadapi tantangan dalam aspek kognitif dan etika penggunaan teknologi. (Sidarta & Imran, 2024) Hal ini berdampak pada kontrol terhadap pengeluaran yang sering kali lemah. Informan mengaku bahwa mereka jarang mencatat pengeluaran ketika menggunakan QRIS, sehingga sulit untuk mengontrol konsumsi. Rendahnya literasi keuangan ini memperkuat perilaku konsumtif yang dipicu oleh kemudahan transaksi digital.

Faktor keempat adalah norma sosial. Informan menyatakan bahwa mereka merasa lebih nyaman bertransaksi di tempat yang menyediakan QRIS, karena dianggap lebih modern dan sesuai dengan tren. Gaya hidup konsumtif Generasi Z semakin terbentuk melalui tren sosial yang mengedepankan kecepatan dan efisiensi dalam bertransaksi. Dengan demikian, QRIS tidak hanya memengaruhi perilaku individu, tetapi juga membentuk norma sosial baru di kalangan Generasi Z. (Pohan et al., 2025)

3. Dampak QRIS terhadap UMKM dan Lingkungan Sosial

Selain memengaruhi perilaku konsumtif Generasi Z, QRIS juga membawa dampak positif bagi UMKM dan lingkungan sosial. Informan menyatakan bahwa mereka lebih memilih berbelanja di UMKM yang menerima QRIS karena dianggap lebih modern dan praktis. QRIS memperkuat ekosistem UMKM dengan meningkatkan efisiensi dan keamanan transaksi.

QRIS Tap menjadi solusi modern bagi ratusan UMKM di berbagai kota besar. Dengan adanya QRIS, UMKM dapat memproses pembayaran lebih cepat dan praktis dibandingkan metode konvensional. Hal ini tidak hanya meningkatkan efisiensi, tetapi juga memperluas akses pasar

bagi UMKM. Informan dalam penelitian ini menyebutkan bahwa mereka lebih sering berbelanja di UMKM yang menerima QRIS, karena merasa lebih nyaman dan aman dalam bertransaksi. (RA/NS, 2025)

Dari perspektif sosial, QRIS juga membentuk norma baru di masyarakat. Informan menyatakan bahwa mereka merasa lebih percaya diri bertransaksi dengan QRIS, karena dianggap lebih sesuai dengan tren modern. QRIS merupakan bagian dari inovasi keuangan yang mempercepat transisi menuju masyarakat tanpa uang tunai (*cashless society*). Dengan demikian, QRIS tidak hanya memengaruhi perilaku konsumtif Generasi Z, tetapi juga menciptakan norma sosial baru yang mendorong digitalisasi UMKM. (Syafa'atul Ula & Rosalina, n.d.)

4. Pengalaman dan Praktik Generasi Z dalam Menggunakan QRIS

Generasi Z saat ini merasakan QRIS sebagai bagian dari keseharian mereka, bukan sekadar alat pembayaran. Informan dalam penelitian ini menyebutkan bahwa QRIS memberikan rasa aman, nyaman, dan efisiensi dalam bertransaksi. Mereka tidak perlu lagi membawa uang tunai, sehingga transaksi terasa lebih praktis dan sesuai dengan gaya hidup digital yang mereka jalani. Persepsi kemudahan dan manfaat relatif dari QRIS menjadi alasan utama penggunaannya. (Hamzah Muchtar et al., 2024)

Selain rasa nyaman, Generasi Z juga melakukan praktik konsumsi baru yang lebih impulsif. Informan mengaku sering membeli makanan, minuman, atau produk kecil hanya karena QRIS tersedia, meskipun kebutuhan tersebut tidak mendesak. Generasi Z memiliki tingkat konsumsi tinggi akibat kemudahan akses pembayaran digital. QRIS membuat transaksi terasa "ringan" dan "tidak nyata," sehingga mereka kurang memperhatikan pengeluaran. (Nadhifah et al., 2024)

Di sisi lain, Generasi Z juga merasakan manfaat QRIS dalam mendukung UMKM. Informan menyatakan bahwa mereka lebih memilih berbelanja di UMKM yang menerima QRIS karena dianggap lebih modern dan praktis. QRIS memperkuat ekosistem UMKM dengan meningkatkan efisiensi dan keamanan transaksi. Dengan demikian, QRIS tidak hanya memengaruhi perilaku konsumtif Generasi Z, tetapi juga membentuk kebiasaan baru dalam mendukung usaha lokal.

Namun, pengalaman Generasi Z terhadap QRIS tidak selalu positif. Beberapa informan mengaku bahwa mereka sering kesulitan mengontrol pengeluaran karena tidak ada rasa kehilangan uang secara fisik. Tantangan literasi digital dan keuangan di kalangan Generasi Z. Rendahnya kontrol terhadap pengeluaran digital membuat mereka rentan terhadap perilaku konsumtif berlebihan. (Sidarta & Imran, 2024) Oleh karena itu, QRIS dirasakan sebagai teknologi yang memudahkan, tetapi sekaligus menuntut adanya literasi keuangan yang lebih baik agar tidak menimbulkan dampak negatif.

Dengan demikian, apa yang dirasakan dan dilakukan oleh Generasi Z terhadap QRIS saat ini, di satu sisi QRIS memberikan kenyamanan, keamanan, dan efisiensi, serta mendukung UMKM; di sisi lain QRIS juga memicu perilaku konsumtif yang lebih impulsif. Temuan ini menunjukkan bahwa QRIS bukan hanya instrumen pembayaran digital, tetapi juga bagian dari gaya hidup Generasi Z yang membentuk pola konsumsi baru di era digital.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa QRIS memiliki peran yang signifikan dalam membentuk perilaku konsumtif Generasi Z. Kemudahan transaksi yang ditawarkan QRIS membuat proses pembayaran terasa lebih praktis dan ringan, sehingga mendorong munculnya kebiasaan

konsumsi impulsif. Generasi Z memiliki tingkat konsumsi tinggi akibat akses pembayaran digital yang semakin mudah. QRIS bukan hanya sekadar instrumen pembayaran, tetapi juga bagian dari gaya hidup digital Generasi Z yang membentuk norma sosial baru di masyarakat.

Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa faktor-faktor seperti gaya hidup, pengaruh media sosial, dan rendahnya literasi keuangan turut memperkuat perilaku konsumtif Generasi Z. Gaya hidup dan media sosial berperan besar dalam membentuk perilaku konsumtif. QRIS juga memberikan dampak positif bagi UMKM dengan meningkatkan efisiensi, keamanan, dan memperluas akses pasar. (RA/NS, 2025)

Kebaruan penelitian ini terletak pada penekanan bahwa QRIS bukan hanya memengaruhi adopsi teknologi, tetapi juga membentuk pola konsumsi baru yang lebih impulsif di kalangan Generasi Z. Penelitian terdahulu lebih banyak menyoroti aspek teknis dan manfaat QRIS bagi UMKM, sementara penelitian ini menunjukkan bahwa QRIS juga berperan dalam membentuk perilaku konsumtif generasi muda secara sosial dan psikologis. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi akademik sekaligus rekomendasi praktis bagi pengembangan kebijakan literasi keuangan dan strategi digitalisasi UMKM di Indonesia.

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa saran yang dapat diajukan. Pertama, perlu adanya program literasi keuangan yang lebih intensif bagi Generasi Z agar mereka mampu mengontrol pengeluaran dalam ekosistem digital. Kedua, UMKM perlu terus mengadopsi QRIS sebagai bagian dari strategi digitalisasi untuk meningkatkan efisiensi dan memperluas akses pasar. Ketiga, pemerintah dan lembaga terkait perlu mengembangkan kebijakan yang mendukung penggunaan QRIS secara sehat, dengan menekankan pentingnya kontrol konsumsi dan edukasi finansial. Keempat, penelitian lanjutan dapat dilakukan dengan pendekatan kuantitatif untuk mengukur secara lebih detail hubungan antara penggunaan QRIS dan perilaku konsumtif Generasi Z, sehingga hasilnya dapat memperkuat temuan kualitatif yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Asrun, N. A., & Gunawan, A. (2024). Pengaruh Gaya Hidup dan Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kota Medan dengan Literasi Keuangan sebagai Media Intervening. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Keuangan*, 5(1), 173–186.
<https://doi.org/10.51805/jmbk.v5i1.205>
- Hamzah Muchtar, E., Trianto, B., Maulana, I., Alim, M. N., Marasabessy, R. H., Hidayat, W., ... Masrizal. (2024). Quick response code Indonesia standard (QRIS) E-payment adoption: customers perspective. *Cogent Business and Management*, 11(1).
<https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2316044>
- Nadhifah, H. A., Arif, M., Sucipto, B., Sudibyoy, H., Tegal, U. P., & Arif, M. (2024). TINGKAT PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI BIMBINGAN DAN KONSELING UNIVERSITAS PANCASAKTI. *Jurnal Fokus Konseling*, 10, 17–27.
<https://doi.org/10.52657/jfk.v10i1.2195>
- Pohan, M. Z., Nasution, T. A., & Pohan, S. (2025). Gaya Hidup Konsumtif Generasi Z dalam Era Belanja Daring Indonesia). *Jurnal Ilmu Sosial Humaniora Indonesia*, 4(2), 237–246.
<https://doi.org/10.52436/1.jishi.205>
- RA/NS. (2025, August 5). QRIS Menguat Jadi Pilihan Transaksi UMKM Indonesia 2024 s.d 2025.
- Sidarta, V., & Imran, M. (2024). *TANTANGAN LITERASI DIGITAL GENERASI Z: KAJIAN SISTEMATIC LIRATURE REVIEW*. 30. Retrieved from <https://journal.unpak.ac.id/index.php/wahana/index>
- Syafa'atul Ula, I., & Rosalina, R. (n.d.). QRIS IN THE VORTEX OF FINANCIAL INNOVATION: A BIBLIOMETRIC APPROACH. *Indonesian Journal of Sustainability*, 4(2), 25–41.

