

BAB I

PENDAHULUAN

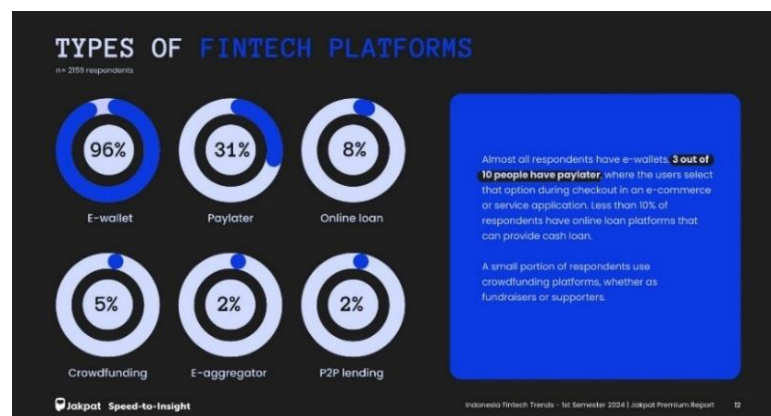
1.1. Latar Belakang

Perubahan zaman dewasa ini telah mengarah pada modernisasi, diiringi oleh pertumbuhan ekonomi yang semakin pesat di Indonesia. Modernisasi ditandai dengan kemajuan pesat bidang teknologi dan sistem informasi yang semakin canggih dan berdampak pada digitalisasi di berbagai bidang, termasuk pada bidang ekonomi. Dalam konteks ekonomi, digitalisasi mempermudah manusia dalam aktivitas berbelanja, terutama pada sistem transaksi pembelian menjadi lebih efisien, cepat dan praktis tanpa adanya hambatan (Chandrawati et al., 2023).

Salah satu perkembangan teknologi yang tengah menjadi sorotan di sektor jasa keuangan adalah *Financial Technology* (Fintech), dimana ini merupakan wujud dari inovasi teknologi dalam bidang keuangan, yang pengaturan dan pengawasannya berada dibawah Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang mempermudah manusia dalam melakukan berbagai transaksi, seperti pembayaran (*payment*), pengumpulan dana (*crowdfunding*), dan peminjaman dana secara online (*peer-to-peer lending*). Salah satu jenis fintech yang tengah mendapat perhatian di Indonesia saat ini adalah penggunaan P2P Lending. Sistem ini memfasilitasi transaksi pinjam-meminjam secara elektronik dengan menghubungkan langsung antara pemberi dan penerima pinjaman. Layanan jasa keuangan P2P lending yang tercatat dan memperoleh izin resmi dari OJK telah mencapai 97 perusahaan

per 29 Oktober 2024. OJK mencatat total akumulasi penyaluran dana pinjaman melalui layanan P2P *Lending* di Indonesia sebesar Rp27,44 triliun sepanjang 2024, yang mengalami peningkatan sebanyak 22% dibanding tahun 2023 (*fintech.id*, 2024).

PayLater merupakan salah satu jenis *peer-to-peer lending* yang populer di kalangan masyarakat, dimana penggunaannya dapat dicicil dalam jangka waktu tertentu, dimana seseorang dapat terlebih dahulu menerima manfaat dari barang atau jasa yang didapatkan, dan berkewajiban membayarnya sesuai dengan jangka waktu yang telah disepakati. Keberadaan PayLater ini mendorong lebih banyak lagi masyarakat dalam melakukan transaksi, karena membantu menghilangkan hambatan finansial yang membatasi keputusan pembelian seseorang. Masyarakat terutama generasi muda saat ini tumbuh di lingkungan yang sangat dipengaruhi oleh teknologi dan berdampak langsung terhadap perilaku mereka, termasuk dalam pengambilan keputusan keuangan.

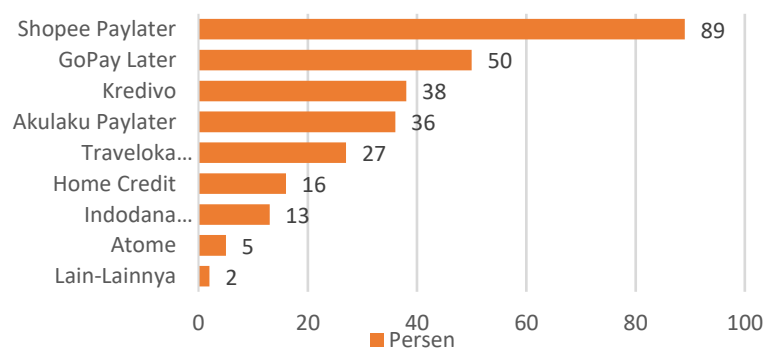


Gambar 1. 1. Tren Penggunaan Financial Technology Tahun 2024
Sumber: (Esqnews.id, 2024)

Hasil survei menunjukkan bahwa PayLater merupakan jenis *fintech* yang paling banyak digunakan pada tahun 2024, dengan persentase sebesar 31% dari total responden. Survei tersebut juga mencatat adanya kenaikan penggunaan PayLater sebesar 8% dibandingkan tahun 2023. Dana pinjaman melalui PayLater paling banyak digunakan untuk memenuhi kebutuhan mendesak, membeli kebutuhan sehari-hari, membayar tagihan, serta kebutuhan hiburan. Survey tersebut juga menggambarkan perilaku keuangan masyarakat, dimana masyarakat lebih sering menggunakan PayLater untuk kebutuhan berbelanja. Tidak hanya untuk kebutuhan berbelanja saja, PayLater saat ini juga dapat digunakan untuk berbagai transaksi, seperti pembelian makanan, pembayaran tagihan listrik dan air, hingga pembelian tiket konser (*Esqnews.id*, 2024). Kondisi ini dapat disimpulkan bahwa penggunaan PayLater dalam pemenuhan berbagai kebutuhan ini dapat memunculkan sikap yang konsumtif dalam diri seseorang.

Beberapa *E-commerce* atau situs belanja *online* di Indonesia saat ini telah menambahkan fasilitas PayLater. Fitur ini mempermudah aktivitas belanja masyarakat. Shopee, sebagai salah satu penyedia layanan PayLater, tercatat sebagai platform e-commerce dengan jumlah kunjungan terbanyak di tahun 2023, yaitu sebesar 2,35 miliar pengunjung (Ahdiat, 2024). PT Shopee Internasional Indonesia, yang selanjutnya disebut dengan Shopee termasuk salah satu *marketplace* terbesar di Indonesia, yang bermitra dengan PT Commerce Finance dalam menyediakan layanan pinjaman yaitu Shopee PayLater. Layanan PayLater pada Shopee ini semakin mempermudah

pengguna dalam bertransaksi ataupun berbelanja secara online. Penggunaan fitur Shopee PayLater memberikan berbagai manfaat, diantaranya adalah limit kredit mencapai Rp 50 juta yang dapat meningkat seiring dengan frekuensi dan nilai transaksi pengguna. Shopee PayLater juga menyediakan pilihan pembayaran angsuran selama tiga, enam, atau dua belas bulan, disertai bunga pinjaman yang relatif kecil, tergantung berapa lama angsuran yang dipilih (*shopee.co.id*, 2024).



Gambar 1. 2. Grafik Layanan Paylater Paling Banyak Digunakan
Sumber: (*Populix.co*, 2023)

Dikutip dari *populix.co*, hasil penelitian menunjukkan Shopee PayLater menjadi *Top of Mind* dimana pengguna PayLater dengan presentase sebesar 89%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas dari pengguna PayLater mengetahui atau menggunakan layanan Shopee PayLater dibandingkan dengan layanan PayLater lainnya. *Katadata Insight Center* (2022) mengungkapkan bahwa pengguna PayLater terbanyak di Indonesia berasal dari kelompok Generasi Z dan milenial. Hal tersebut didukung oleh penelitian (Anggraeni et al., 2024) dimana pengguna PayLater didominasi oleh generasi muda dengan asumsi bahwa PayLater memudahkan dalam pembelian, serta

memberikan kemudahan finansial jangka pendek. Namun disamping itu juga terdapat asumsi negatif penggunaan PayLater, dimana ketika tidak diimbangi gaya hidup sederhana dan pengelolaan keuangan yang bijak akan menyebabkan perilaku konsumtif (Dzattadini et al., 2024)

Fenomena mengenai perilaku konsumtif di tengah masyarakat berkaitan dengan tingginya pengeluaran, salah satunya dipengaruhi adanya kemajuan teknologi dan informasi, sehingga masyarakat dapat memenuhi kebutuhannya yang cenderung mendorong munculnya perilaku konsumtif. Seseorang yang memiliki perilaku konsumtif cenderung melakukan konsumsi yang mengarah pada konsumsi tanpa batas, tanpa pertimbangan yang rasional dan perencanaan. Pemenuhan terhadap kebutuhan yang lebih kompleks ini menyebabkan tercapainya kepuasan pada diri manusia, sehingga mereka cenderung untuk terus melakukan konsumsi yang berlebihan. Hasil penelitian yang didapat oleh (Setiawan et al., 2024) menunjukkan generasi Z di Kota Surabaya cenderung berperilaku konsumtif saat berbelanja, yang dilihat pada 75% dari generasi Z memilih berbelanja karena hanya tertarik, dan 66% berbelanja tidak sesuai dengan kebutuhan. Faktor yang dapat mempengaruhi pola konsumsi mereka adalah adanya keinginan untuk meningkatkan status sosial mereka. Selain itu, rata-rata generasi Z akan memilih untuk menggunakan layanan pinjaman untuk alternatif berbelanja. Finansial Bisnis (2024) menyatakan bahwa penggunaan PayLater didominasi oleh generasi Z di urutan kedua, dimana provinsi Jawa Timur menempati posisi ketiga sebagai pengguna PayLater terbesar dengan presentase 13,35%. Pemakaian PayLater

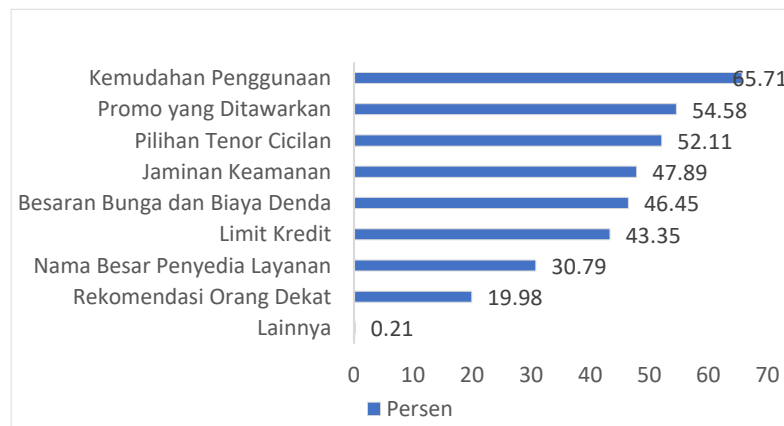
pada generasi Z rata-rata perbulan mencapai 4,59 juta debitur per Desember 2023. Kemudahan penggunaan serta manfaat yang didapatkan dengan penggunaan PayLater ini mengubah perilaku berbelanja generasi Z, karena saat menggunakan PayLater generasi Z merasa transaksi yang dilakukan sangat praktis. Perilaku konsumtif dapat muncul dikarenakan adanya perencanaan keuangan yang buruk. Hal ini dapat terjadi karena banyak generasi muda yang masih belum memiliki literasi keuangan yang baik. Selain itu, kemudahan dalam menggunakan layanan PayLater akan mempermudah seseorang dalam mendapatkan barang dan jasa berdasarkan keinginan mereka, yang terkadang tidak diimbangi dengan kemampuan finansial yang baik. Hal ini dapat berpengaruh langsung terhadap keinginan suatu individu untuk kemudian mengikuti gaya hidup orang lain disekitarnya dan menunjang status sosial mereka. Sehingga penting adanya peningkatan literasi keuangan pada generasi muda, agar mereka dapat melakukan perencanaan yang baik terhadap keuangannya.

Literasi keuangan diartikan sebagai suatu kemampuan dalam memahami cara mengatur uang, yang berpengaruh pada perilaku seseorang dalam membuat keputusan dan merencanakan keuangan secara lebih efektif. Setiap keputusan keuangan yang bijak harus didasarkan pada literasi keuangan serta pemahaman mengenai keuangan. Menurut data OJK dalam Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2024, tingkat literasi keuangan di Indonesia baru mencapai 65,43 dari 100. Menurut OJK dalam (Maria & Anwar, 2022), dibandingkan dengan negara ASEAN lain angka ini masih

tertinggal jauh, dimana Singapura mendapat angka 98%, Malaysia dengan 85% dan Thailand yang mencatatkan angka 82%. Tingkat literasi keuangan diukur melalui sejumlah aspek, diantaranya pengetahuan, keterampilan, keyakinan, sikap dan perilaku keuangan masyarakat. Kelompok masyarakat dengan umur 25-35 tahun memiliki tingkat literasi keuangan paling tinggi, artinya generasi muda saat ini sudah mulai melakukan perencanaan dan pengelolaan terhadap finansial mereka.

Meskipun masyarakat memiliki kemudahan dalam mengakses keuangan, tetapi mereka tidak memahami fungsi dan risikonya (Maria & Anwar, 2022). Sehingga ditengah berkembangnya berbagai layanan pembayaran, seseorang harus lebih bijak dalam mengelola keuangannya. Masalah keuangan tidak semata-mata disebabkan oleh rendahnya pendapatan, melainkan juga dipengaruhi oleh kurangnya kemampuan dalam mengelola keuangan serta perencanaan keuangan yang tidak matang. Berdasarkan data OCBC NISP Financial Fitness Index tahun 2024, mendapat angka 41,25 persen pada tingkat kesehatan finansial generasi muda, dimana angka ini menunjukkan adanya peningkatan sebesar 0,09 dari tahun sebelumnya walaupun tidak menunjukkan kenaikan yang signifikan. Terjadinya peningkatan ini menunjukkan adanya perubahan positif kepada perilaku keuangan generasi muda, yang ditandai dengan tingkat literasi keuangan yang baik, adanya pencatatan keuangan, serta memiliki dana darurat. Hal ini harus tetap ditingkatkan seiring dengan bertambahnya tingkat perilaku konsumtif pada generasi muda, karena apabila tingkat literasi keuangan lebih rendah,

seseorang akan berisiko mengalami kerugian yang berdampak negatif pada kondisi ekonomi secara keseluruhan, sekaligus memperbesar tingkat perilaku konsumtif masyarakat (Anam & Anwar, 2023).



Gambar 1. 3. Grafik Alasan Menggunakan PayLater

Sumber: (Tirto.id, 2022)

PayLater memberikan kemudahan penggunaan layanan dan mudah dipelajari sehingga meningkatkan jumlah transaksi seseorang. Menurut Davis (1989), konsep kemudahan penggunaan merujuk pada persepsi yang dimiliki pengguna terhadap seberapa besar usaha yang diperlukan dalam menggunakan suatu sistem. Seseorang akan cenderung memilih sesuatu yang tidak memerlukan usaha lebih dalam menggunakan sesuatu. Survei yang dilakukan oleh Tirto.id pada tahun 2022, menunjukkan sebanyak 65,71% responden memilih kemudahan penggunaan sebagai pertimbangan dalam memilih layanan PayLater. Hasil ini menunjukkan kemudahan penggunaan adalah alasan paling banyak dipilih oleh pengguna PayLater, diikuti oleh promo yang ditawarkan sebanyak 54,58%, pilihan tenor cicilan sebanyak 52,11%, dan jaminan keamanan sebanyak 47,89%. Adapun 46,45% responden memilih besaran bunga dan biaya denda sebagai pertimbangan

dalam pemilihan layanan PayLater. Kemudian sebanyak 43,25% responden memilih limit kredit sebagai alasan dalam penggunaan PayLater, lalu 30,79% menggunakan PayLater karena nama besar penyedia layanan. Sedangkan 19,98% responden menggunakan PayLater karena rekomendasi dari orang dekat, dan 0,21% responden memilih alasan lainnya.

Kemudahan dalam mengakses teknologi membuat perilaku konsumsi masyarakat juga berubah. Perilaku konsumsi seseorang sangat dipengaruhi oleh gaya hidup. Kotler dan Keller (2018) menyebutkan gaya hidup adalah bagaimana individu menentukan pola hidup yang dapat tergambar dari kegiatan, minat serta opini dari suatu individu. Individu dengan gaya hidup mewah, biasanya akan lebih cenderung untuk memenuhi keinginan mereka terlebih daripada kebutuhan yang sebenarnya. Gaya hidup mencerminkan pola individu dalam mengelola aspek kehidupannya, termasuk pengelolaan waktu dan keuangan. Perubahan gaya hidup pada generasi Z ini dapat mendorong perilaku konsumtif mereka dalam membeli sesuatu yang mereka inginkan. Gaya hidup seseorang dapat dipengaruhi lingkungan sosial mereka, dimana suatu individu terkadang akan memiliki sifat ingin mengikuti atau tidak ingin tertinggal. *Fear of missing out (FoMO)* adalah kondisi dimana timbulnya rasa cemas yang timbul akibat adanya kekhawatiran bahwa orang lain mendapatkan pengalaman hidup lebih baik dibandingkan diri sendiri. Standar terhadap gaya hidup yang tinggi akan berdampak pada meningkatnya sikap konsumtif seseorang.

Theory Planned of Behavior (TPB) merupakan teori perilaku yang dikemukakan Ajzen (1991), dapat membantu menganalisis model perilaku seseorang dan menjelaskan arti dari suatu perilaku tersebut. Menurut teori perilaku terencana, adanya niat untuk melakukan suatu tindakan adalah faktor yang dapat mempengaruhi adanya tindakan tersebut. Niat untuk melakukan tindakan tersebut dapat diprediksi melalui tiga faktor, diantaranya adalah sikap atas perilaku (*attitude*), norma subjektif (*subjective norm*), serta persepsi terhadap kontrol diri (*perceived behavioral control*). TPB juga menjelaskan bahwa sikap terhadap perilaku dapat berhubungan dengan penilaian seseorang terhadap kemungkinan keuntungan atau risiko yang mungkin timbul sebagai akibat dari melakukan atau menghindari perilaku tertentu. Dalam konteks adopsi penggunaan terhadap teknologi, digunakan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan Davis di tahun 1989 sebagai turunan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA). Model dapat menjelaskan persepsi individu terhadap kemudahan dan kegunaan suatu teknologi dapat mempengaruhi penerimaan atas teknologi tersebut. TAM mengukur dua variabel utama, yaitu persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), dimana keduanya memberikan pengaruh pada sikap individu dalam menggunakan teknologi. Penelitian ini menggabungkan TPB dan TAM untuk menjelaskan peran dari gaya hidup dalam memoderasi hubungan antara literasi keuangan, kemudahan penggunaan dan perilaku konsumtif pengguna Shopee PayLater generasi Z di Kota Surabaya.

Perilaku konsumsi generasi muda cenderung mudah berubah, didasarkan pada gaya hidup dan pengaruh lingkungan sekitar mereka. Dapat terlihat dari banyak generasi muda yang memilih untuk membeli barang-barang yang sedang tren, membeli *smartphone* keluaran terbaru, bahkan membeli tiket konser tanpa memikirkan kemampuan keuangan mereka. Individu dengan finansial yang terbatas akan memikirkan hutang sebagai salah satu jalan keluar ketika mereka ingin memenuhi kebutuhan. Penggunaan PayLater di Indonesia terus meningkat, terutama provinsi Jawa Timur. Hal ini terbukti dari provinsi Jawa Timur menempati posisi ketiga sebagai pengguna PayLater terbesar dengan presentase 13,35%, serta generasi Z mendominasi penggunaan PayLater di Indonesia. Oleh karena itu, fenomena perilaku konsumtif generasi Z menjadi topik yang relevan untuk diteliti dari berbagai sudut pandang ilmu pengetahuan, salah satunya melalui pendekatan ilmu manajemen.

Sejumlah penelitian terdahulu telah banyak membahas terkait literasi keuangan, salah satunya oleh Susanti et al., (2024) menunjukkan hasil bahwa generasi muda masih memiliki pengetahuan keuangan yang masih sangat rendah, meskipun mereka sudah tergolong *financial active*. Generasi muda terutama generasi Z harus memiliki pemahaman terkait pengelolaan keuangan pribadi mereka, dimana pemahaman ini akan membantunya agar dapat mengatur keuangan mereka di masa depan. Faizah et al., (2023) menjelaskan adanya pengaruh yang negatif pada hubungan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif. Sebaliknya, penelitian oleh Setiawati & Alam (2023)

memberikan hasil temuan berbeda, dimana literasi keuangan terbukti terdapat pengaruh positif pada perilaku konsumtif bagi para pengguna Shopee PayLater di kalangan generasi Z.

Selain itu, terdapat beberapa penelitian sebelumnya yang dilakukan pada pengguna PayLater di Indonesia sebagai subjek penelitiannya, dimana didapatkan hasil bahwa kemudahan penggunaan berperan penting dalam mempengaruhi perilaku konsumtif pada generasi Z. Dimana semakin tinggi tingkat kemudahan terhadap penggunaan layanan PayLater ini membuat generasi Z lebih sering melakukan pembelian sehingga meningkatkan perilaku konsumtif mereka (Rosyada, 2024). Hasil yang berbeda didapat oleh (Anggraeni & Darma, 2023), yang menjelaskan bahwa semakin tinggi tingkat kemudahan penggunaan layanan PayLater, justru akan mengurangi tingkat perilaku konsumtif dalam menggunakannya. Hal ini terjadi karena kemudahan penggunaan ini tidak mempengaruhi generasi muda untuk berperilaku lebih konsumtif.

Keputusan pembelian seseorang dapat dipengaruhi oleh gaya hidup yang dipilih. Pola konsumsi seseorang akan berubah seiring dengan gaya hidupnya. Salah satu bentuk perubahan tersebut terlihat ketika individu lebih memilih membeli barang untuk memenuhi keinginan dibandingkan kebutuhan yang sebenarnya (Astuti & Dasman, 2024). Perilaku konsumtif generasi Z dalam menggunakan layanan PayLater dapat dilihat dari bagaimana pola konsumsi mereka berubah dari yang hanya memenuhi kebutuhan primer, menjadi memenuhi kebutuhan gaya hidup mereka. Gaya hidup dapat mengontrol

perilaku konsumtif suatu individu, apabila mereka menerapkan gaya hidup yang baik. Sebaliknya, perilaku konsumtif akan meningkat ketika seseorang juga memiliki gaya hidup yang tinggi. Dikarenakan ada perbedaan hasil yang ditemukan dalam penelitian sebelumnya, maka peneliti memutuskan untuk menambahkan variabel gaya hidup sebagai variabel moderasi untuk dapat menjelaskan proses atau mekanisme yang terlibat dalam hubungan antara literasi keuangan, kemudahan penggunaan dan perilaku konsumtif.

Pada hakikatnya, gaya hidup menggambarkan cara individu dalam mengatur kehidupannya. Gaya hidup yang baik juga akan menentukan tingkat literasi keuangan yang baik, termasuk bagaimana mengatur pengeluaran pribadi, sehingga dapat membatasi perilaku konsumtif suatu individu. Penelitian yang dilakukan Faizah et al. (2023) menyebutkan gaya hidup berperan dalam memperkuat hubungan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif. Ketika individu berbekal pengetahuan keuangan yang memadai serta menjalani gaya hidup yang bersifat sederhana, akan membantu dalam menekan kebiasaan konsumsi berlebihan. Disamping itu, kemudahan penggunaan layanan *fintech* terutama PayLter membuat seseorang akan dengan mudah mendapatkan barang atau jasa tanpa harus melakukan pembayaran di muka, sehingga hal ini dapat merubah perilaku konsumsi generasi Z yang lebih memilih untuk memenuhi gaya hidup mereka yang tinggi daripada kebutuhan. Hasil penelitian Ardiyanti & Nasikah (2022) mendukung pendapat ini, dimana ditemukan bahwa gaya hidup berperan dalam memperkuat hubungan kemudahan penggunaan Shopee PayLater

dengan perilaku konsumtif, dimana kemudahan dalam menggunakan layanan PayLater juga akan meningkatkan intensitas seseorang dalam berbelanja sehingga dapat berperilaku konsumtif.

Dengan mempertimbangkan latar belakang yang ada serta perbedaan dari hasil penelitian-penelitian sebelumnya, penulis merasa perlu dilakukan penelitian ini. Penelitian ini akan melibatkan responden dari kalangan generasi Z di Kota Surabaya. Maka dari itu, penulis menetapkan judul penelitian ini yaitu: **“Peran Gaya Hidup Dalam Memoderasi Pengaruh Literasi Keuangan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee *Paylater* Pada Generasi Z Di Kota Surabaya”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang yang telah diuraikan, masalah utama yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif?
2. Bagaimana pengaruh kemudahan penggunaan terhadap perilaku konsumtif?
3. Bagaimana gaya hidup dapat memoderasi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif?
4. Bagaimana gaya hidup dapat memoderasi pengaruh kemudahan penggunaa terhadap perilaku konsumtif?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian berdasarkan beberapa rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya antara lain adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif,
2. Untuk menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan terhadap perilaku konsumtif,
3. Untuk menganalisis bagaimana gaya hidup dapat memoderasi literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif,
4. Untuk menganalisis bagaimana gaya hidup dapat memoderasi kemudahan penggunaan terhadap perilaku konsumtif.

1.4. Manfaat Penelitian

Diharapkan bahwa penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, antara lain:

1. Bagi peneliti lain, diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi referensi serta memberikan informasi tambahan yang berguna untuk mendukung penelitian selanjutnya dan pengembangan studi di masa mendatang.
2. Bagi Universitas, hasil ini dapat dijadikan sebagai referensi tambahan yang memperkaya sumber bacaan, sehingga berguna sebagai dasar bagi penelitian selanjutnya serta dapat meningkatkan wawasan mahasiswa di masa yang akan datang.

3. Bagi pembaca, penelitian ini memberikan wawasan dan pengetahuan tentang penggunaan layanan PayLater, dan terhindar dari perilaku konsumtif atau konsumsi yang berlebihan.