



Perilaku Konsumtif Gen Z dan Kesadaran Keamanan Digital dalam Ekonomi Digital Indonesia

Diky Budiman¹, Yudi Sutrasna², Sakum³

¹Bisnis Digital, Politeknik Internasional Bali, Indonesia

²Ekonomi Pertahanan, Fakultas Manajemen Pertahanan, Universitas Pertahanan Indonesia

³Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pelita Bangsa, Indonesia

Email: ¹budiman.diky@gmail.com, ²yudis88a@gmail.com, ³sakum@pelitabangsa.ac.id

Informasi Artikel

Diterima : 06-09-2025

Disetujui : 26-10-2025

Diterbitkan : 15-11-2025

ABSTRACT

This study aims to examine the consumptive behavior of Generation Z within the context of digital security awareness and its implications for the digital economy in Indonesia. Using a literature review methodology, this research collects and analyzes theories from various supporting academic articles. The findings indicate that digital security awareness plays a crucial role in shaping more responsible and sustainable consumption behaviors in digital spaces. Additionally, the convenience offered by digital transactions must be accompanied by improved digital literacy and a stronger understanding of data privacy. These factors are essential in strengthening trust and ensuring the sustainability of the digital economy ecosystem among Generation Z. This study contributes a new perspective by integrating the dimensions of consumptive behavior and digital security into the analysis of young people's economic behavior in the era of digital transformation. It is the first study to simultaneously integrate three dimensions consumptive behavior, cybersecurity awareness, and the digital economy within the Indonesian Gen Z context. In Indonesia, the rapid rise of digital transactions has not been fully matched by improvements in digital security literacy. This gap creates a paradox in which fast digital economic growth coexists with increasing potential security vulnerabilities.

Keyword: *Consumptive Behavior, Cybersecurity, Digital Economy*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menelaah perilaku konsumtif Generasi Z dalam konteks kesadaran keamanan digital serta implikasinya terhadap ekonomi digital di Indonesia. Penelitian ini

menggunakan metode studi literatur dengan mengumpulkan data dengan cara memahami dan mempelajari teori-teori dari berbagai artikel yang mendukung. Hasil analisis menunjukkan bahwa kesadaran keamanan digital memiliki peran penting dalam membentuk perilaku konsumtif yang lebih bijak dan berkelanjutan di ruang digital. Selain itu, terlihat jelas bahwa kemudahan pada setiap transaksi di ruang digital juga harus diikuti dengan peningkatan literasi digital dan pemahaman tentang privasi data. Hal ini menjadi sebuah faktor kunci dalam memperkuat kepercayaan dan keberlanjutan ekosistem ekonomi digital di kalangan Generasi Z. Studi ini berkontribusi dengan menghadirkan perspektif baru yang mengintegrasikan dimensi perilaku konsumtif dan keamanan digital dalam analisis perilaku ekonomi generasi muda di era transformasi digital. Penelitian ini merupakan penelitian pertama yang mengintegrasikan tiga dimensi yaitu perilaku konsumtif, kesadaran keamanan siber, dan ekonomi digital secara simultan pada konteks Generasi Z Indonesia. Dalam konteks Indonesia, peningkatan transaksi digital yang signifikan belum sepenuhnya diimbangi dengan peningkatan literasi keamanan digital. Fenomena ini menimbulkan paradoks pertumbuhan ekonomi digital yang cepat di satu sisi, dan meningkatnya potensi kerentanan keamanan di sisi lain.

Kata Kunci: Perilaku Konsumtif, Keamanan Digital, Ekonomi Digital

1. PENDAHULUAN

Internet pada dekade digital semakin melekat dalam kehidupan sehari-hari dan sudah menjadi hal biasa untuk digunakan. Banyak generasi muda yang tergolong dalam kelompok Millennial, Generasi Z hingga Generasi alfa telah menjadi aktor utama dalam konsumsi digital maupun interaksi ekonomi melalui platform daring. Berdasarkan survei data terbaru yang dipaparkan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tentang penetrasi internet dan perilaku pengguna internet 2025, terdapat peningkatan yang sangat signifikan. Peningkatan tersebut telah mencapai 229.428.417 jiwa atau mencapai 80,66% (Sari, 2025). Adapun peningkatan ini telah menunjukkan bahwa penggunaan internet semakin menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat.

Selanjutnya, berdasarkan survei APJII angka pengguna internet di Indonesia telah mencapai 80,66%, jika dijabarkan kedalam angka persentase yang lebih kecil, maka diperoleh hasil bahwa Generasi Z yang lahir diantara 1997 hingga 2012, yaitu pada usia 12 hingga 27 tahun merupakan kelompok usia yang paling dominan dalam menggunakan internet dengan kontribusi 25,54 persen dari total pengguna. Kemudian diikuti oleh Generasi Milenial yang lahir sekitar tahun 1981 hingga 1996, yaitu usia 28 hingga 43 tahun dengan 25,17 persen, dan yang tidak kalah besar kontribusi pengguna internet adalah dari Generasi Alpha yang lahir 2013 ke atas yaitu sebesar 23,19 persen (Sari, 2025). Angka ini telah menunjukkan bahwa dengan adanya pertumbuhan internet di Indonesia maka secara tidak

langsung telah menjadikan generasi Z menjadi generasi yang melek teknologi atau *digital native*. *Digital native* adalah generasi yang terlahir di era digital, komputer, game, video, dan kemajuan internet. Seseorang telah mengenal bahkan memperoleh sesuatu dengan berbantuan komputer dan internet sejak orang itu lahir (Adlini et al., 2022).

Kecepatan adopsi teknologi digital oleh Generasi ini menjadikan mereka sebagai *digital native* yang tidak hanya mengakses internet dan media sosial secara rutin, tetapi juga memanfaatkan berbagai aplikasi yang berada pada ekosistem ekonomi digital seperti *e-commerce*, layanan *on-demand*, *fintech*, *online travel agent*, hingga *health care* dan berbagai alat digital lainnya yang terintegrasi dengan kehidupan sehari-hari mereka (Budiman et al., 2025). Kecepatan adopsi digital tersebut telah menunjukkan fenomena konsumtif yang melekat pada Generasi Z. Bersama dengan tingginya frekuensi penggunaan teknologi digital, maka telah membuka dua sisi yang saling terkait yaitu sisi sebagai peluang ekonomi digital yang dinamis dan sisi tantangan keamanan digital yang nyata.

Budaya konsumtif pada Generasi Z telah menjadi perhatian para peneliti dan praktisi, terutama dalam konteks digitalisasi ekonomi. Sebagai contoh, studi menunjukkan bahwa adopsi pembayaran digital seperti kode QR atau QRIS pada Gen Z di Surabaya memicu perilaku pembelian impulsif karena pengurangan hambatan psikologis dalam transaksi (N. R. A. Dewi et al., 2025). Begitu pula, penelitian di Indonesia menunjukkan pengaruh masyarakat tanpa uang tunai (*cashless society*) dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif Gen Z, dengan kontrol diri sebagai variabel *intervening* (C. M. Dewi & Hana, 2025). Pada sisi yang lain, generasi ini juga menunjukkan tingkat literasi digital yang belum optimal dalam aspek keamanan siber misalnya, penelitian menemukan bahwa meski Gen Z memiliki kesadaran akan rekayasa sosial (*social engineering*), mereka kurang memahami dua faktor autentikasi (2FA) sebagai bentuk perlindungan data pribadi (Effendy & Oktiani, 2024). Sementara ekonomi digital di Indonesia terus berkembang, ditandai dengan penetrasi *e-commerce*, *fintech*, dan layanan digital lainnya, tingkat risiko keamanan siber atau “*cybersecurity*” meningkat seiring dengan volume transaksi dan data yang dipertukarkan secara daring. Penelitian sistematis internasional pada layanan perbankan digital menunjukkan bahwa ancaman seperti *phishing*, *malware*, kebocoran data, dan akses tidak sah menjadi hambatan bagi pertumbuhan kepercayaan dan adopsi layanan digital (Waliullah et al., 2025).

Adapun beberapa tinjauan literatur yang diangkat dalam penelitian ini diantaranya adalah sebagai berikut, Pertama penelitian dengan judul *The Effect of Digital Payment on Generation Z's Consumptive Behaviour* yang menunjukkan perilaku konsumtif Gen Z di Indonesia, studi ini menelaah tentang pengaruh pembayaran digital terhadap perilaku konsumtif Gen Z di Bandung, dimana hasilnya menemukan bahwa QRIS memengaruhi perilaku konsumtif meskipun pengaruhnya tergolong kecil sekitar 25,4 % (A. A. Dewi, 2024). Penelitian lain tentang gaya konsumtif melalui TikTok Shop pada Gen Z menunjukkan peran media sosial, algoritma promosi, dan efek FOMO (*fear of missing out*) dalam pembelian impulsif (Pamungkas et al., 2025).

Selain kedua penelitian diatas yang berkaitan dengan perilaku konsumtif, tinjauan literatur lainnya yang di telaah adalah yang berhubungan dengan literasi digital dan keamanan siber Gen Z, pada penelitian yang berjudul Literasi Digital Keamanan Siber pada

Remaja menghadapi Social Engineering terdapat temuan bahwa meskipun Gen Z sangat aktif di dunia digital, literasi keamanan sibernya masih terbatas termasuk pemahaman terhadap metode perlindungan seperti 2FA (Effendy & Oktiani, 2024). Serta, tinjauan literatur lainnya mengangkat tentang ekonomi digital dan faktor risiko. Beberapa penelitian masih lebih banyak membahas adopsi teknologi dan literasi finansial, sedangkan aspek keamanan digital dalam konteks konsumsi daring khususnya oleh Gen Z masih relatif jarang dieksplorasi. Adpaun penelitian yang melihat interaksi antara konsumsi digital, teknologi, dan keamanan masih sedikit sekali ditelaah, sehingga penelitian ini ingin memadukan studi tiga aspek ini secara simultan yaitu perilaku konsumtif digital, generasi Z, dan keamanan digital dalam ekonomi digital.

Berdasarkan tinjauan literatur, yang telah di telaah sebelumnya dapat diidentifikasi beberapa *gap* penelitian penting pada penelitian ini, pertama Banyak penelitian fokus pada perilaku konsumtif pada Gen Z, namun sedikit yang memuat aspek keamanan digital sebagai variabel utama. Kedua, penelitian keamanan siber banyak ditujukan pada pengguna layanan finansial atau perbankan, tetapi tidak banyak yang menempatkan Generasi Z sebagai pengguna utama dari perspektif konsumsi digital. Ketiga, kurangnya kerangka konseptual yang menjelaskan mekanisme hubungan antara konsumsi digital Gen Z dan kesadaran keamanan digital, serta implikasinya terhadap ekonomi digital. *Gap* penelitian telah menunjukkan bahwa generasi Z secara aktif melakukan aktivitas digital, selain bersosialisasi tapi juga bertransaksi, dimana pada setiap kegiatan tersebut belum memberikan sebuah keamanan secara digital. Dalam konteks ini, adapun hubungan antara perilaku konsumtif Generasi Z yang telah terbiasa untuk melakukan transaksi digital dan kesadaran keamanan digital generasi ini menjadi sangat relevan untuk diteliti lebih jauh, terutama karena ketika generasi ini melakukan konsumsi daring secara masif, aspek keamanan data, privasi, dan kepercayaan konsumen turut menjadi hal penting dalam menjaga keberlangsungan ekonomi digital yang inklusif dan berkelanjutan.

Penelitian yang dilakukan oleh Yustini dan kawan-kawan pada tahun 2024, telah mengungkapkan bahwa gaya konsumsi digital Gen Z sangat dipengaruhi oleh media sosial dan influencer (Yustini & Prihastuty, 2024). Anisti dan kawan-kawan pada tahun 2024 juga telah mengidentifikasi tantangan literasi digital Gen Z dimana hasilnya menunjukkan tiga hal utama yaitu masih rendahnya kemampuan berpikir kritis dalam mengevaluasi informasi digital, keterpaparan terhadap bias algoritmik yang mempersempit wawasan informasi, serta minimnya kesadaran etis dalam penggunaan media digital, termasuk persoalan privasi dan penyebaran hoaks (Anisti et al., 2024). Selanjutnya dilihat dari kacamata global, studi literatur pada sistem dalam perbankan digital menemukan besarnya risiko keamanan siber terhadap adopsi layanan dan kepercayaan konsumen (Waliullah et al., 2025). Namun, integrasi antara konsumtif digital Gen Z dengan kesadaran keamanan digital dalam kerangka ekonomi digital masih terbatas ini menjadi titik yang menunjukkan di mana penelitian ini berada sebagai *state of the art*.

State of the Art pada penelitian ini diperkaya dengan mengintegrasikan tiga aspek konsumsi digital, Generasi Z, dan keamanan digital yang belum pernah dianalisis secara simultan dalam konteks Indonesia. Penelitian sebelumnya umumnya hanya membahas dua aspek secara terpisah, belum ada studi yang menghubungkan bagaimana perilaku konsumsi

Gen Z di ruang digital dipengaruhi oleh kesadaran keamanan digital, serta bagaimana hubungan ini berdampak pada keberlanjutan ekonomi digital. Kebaruan utama terletak pada kerangka analisis terpadu yang melihat perilaku konsumsi, kesadaran keamanan data, dan partisipasi ekonomi digital sebagai satu ekosistem perilaku digital Gen Z, sehingga menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif dan relevan dengan dinamika transformasi digital saat ini.

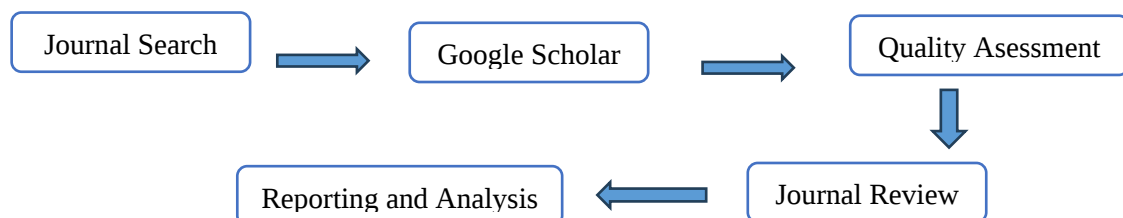
2. METODE

Penelitian ini menggunakan metode studi literatur (*literature review*) atau studi pustaka (*library research*) sebagai pendekatan utama. Penelitian studi pustaka (*library research*) yaitu metode dengan pengumpulan data dengan cara memahami dan mempelajari teori-teori dari berbagai literatur yang berhubungan dengan penelitian tersebut (Adlini et al., 2022). Tujuan utama metode ini adalah untuk meninjau, mengidentifikasi, dan menganalisis hasil-hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan perilaku konsumtif Generasi Z, kesadaran keamanan digital dan implikasinya terhadap ekonomi digital.

2.1. Prose Pencarian Artikel Jurnal

Tahap awal penelitian dilakukan melalui analisis literatur secara sistematis, dengan kriteria:

1. Data berasal dari berbagai basis data akademik seperti Google Scholar, ResearchGate, dan DOAJ.
2. Jenis penelitian (kuantitatif/kualitatif/campuran).
3. Fokus topik yang harus mencakup minimal 2 dari 3 variabel kata kunci seperti Perilaku Konsumtif, Keamanan Digital, Ekonomi Digital.
4. Artikel jurnal yang terbit ditentukan antara tahun 2021 sampai dengan tahun 2025.



Gambar 2.1 Proses *Systematic Literature Review*

Sumber: Diolah Oleh Peneliti, 2025

2.2. Arsitektur penelitian

Arsitektur penelitian menggambarkan alur kerja sistematis dalam studi literatur ini, yang terdiri atas empat tahap utama:

1. Identifikasi Literatur, pada tahapan pertama ini bertujuan untuk mengumpulkan sumber-sumber ilmiah yang relevan dengan topik penelitian. Proses ini dilakukan dengan mencari artikel, jurnal, dan laporan penelitian dari berbagai basis data akademik seperti *Google Scholar*, *ScienceDirect*, dan *ResearchGate*. Kata kunci yang digunakan antara lain Perilaku Konsumtif, Keamanan Digital, Ekonomi Digital.

2. Seleksi dan Evaluasi Kualitas, pada tahapan ini proses seleksi dilakukan melalui pembacaan abstrak, kata kunci, serta bagian utama artikel untuk menentukan kesesuaian dengan kriteria inklusi, yaitu: (1) penelitian berfokus pada perilaku konsumen digital, (2) melibatkan kelompok usia Gen Z atau generasi muda, dan (3) membahas isu keamanan digital atau privasi data dalam aktivitas daring.
3. Sintesis Data, selanjutnya pada tahap ini dilakukan pengelompokan hasil temuan menjadi tema-tema utama yang berkaitan dengan konsumsi digital, risiko keamanan, dan tingkat kesadaran digital Gen Z.
4. Interpretasi Data, pada tahap akhir penelitian ini adalah interpretasi data, di mana peneliti menarik hubungan dan makna yang lebih dalam dari hasil sintesis sebelumnya. Proses interpretasi dilakukan dengan mengkaji bagaimana perilaku konsumtif Gen Z yang tinggi terhadap layanan dan produk digital berpotensi meningkatkan risiko terhadap keamanan data pribadi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Sintesis Temuan Literatur

3.1.1 Pengaruh Pembayaran Digital terhadap Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif pada dasarnya merupakan perilaku pada saat seseorang menghabiskan uangnya secara berlebihan tanpa berpikir rasional, seringkali mengakibatkan utang besar dan ketidakstabilan keuangan di masa depan (Luas et al., 2023). Pada penelitian yang dilakukan oleh Dewi pada tahun 2024 dalam *Indonesian Journal of Applied Business and Organization* (IJABO) menunjukkan bahwa sistem pembayaran digital seperti QRIS mendorong peningkatan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa Generasi Z. Temuannya menunjukkan pengaruh sebesar 25,4% antara penggunaan QRIS dan intensitas konsumsi. Hal ini diartikan bahwa semakin sering Gen Z menggunakan pembayaran digital, semakin meningkat kecenderungan mereka untuk melakukan pembelian yang tidak direncanakan. Penelitian lainnya yang juga mengangkat tentang pembayaran digital dan perilaku konsumtif yang dilakukan oleh Safira dan kawan kawan, menunjukkan hasil pengaruh kepercayaan, kemudahan, dan manfaat digital payment terhadap perilaku konsumtif individu dengan *digital savvy* sebagai variabel moderasi dengan metode kuantitatif melalui 100 responden Gen Z berusia 18–25 tahun di Kota Medan yang menggunakan layanan pembayaran digital. Menunjukkan bahwa kepercayaan, kemudahan, dan manfaat *digital payment* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, dengan kontribusi sebesar 55,2% terhadap variabel dependen (Safira et al., 2023).

Dari sisi metodologis, kedua penelitian diatas menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sampel mahasiswa generasi Z, keduanya menyoroti dimensi kemudahan, efisiensi, dan gaya hidup digital sebagai faktor pendorong. Namun, tidak ada eksplorasi mengenai bagaimana kesadaran terhadap keamanan digital memengaruhi keputusan konsumtif tersebut, yang menjadi celah penting bagi penelitian ini.

3.1.2 Konsumsi Digital melalui Media Sosial

Fenomena konsumsi digital yang menyebar di kalangan remaja mencakup berbagai aktivitas yang melibatkan penggunaan media sosial diantaranya Instagram, TikTok, X/Twitter dan YouTube, serta aplikasi percakapan daring, layanan streaming music dan video, permainan daring (*online games*), serta akses terhadap berbagai konten berbasis web (Sevila et al., 2025). Hal ini tentunya bukan hal yang baru, mengingat perkembangan internet yang telah berkembang pesat pada generasi ini. Adapun penelitian yang dilakukan oleh Pamungkas dan kawan-kawan pada tahun 2024 dalam *Filosofi: Jurnal Kajian Ilmu Komunikasi* mengamati perilaku konsumtif Generasi Z melalui platform TikTok Shop. Hasilnya menunjukkan bahwa algoritma personalisasi, iklan yang bersifat repetitif, dan konten promosi dari influencer menciptakan *social pressure* dan fenomena FOMO (*fear of missing out*). Faktor-faktor psikologis tersebut memunculkan *impulsive buying behaviour* yang sulit dikendalikan oleh individu Gen Z. Penelitian lainnya, menganalisis dampak media digital terhadap pola konsumsi berita generasi milenial di Indonesia. Hasilnya menunjukkan bahwa media sosial dan portal berita online menjadi sumber utama karena kemudahan akses, kecepatan, dan interaktivitasnya. Media digital turut memengaruhi tingkat kepercayaan dan keterlibatan milenial, serta memicu konsumsi berita yang selektif dan dipersonalisasi oleh algoritma. Kondisi ini meningkatkan fragmentasi informasi dan risiko hoaks. Penelitian memberikan wawasan bagi praktisi dan pembuat kebijakan untuk memperkuat literasi digital dan kepercayaan pada sumber berita kredibel (Anugrafianto, 2023).

Keuda penelitian pertama menekankan hubungan antara identitas digital dan perilaku ekonomi, di mana konsumsi tidak hanya didorong oleh kebutuhan, tetapi juga oleh pencitraan sosial di ruang digital. Penelitian kedua, melihat aktivitas digital yang sangat cepat cukup di pengaruhi oleh algoritma dari personalisasi indibidu, namun hal tersebut cukup rentan karena belum adanya kemanan digital. Kedua penelitian belum meunjukkan tentang, isu keamanan data pribadi, seperti kebocoran informasi transaksi atau paparan akun, belum dijadikan variabel eksplorasi, sehingga menunjukkan keterbatasan dalam memahami konsekuensi digital yang lebih luas.

3.1.3 Aspek Keamanan Digital dalam Ekonomi Digital

Sementara itu, Penelitian yang dilakukan oleh Waliulah dan kawan-kawan pada tahun 2025 yang berjudul *A Systematic Literature Review of Cybersecurity Risks in Digital Banking and Consumer Adoption* memaparkan peningkatan risiko keamanan siber seiring berkembangnya ekonomi digital. Temuan menunjukkan bahwa phishing, malware, dan kebocoran data pribadi merupakan ancaman dominan dalam sistem keuangan digital. Kajian ini menekankan pentingnya literasi dan kesadaran keamanan digital (*cybersecurity awareness*) sebagai faktor kunci dalam menjaga kepercayaan masyarakat terhadap layanan digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan *systematic review* terhadap lebih dari 70 publikasi internasional, dan menghasilkan model konseptual bahwa literasi keamanan siber berperan sebagai variabel moderasi antara kepercayaan digital dan adopsi teknologi ekonomi digital. Ekonomi digital Indonesia berkembang pesat namun menghadapi tantangan hukum seperti perlindungan data, keamanan siber, dan regulasi e-commerce serta fintech. Melalui analisis yuridis normatif, penelitian ini menemukan adanya celah hukum dan ketidakpastian

regulasi yang perlu diperbaiki. Diperlukan penguatan kerangka hukum dan peningkatan kapasitas penegak hukum untuk menghadapi dinamika ekonomi digital yang terus berkembang (D. K. Dewi & Sriyanto, 2024).

Artikel keempat yang ditulis oleh Effendy dan Oktiani pada tahun 2024 dengan judul Literasi Digital Keamanan Siber pada Remaja menghadapi *Social Engineering* telah menyoroti keterkaitan antara perubahan perilaku sosial dan adopsi teknologi digital di masyarakat. Penulis menguraikan bahwa masyarakat, khususnya generasi muda, cenderung melihat aktivitas konsumsi digital sebagai bagian dari gaya hidup modern yang menunjukkan partisipasi dalam ekonomi digital. Namun, minimnya kesadaran terhadap risiko digital membuat masyarakat sering kali bertindak tanpa memperhatikan keamanan data dan privasi. Adapun kondisi digital Indonesia tahun 2025, bisa dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 3.1 Kondisi Digital Indonesia 2025

Sumber: Hootsuite (We are Social): Data Digital Indonesia 2025

3.2. Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis pada keempat artikel tersebut, maka ditemukan beberapa tema utama yang saling berkaitan, diantaranya yaitu:

1. Kemudahan Digital sebagai Pemicu Konsumsi

Ketersediaan sistem pembayaran dan platform daring yang mudah diakses memperkuat *immediacy effect* dalam perilaku konsumtif Gen Z. Baik QRIS maupun TikTok Shop menunjukkan bahwa semakin rendah hambatan transaksi, semakin tinggi frekuensi pembelian. Temuan ini sejalan dengan teori *Technology Acceptance Model (TAM)*, di mana persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) meningkatkan niat untuk menggunakan, yang pada akhirnya memperkuat perilaku konsumtif digital.

2. Algoritma dan Psikologi Sosial dalam Konsumsi Digital

Media sosial menciptakan ekosistem konsumsi berbasis rekomendasi dan *social validation*. Konten yang dioptimalkan melalui algoritma tidak hanya mengarahkan minat pengguna, tetapi juga menciptakan tekanan sosial untuk membeli produk tertentu. FOMO menjadi faktor emosional yang memperkuat perilaku impulsif. Fenomena ini memperlihatkan bahwa konsumsi digital tidak lagi bersifat rasional, melainkan dikendalikan oleh pola psikologis dan algoritmik.

3. Rendahnya Kesadaran Keamanan Digital

Dari berbagai literatur yang ditelaah, hampir tidak ada penelitian yang secara langsung mengaitkan perilaku konsumtif dengan kesadaran keamanan digital. Padahal, perilaku konsumtif yang tinggi di ruang digital sering kali diiringi dengan praktik berbagi data pribadi, penyimpanan informasi finansial, dan penggunaan aplikasi tanpa verifikasi keamanan. Literatur di bidang keamanan digital menegaskan bahwa kesadaran siber yang rendah dapat meningkatkan risiko pencurian data dan penipuan daring.

4. Dampak terhadap Kepercayaan dan Keberlanjutan Ekonomi Digital

Ekonomi digital sangat bergantung pada tingkat kepercayaan pengguna. Semakin tinggi kesadaran keamanan digital, semakin besar pula tingkat kepercayaan terhadap sistem transaksi daring. Sebaliknya, peningkatan insiden kejahatan siber dapat menurunkan minat masyarakat untuk bertransaksi digital. Hal ini menimbulkan implikasi ekonomi jangka panjang—yaitu berkurangnya partisipasi dalam ekosistem digital dan melambatnya pertumbuhan ekonomi digital yang berkelanjutan.

Selain itu, artikel yang di telaah juga telah menunjukkan, bahwa perilaku konsumtif Gen Z dalam ruang digital tidak hanya dipengaruhi oleh faktor teknologi seperti kemudahan pembayaran digital, algoritma media sosial, dan intensitas penggunaan platform, tetapi juga oleh dinamika psikologis dan rendahnya kesadaran keamanan digital. Studi Dewi tahun 2024 dan Safira et al. tahun 2023 menegaskan bahwa digital payment meningkatkan impulsive buying melalui kemudahan transaksi, efisiensi, serta trust yang dibangun oleh sistem pembayaran, namun keduanya belum mempertimbangkan variabel keamanan siber sebagai faktor pengendali perilaku konsumtif.

Sementara itu, penelitian Pamungkas, memperlihatkan bagaimana algoritma dan *social pressure* di media sosial memperkuat identitas digital sebagai penentu perilaku konsumsi, tetapi juga luput dari pembahasan risiko kebocoran data yang melekat pada aktivitas tersebut. Kajian Waliullah tahun 2025 serta Dewi & Sriyanto tahun 2024 menegaskan bahwa ekosistem ekonomi digital menghadapi tantangan serius terkait risiko siber dan ketidakpastian regulasi. Integrasi temuan ini menghasilkan argumen baru bahwa perilaku konsumtif Gen Z tidak dapat dipahami secara parsial, melainkan harus dianalisis sebagai interaksi multidimensional antara teknologi, psikologi sosial, dan keamanan digital. Dengan demikian, kesadaran keamanan digital berpotensi menjadi variabel moderasi penting yang menekan perilaku konsumtif berlebihan dan memperkuat keberlanjutan ekonomi digital yang aman dan inklusif. Selanjutnya pada keempat artikel tersebut, maka ditemukan pula beberapa analisa lanjutan untuk melihat integrasi pada setiap tema, diantaranya yaitu:

1. Integrasi antara Perilaku Konsumtif dan Keamanan Digital

Hasil literatur menunjukkan bahwa perilaku konsumtif Gen Z di ruang digital meningkat pesat karena dorongan kemudahan teknologi dan budaya digital. Namun, belum ada penelitian yang menguji sejauh mana kesadaran keamanan digital memoderasi hubungan antara kemudahan transaksi dan perilaku konsumtif tersebut. Analisis ini membuka peluang untuk merumuskan model konseptual baru di mana perilaku konsumtif digital tidak hanya dilihat dari faktor ekonomi dan sosial, tetapi juga dari tingkat kesadaran siber individu.

2. Peran Generasi Z dalam Ekonomi Digital

Generasi Z merupakan kelompok dengan penetrasi digital tertinggi. Temuan dari berbagai literatur mengonfirmasi bahwa Gen Z bukan hanya konsumen utama ekonomi digital, tetapi juga pembentuk tren perilaku ekonomi baru. Namun, rendahnya kesadaran terhadap keamanan digital menunjukkan adanya risiko jangka panjang bagi keberlanjutan ekonomi digital—baik dalam bentuk kerugian finansial pribadi maupun menurunnya stabilitas sistem ekonomi berbasis kepercayaan digital.

3. Relevansi terhadap Pembangunan Ekonomi Digital Nasional

Dalam konteks Indonesia, peningkatan transaksi digital yang signifikan belum sepenuhnya diimbangi dengan peningkatan literasi keamanan digital. Fenomena ini menimbulkan paradoks pertumbuhan ekonomi digital yang cepat di satu sisi, dan meningkatnya potensi kerentanan keamanan di sisi lain. Penelitian ini menempatkan diri sebagai jembatan antara dua fenomena tersebut, dengan tujuan untuk membangun kesadaran baru tentang pentingnya keamanan digital sebagai fondasi perilaku ekonomi modern.

4. PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil telaah literatur yang dilakukan, penelitian ini menyimpulkan bahwa Generasi Z memiliki karakteristik perilaku konsumtif yang kuat di ruang digital, yang didorong oleh kemudahan teknologi, gaya hidup digital, serta pengaruh sosial dari media daring. Kemunculan berbagai platform digital seperti *e-commerce*, *fintech*, dan media sosial menjadikan proses konsumsi semakin instan, personal, dan berbasis emosi, bukan lagi rasionalitas kebutuhan. Namun, perilaku konsumtif tersebut tidak diimbangi dengan tingkat kesadaran keamanan digital (*cybersecurity awareness*) yang memadai. Hasil kajian terhadap berbagai penelitian menunjukkan bahwa meskipun Gen Z melek teknologi, sebagian besar belum memahami risiko keamanan siber seperti pencurian data, kebocoran privasi, penipuan digital, maupun penyalahgunaan informasi pribadi. Hal ini menyebabkan Gen Z rentan menjadi korban dari sistem ekonomi digital yang mereka sendiri turut membangun.

Analisis juga menunjukkan bahwa dalam konteks ekonomi digital, kesadaran keamanan digital memiliki peran strategis sebagai variabel moderasi antara kemudahan teknologi dan perilaku konsumtif. Semakin tinggi kesadaran keamanan digital, semakin terkendali pula perilaku konsumtif seseorang dalam melakukan transaksi online. Sebaliknya, rendahnya kesadaran digital dapat memperkuat perilaku konsumtif impulsif yang berisiko bagi keamanan data pribadi dan stabilitas keuangan individu. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa perilaku konsumtif Generasi Z perlu dilihat bukan hanya sebagai fenomena sosial dan ekonomi, tetapi juga sebagai isu keamanan digital dan keberlanjutan ekonomi. Penelitian ini menawarkan perspektif baru bahwa keamanan digital merupakan dimensi penting dalam memahami pola konsumsi generasi muda di era ekonomi digital.

4.2. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan, beberapa saran strategis dapat diajukan, diantaranya yaitu Pertama, untuk Lembaga Pendidikan, literasi digital di sekolah dan perguruan tinggi perlu diperluas dengan memasukkan aspek kesadaran keamanan digital sebagai bagian dari kurikulum. Kedua, untuk Pemerintah dan Regulator, diperlukan kebijakan publik yang lebih kuat dalam meningkatkan kesadaran keamanan siber masyarakat, terutama Generasi Z. Kampanye nasional mengenai keamanan data pribadi, privasi digital, dan etika konsumsi online perlu diperkuat melalui kolaborasi lintas kementerian dan industri digital. Ketiga, untuk Pelaku Industri Digital, Platform *e-commerce*, fintech, dan media sosial diharapkan lebih proaktif dalam menerapkan fitur keamanan berbasis edukasi, seperti notifikasi risiko transaksi, sistem autentikasi berlapis, dan panduan keamanan digital bagi pengguna muda. Keempat, disarankan agar penelitian selanjutnya (*Future Research Agenda*) dapat menggunakan model konseptual terbaru, menggunakan metode empiris misalkan menggunakan alat uji seperti *Tableau*, *Phyton*, *R*, *Nvivo*, *Atlas.AI* dan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. (2022). Metode penelitian kualitatif studi pustaka. *Jurnal Edumaspul*, 6(1), 974–980.
- Anisti, A., Sidarta, V., Imran, M., & Syatir, S. (2024). TANTANGAN LITERASI DIGITAL GENERASI Z: KAJIAN SISTEMATIC LIRATURE REVIEW. *Media Bahasa, Sastra, Dan Budaya Wahana*, 30(2), 152–161.
- Anugrafianto, T. R. (2023). Analisis Dampak Media Digital terhadap Pola Konsumsi Berita Generasi Milenial di Indonesia. *Amerta Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 3(3), 21–25.
- Budiman, D., Iswati, S., & Sitompul, M. K. (2025). Perkembangan Ekosistem Ekonomi Digital di Indonesia: Sebuah Kajian Literatur. *JUMINTAL: Jurnal Manajemen Informatika Dan Bisnis Digital*, 4(1), 115–126.
- Dewi, A. A. (2024). The Effect of Digital Payment on Generation Z's Consumptive Behaviour. *International Journal Administration, Business & Organization*, 5(3), 75–85.
- Dewi, C. M., & Hana, K. F. (2025). The Influence of Cashless Society and Financial Literacy on Gen Z's Consumptive Behavior with Self-Control as an Intervening Variable. *Al-Muhtarifin: Islamic Banking and Islamic Economic Journal*, 4(2), 54–69.
- Dewi, D. K., & Sriyanto, D. (2024). Aspek Hukum dalam Pengaturan Ekonomi Digital: Tantangan dan Peluang di Indonesia. *All Fields of Science Journal Liaison Academia and Society*, 4(2), 73–79.

- Dewi, N. R. A., Sasmita, P. B. A., Angelia P, Z., & Setyawan, J. (2025). The Instant Gratification Trap: How QRIS Fuels Consumptive Behavior in Surabaya's Young Consumers. *Jurnal Psikologi Teori Dan Terapan (JPTT)*, 16(2), 105–118.
- Effendy, M. Y., & Oktiani, H. (2024). Literasi Digital Keamanan Siber pada Remaja menghadapi Social Engineering. *Wacana Publik*, 18(1), 35–42.
- Luas, G. N., Irawan, S., & Windrawanto, Y. (2023). Pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Scholaria: Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 13(1), 1–7.
- Pamungkas, R. E., Ainu, F. E., Nisa, P. K., Chaniago, M. A., Husairi, M. S., & Adinda, A. S. (2025). Gaya Konsumtif Gen Z Melalui Akun Tiktok Shop dalam Pembelian Produk Fashion Baju pada Kelas KPI 5D. *Filosofi: Publikasi Ilmu Komunikasi, Desain, Seni Budaya*, 2(1), 129–139.
- Safira, R., Sugianto, S., & Harahap, R. D. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Manfaat Digital Payment Sebagai Alat Pembayaran Terhadap Perilaku Konsumtif Individu Dengan Digital Savvy Sebagai Variabel Moderating. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 2859–2878.
- Sari, R. P. (2025). *Pengguna Internet RI 2025 Tembus 229,4 Juta, Gen Z Mendominasi*. Cloud Computing Indonesia. <https://www.cloudcomputing.id/berita/pengguna-internet-ri-2025-229-4-juta>
- Sevila, N., Ningsih, R. A., Huda, M. A. M., & Sy, A. M. M. E. (2025). TREN KONSUMSI DIGITAL DIKALANGAN REMAJA. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 2(5), 9394–9399.
- Waliullah, M., George, M. Z. H., Hasan, M. T., Alam, M. K., Munira, M. S. K., & Siddiqui, N. A. (2025). Assessing the influence of cybersecurity threats and risks on the adoption and growth of digital banking: a systematic literature review. *ArXiv Preprint ArXiv:2503.22710*.
- Yustini, R. S., & Prihastuty, D. R. (2024). Exploration Of Digital-Based Consumptive Behavior E-Lifestyle In Generation-Z. *Jurnal Ekonomi*, 13(03), 302–315.