

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ekonomi digital Indonesia terus mengalami kemajuan yang signifikan, ditandai dengan pertumbuhan *e-commerce* yang berhasil mengubah preferensi konsumen dalam berbelanja. Menurut Raji et al. (2024), *E-commerce* atau *Electronic Commerce* merujuk pada kegiatan jual beli barang atau jasa yang dilakukan melalui jaringan internet. Kemunculan *e-commerce* merupakan respon dari perkembangan teknologi, khususnya digitalisasi, yang berperan dalam membantu pelaku bisnis untuk memasarkan produknya secara luas (Anggraini & Khoirotunnisa, 2025). Dengan adanya *e-commerce*, jangkauan produk tidak terbatas dalam satu kota saja, namun juga memungkinkan untuk menjangkau seluruh daerah di Indonesia bahkan ke mancanegara. Dari sisi konsumen atau pembeli, *e-commerce* memiliki berbagai keunggulan diantaranya yaitu pengalaman belanja yang mudah dan praktis karena dapat diakses melalui *smartphone* serta dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja.

Berbagai aplikasi belanja *online* seperti Shopee, Lazada, Tokopedia, dan Blibli menawarkan beragam kampanye menarik, termasuk promo potongan harga pada momen tanggal kembar serta kupon pengiriman gratis ke seluruh Indonesia. Strategi promosi tersebut meningkatkan minat konsumen terhadap penggunaan aplikasi belanja *online*. Berdasarkan data

pada Gambar 1.1, jumlah pengguna *e-commerce* menunjukkan peningkatan yang signifikan sejak tahun 2020 hingga 2024, tanpa adanya penurunan pada periode tersebut. Dalam kurun waktu 5 tahun terdapat kenaikan sekitar 26,9 juta pengguna *e-commerce*. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa belanja *online* semakin populer di Indonesia dan mencerminkan perubahan kebiasaan konsumen dari belanja konvensional menjadi belanja *online*. Tren ini mengindikasikan bahwa belanja *online* sudah menjadi bagian dalam gaya hidup masyarakat (Faulina et al., 2021).



Sumber: Data diolah dari Statista.com (2025)

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna *E-commerce* Indonesia (2020-2024)

Sejalan dengan peningkatan jumlah pengguna, Bank Indonesia melaporkan bahwa nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia juga mengalami peningkatan yang cukup signifikan dari tahun 2020 hingga 2024 (Pasona, 2025). Berdasarkan Gambar 1.2, peningkatan nilai transaksi *e-commerce* yang paling signifikan terjadi pada tahun 2021, dengan pertumbuhan sekitar 50% dibandingkan dengan tahun 2020. Hal ini dipengaruhi oleh adanya pembatasan akses akibat pandemi covid-19, sehingga mendorong masyarakat

beralih ke belanja *online* (Kontan.co.id, 2025). Meskipun sempat mengalami penurunan pada tahun 2023, nilai transaksi *e-commerce* kembali meningkat pada tahun 2024 sebesar 7,3% dari tahun 2023. Lonjakan nilai transaksi ini menandakan adanya peningkatan frekuensi belanja dan pola pengeluaran yang lebih konsumtif.



Sumber: Data diolah dari Pasona (2025)

Gambar 1. 2 Nilai Transaksi *E-commerce* Indonesia (2020-2024)

Menurut publikasi Kontan.co.id (2025), peningkatan nilai transaksi pada tahun 2024 didorong oleh berbagai faktor, salah satunya adalah perkembangan sistem pembayaran digital, meliputi *e-wallet* dan *paylater*. Integrasi antara aplikasi belanja *online* dan metode pembayaran digital membuat proses transaksi menjadi jauh lebih mudah dan cepat. Kemudahan tersebut tidak hanya meningkatkan kenyamanan belanja, namun juga mendorong konsumen untuk berbelanja secara berlebihan tanpa pertimbangan matang atas dampak yang mungkin terjadi terhadap keuangan mereka (Ardiansyah et al., 2025).

Pola konsumsi mengalami pergeseran seiring berkembangnya layanan *buy now pay later* (BNPL), yang memungkinkan konsumen membeli barang terlebih dahulu dan membayar tagihan di kemudian hari. Per Agustus 2025, jumlah pengguna layanan BNPL mencapai 20,1 juta pengguna, meningkat 33,91% dibandingkan tahun 2024 (Amara, 2025). Dibalik kemudahan layanan BNPL, risiko serius tercermin dalam kredit macet BNPL yang mencapai Rp1,2 triliun di bulan Agustus 2025 (Amara, 2025). Situasi ini mencerminkan adanya pola konsumsi tanpa pertimbangan finansial yang matang, sehingga mengindikasikan kecenderungan perilaku *doom spending*.

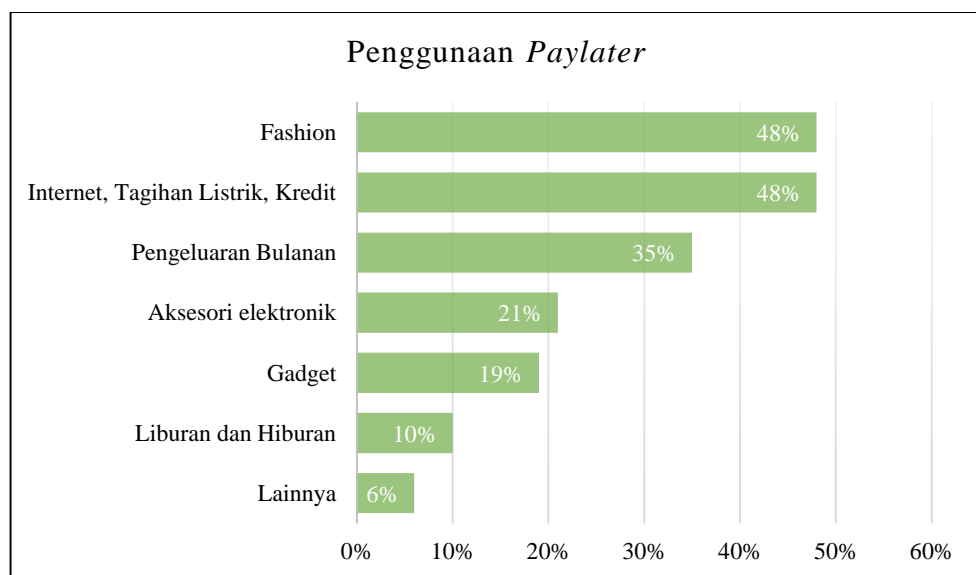
Doom spending merupakan pembelian berlebihan tanpa pertimbangan finansial yang matang sebagai respons terhadap stres dan kecemasan yang dialami oleh individu (Cahyaningdyah et al., 2025). Kondisi stres tersebut muncul ketika tujuan keuangan jangka panjang, seperti kepemilikan rumah atau stabilitas keuangan, sulit atau bahkan tidak mungkin untuk dicapai. Akibatnya, individu cenderung melakukan pembelian berlebihan dengan mengesampingkan konsekuensi finansial sebagai bentuk regulasi emosi. *Doom spending* memiliki kemiripan dengan *impulsive buying* karena keduanya merujuk pada perilaku konsumsi yang berlebihan. Namun, keduanya memiliki perbedaan faktor pendorong. Menurut Mardhatilla (2025) perbedaan antara *impulsive buying* dan *doom spending* terletak pada kompleksitas respons psikologis.

Mengacu pada Simatupang et al. (2025), *impulsive buying* merupakan pembelian yang dipicu oleh stimulus eksternal dan menghasilkan rasa

gembira yang mendorong keputusan pembelian secara spontan. Sejalan dengan hal tersebut, Zahrani et al. (2024) menjelaskan bahwa lingkungan pemasaran berperan besar dalam mempengaruhi *impulsive buying* melalui promosi, diskon, dan tampilan produk yang menarik perhatian konsumen secara langsung. Rangsangan tersebut mendorong keputusan pembelian secara tidak terencana sebagai respons terhadap kesempatan yang dianggap menguntungkan. Sementara itu, *doom spending* dipicu oleh faktor internal berupa emosi negatif, seperti stres dan kecemasan akibat ketidakpastian masa depan.

Perbedaan karakteristik antara *impulsive buying* dan *doom spending* juga tercermin melalui indikator pengukurnya. Menurut Manullang & Hernawaty (2025), indikator *impulsive buying* terdiri dari pembelian setelah melihat produk, pembelian tanpa berpikir panjang, serta kecenderungan membeli saat itu juga. Hal ini menunjukkan bahwa *impulsive buying* merupakan keputusan pembelian yang bersifat spontan sebagai respons terhadap stimulus eksternal yang muncul secara tiba-tiba. Sementara itu, *doom spending* diukur melalui pembelian berdasarkan keinginan, pembelian karena stres, pembelian untuk mendapatkan pengalaman tertentu, serta penggunaan kredit (Hernawati et al., 2025). Hal ini mengindikasikan bahwa *doom spending* merupakan bentuk pembelian yang didorong oleh faktor psikologis dan tidak diikuti oleh pertimbangan finansial yang matang. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *impulsive buying* dan *doom spending* merupakan dua bentuk perilaku konsumsi berlebihan yang berbeda.

Pola konsumsi yang berpotensi mengarah pada *doom spending* tercermin dari fakta bahwa 53,5% generasi milenial dan generasi Z menghabiskan uang melebihi kemampuan finansialnya (Rizaty, 2022). Situasi ini menunjukkan ketidakseimbangan antara pola konsumsi dan kemampuan finansial. Dalam situasi keterbatasan finansial tersebut, *paylater* seringkali digunakan sebagai alternatif pembiayaan untuk mempertahankan tingkat konsumsi. Hal ini selaras dengan temuan Populix (2025), di mana mayoritas responden (55%), baik generasi Z maupun generasi milenial, mengaku pernah menggunakan *paylater* untuk pembelian. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa generasi Z dan generasi milenial, termasuk yang berkerja di sektor swasta memiliki kecenderungan untuk menggunakan *paylater* dalam aktivitas konsumsi sehari-hari.



Sumber: Data diolah dari Populix (2025)

Gambar 1.3 Penggunaan Paylater

Berdasarkan data oleh Populix (2025) pada Gambar 1.3, penggunaan *paylater* tidak hanya digunakan untuk kebutuhan dasar, namun juga untuk

memenuhi kebutuhan non-esensial yang tidak mendesak, seperti fashion, *gadget*, dan hiburan. Hal ini mengindikasikan kecenderungan masyarakat untuk memanfaatkan *paylater* guna memenuhi keinginan semata, bukan kebutuhan. Kemudahan yang ditawarkan oleh *paylater* menciptakan persepsi keterjangkauan. Akibatnya, pembelian berpotensi dilakukan tanpa pertimbangan atas risiko yang mungkin terjadi di masa depan, sehingga merefleksikan perilaku *doom spending*.

Doom spending dapat dipahami sebagai mekanisme koping pada individu yang berada dalam tekanan emosional. Dalam kondisi tersebut, individu terdorong untuk menghibur suasana hati melalui aktivitas belanja. Fithriana (2025) menyatakan bahwa 7 dari 10 orang mengaku melakukan *self reward* dan 45% di antaranya mengalami kesulitan keuangan di akhir bulan. Temuan ini mengindikasikan bahwa aktivitas pembelian yang tidak terkontrol berdampak negatif pada kesehatan finansial. Hal ini didukung oleh Jaiz (2024) yang menyatakan bahwa 49% generasi Z mengalami kesulitan menabung akibat *doom spending*. Besarnya dampak finansial tersebut menunjukkan urgensi untuk menganalisis faktor-faktor yang memicu *doom spending*.

Salah satu tekanan psikologis yang mendorong perilaku *doom spending* adalah stres, suatu situasi di mana individu mengalami kesulitan mengatasi tuntutan yang melebihi kemampuannya (Aryal & Bhattarai, 2024). Stres dapat disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk tekanan akademik, pekerjaan, tuntutan sosial, ekspektasi, masalah keuangan, hingga

ketidakpastian masa depan. Di antara berbagai sumber stres tersebut, tekanan yang berkaitan dengan keuangan pribadi menjadi aspek penting karena berdampak langsung pada kemampuan individu dalam mengelola keuangan sehari-hari. Secara khusus, tekanan finansial tersebut merupakan bentuk stres yang dikenal sebagai *financial stress*.

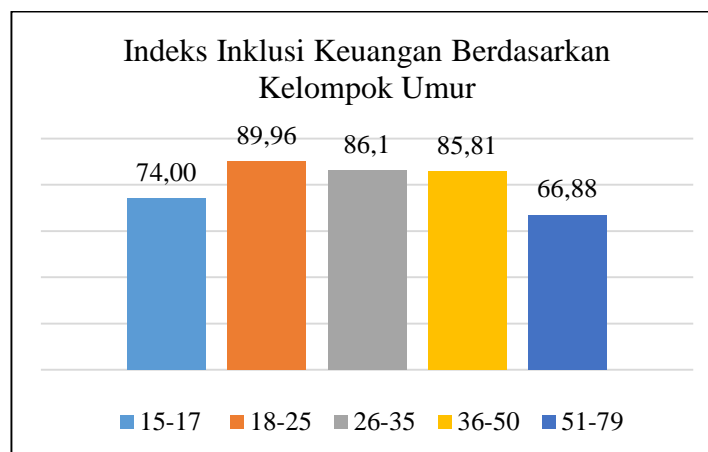
Financial stress merujuk pada kondisi ketika individu tidak memiliki sumber daya ekonomi yang cukup untuk memenuhi kebutuhan dan kewajiban finansialnya (Zhang & Chatterjee, 2023). Menurut Badrudin et al. (2025), *financial stress* berasal dari kesulitan anggaran, keterbatasan arus kas, dan tekanan untuk memenuhi kewajiban keuangan. Selain itu, kondisi ini juga dipicu oleh kecemasan individu terkait ketidakpastian penghasilan di masa depan, stabilitas pekerjaan, dan kemampuan untuk mencapai tujuan keuangan jangka panjang. Berdasarkan uraian tersebut, kelompok pekerja menjadi kelompok yang rentan terkena *financial stress*, terutama pekerja sektor swasta dengan penghasilan tidak stabil, beban kerja tinggi, risiko PHK yang besar, dan ketidakpastian terhadap stabilitas karier (OCBC.id, 2023).

Ketika individu mengalami kesulitan ekonomi, tingkat stres akan meningkat dan mempengaruhi pengambilan keputusan finansial. Berdasarkan *Behavioral Finance Theory*, stres dapat mengurangi kontrol diri dan mengganggu kestabilan emosional, sehingga keputusan finansial tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional. Individu dengan tingkat *financial stress* tinggi cenderung mengandalkan mekanisme koping jangka pendek, seperti *doom spending*, menghindari investasi jangka panjang,

hingga mengandalkan kredit jangka pendek sebagai solusi (Badrudin et al., 2025). Oleh sebab itu, *financial stress* dapat menurunkan perilaku keuangan dan kesejahteraan keuangan (Badrudin et al., 2025; Rahman et al., 2021).

Meskipun studi terdahulu terkait *financial stress* dan *doom spending* masih terbatas, namun studi terkait stres secara umum menunjukkan pengaruh yang signifikan. Aryal & Bhattarai (2024) menemukan bahwa persepsi stres berpengaruh positif signifikan terhadap belanja kompulsif. Hasil serupa diperoleh Zia et al. (2021), yaitu stres berpengaruh positif signifikan terhadap pembelian tidak terencana. Namun, Cahyaningdyah et al. (2025) menemukan bahwa stres emosional memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap *doom spending*.

Doom spending turut didorong oleh keterjangkauan akses layanan keuangan atau inklusi keuangan. Hilmawati & Kusumaningtias (2021) mendefinisikan inklusi keuangan sebagai hak individu memperoleh akses layanan keuangan dengan mudah. Berdasarkan SNLIK 2025 oleh OJK (2025), indeks inklusi keuangan nasional mencapai 80,51%, mengindikasikan bahwa sebagian besar masyarakat memiliki akses yang tinggi terhadap layanan keuangan. Jangkauan tersebut memudahkan berbagai transaksi dari belanja kebutuhan pokok, barang non-esensial, hingga pemanfaatan kredit digital. Namun, minimnya hambatan dalam transaksi dapat mendorong individu untuk melakukan perilaku *doom spending*.



Sumber: Data diolah dari OJK (2025)

Gambar 1. 4 Indeks Inklusi Keuangan Berdasarkan Kelompok Umur (SNLIK) Tahun 2025

Indeks inklusi keuangan berdasarkan umur pada Gambar 1.4 menunjukkan bahwa generasi Z dan milenial (18-50 tahun) memiliki jangkauan yang luas terhadap layanan keuangan. Hal ini mencerminkan bahwa kelompok usia produktif, termasuk pekerja sektor swasta, secara aktif memanfaatkan layanan keuangan, seperti *mbanking*, *e-wallet*, dan *paylater* dalam kehidupan sehari-hari. Kemudahan akses tersebut berpotensi mendorong individu untuk melakukan *doom spending*, terutama dengan adanya *paylater* yang memungkinkan pembelian dengan sistem cicilan. Oleh sebab itu, individu dengan inklusi keuangan yang tinggi memiliki kecenderungan melakukan *doom spending*, termasuk pada pekerja sektor swasta.

Dalam perspektif *Behavioral Finance Theory*, faktor eksternal seperti inklusi keuangan turut membentuk pilihan dan keputusan finansial. Tingginya akses terhadap layanan keuangan, khususnya layanan yang memfasilitasi transaksi konsumsi, dapat mendorong individu untuk

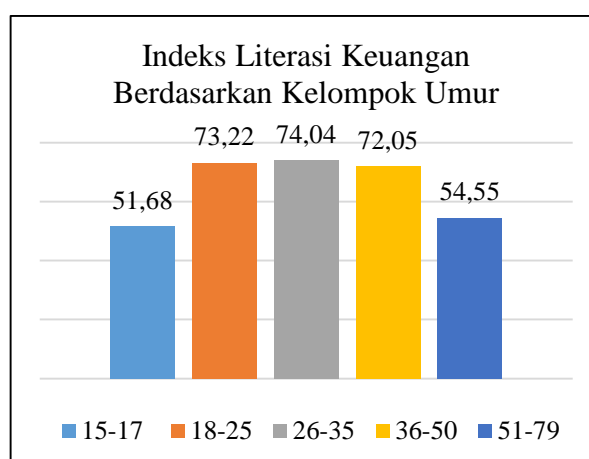
melakukan pembelian secara spontan dan tidak terkendali. Hal ini sejalan dengan temuan Kristi & Hasanah (2025) serta Manullang & Hernawaty (2025) yang menunjukkan adanya pengaruh positif signifikan antara inklusi keuangan dengan *doom spending*. Oleh karena itu, peningkatan inklusi keuangan perlu diiringi dengan pengetahuan dan kemampuan mengelola keuangan yang memadai untuk mencegah kecenderungan *doom spending*.

Kecenderungan *doom spending* juga dipengaruhi oleh kemampuan individu dalam mengelola keuangan, yang tercermin melalui sikap keuangan. Wahyuni et al. (2023) mendefinisikan sikap keuangan sebagai pandangan atau pola pikir individu terhadap uang, mencakup cara mengevaluasi, mengelola, dan mengatur keuangan. Dalam konteks pekerja sektor swasta, sikap keuangan berperan penting dalam menentukan bagaimana individu mengelola pendapatan yang diperoleh dari aktivitas pekerjaan. Pekerja sektor swasta dihadapkan pada berbagai keputusan finansial, seperti mengalokasikan pendapatan untuk kebutuhan konsumsi, tabungan, maupun kewajiban keuangan lainnya.

Berdasarkan *Behavioral Finance Theory*, aspek afektif mendorong individu untuk berpikir secara rasional (Yuniningsih, 2020). Dengan demikian, pekerja sektor swasta dengan sikap keuangan yang baik cenderung lebih bijaksana dalam mengambil keputusan, sehingga menurunkan kecenderungan perilaku irasional, seperti *doom spending*. Sebaliknya, sikap keuangan yang buruk dapat mendorong pekerja sektor swasta mengambil keputusan keuangan yang cenderung irasional. Individu dengan sikap

keuangan yang buruk berisiko mengelola keuangan dengan kurang optimal, sehingga berpotensi meningkatkan kecenderungan perilaku *doom spending*. Pandangan ini didukung oleh temuan Pratami & Yudiantara (2023) yang menunjukkan bahwa sikap keuangan berpengaruh negatif signifikan terhadap pembelian yang tidak terencana. Namun, Safitri & Mutmainah (2023) menunjukkan hasil yang bertolak belakang, yaitu sikap keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumsi yang berlebihan.

Seperti halnya sikap keuangan, literasi keuangan juga berperan dalam mencegah kecenderungan *doom spending*. Menurut Sheruly & Koentary (2023), literasi keuangan adalah kemampuan individu dalam memanfaatkan pengetahuan dan keterampilan manajemen keuangan, sehingga mampu menciptakan keputusan keuangan yang bijak. Literasi keuangan yang baik dapat membantu individu dalam menyusun skala prioritas pengeluaran berdasarkan kebutuhan dan produktivitas, seperti menabung dan berinvestasi, sehingga dapat mencegah perilaku *doom spending*.



Sumber: Data diolah dari OJK (2025)

Gambar 1. 5 Indeks Literasi Keuangan Berdasarkan Kelompok Umur (SNLIK) Tahun 2025

Berdasarkan SNLIK oleh OJK (2025), indeks literasi keuangan nasional mencapai nilai 66,46% di tahun 2025. Angka tersebut menunjukkan perlunya peningkatan edukasi terkait perencanaan, pengelolaan keuangan, instrumen, serta layanan jasa keuangan lainnya. Gambar 1.5 menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan pada rentang usia 18-50 tahun menunjukkan nilai di atas rata-rata nasional. Hal ini mengindikasikan bahwa mayoritas masyarakat pada usia produktif, termasuk pekerja sektor swasta, memiliki pengetahuan, keterampilan, dan pengelolaan keuangan yang baik. Dalam menjalankan aktivitas finansialnya, pekerja sektor swasta dihadapkan pada berbagai keputusan keuangan, seperti pengelolaan pendapatan, penggunaan layanan keuangan, serta pengambilan keputusan keuangan. Oleh karena itu, tingkat literasi keuangan yang memadai menjadi penting bagi pekerja sektor swasta agar mampu mengelola keuangan secara bijak dan menghindari perilaku pengeluaran yang irasional, termasuk *doom spending*.

Behavioral Finance Theory menjelaskan bahwa kognitif individu dapat meningkatkan pertimbangan rasional, sehingga menurunkan kecenderungan keputusan irasional. Oleh sebab itu, literasi keuangan diharapkan mampu memperlemah faktor-faktor pemicu *doom spending*. Pernyataan tersebut selaras dengan hasil penelitian Mardatillah et al. (2024), yaitu literasi keuangan syariah mampu memperlemah pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif. Di sisi lain, Ningtyas & Vania, (2022) menyatakan bahwa literasi keuangan tidak memoderasi pengaruh materialisme terhadap pembelian berlebihan. Temuan ini diperkuat oleh Sheruly & Koentary (2023)

yang menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak mampu memperlemah pengaruh *parasocial relationship* terhadap perilaku pembelian spontan.

Studi terdahulu menunjukkan inkonsistensi hasil pada variabel *financial stress*, sikap keuangan, dan literasi keuangan. Penelitian ini dilakukan untuk mengisi celah penelitian tersebut dengan menghadirkan kebaruan melalui konsep *doom spending*, serta mengkaji pekerja sektor swasta lintas generasi yang masih relatif terbatas dikaji. Penelitian ini sekaligus mengintegrasikan variabel *financial stress*, inklusi keuangan, sikap keuangan, dan literasi keuangan sebagai moderator terhadap *doom spending* yang belum diteliti sebelumnya.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh *financial stress*, inklusi keuangan, dan sikap keuangan terhadap *doom spending*, serta menguji peran literasi keuangan sebagai variabel moderasi. Dengan demikian, penelitian ini berjudul “**Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Doom Spending pada Pekerja Sektor Swasta dengan Moderasi Literasi Keuangan**”. Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran akan pentingnya pengelolaan emosi dalam pengambilan keputusan keuangan, khususnya dalam aktivitas pembelanjaan, dengan pertimbangan risiko finansial yang ditinjau dari literasi keuangan dan sikap keuangan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah disusun sebagai berikut.

1. Bagaimana pengaruh *financial stress* terhadap *doom spending*?
2. Bagaimana pengaruh inklusi keuangan terhadap *doom spending*?
3. Bagaimana pengaruh sikap keuangan terhadap *doom spending*?
4. Bagaimana peran literasi keuangan dalam memoderasi pengaruh *financial stress* terhadap *doom spending*?
5. Bagaimana peran literasi keuangan dalam memoderasi pengaruh inklusi keuangan terhadap *doom spending*?
6. Bagaimana peran literasi keuangan dalam memoderasi pengaruh sikap keuangan terhadap *doom spending*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah di atas, maka disusun tujuan penelitian sebagai berikut.

1. Untuk mengkaji pengaruh *financial stress* terhadap *doom spending*.
2. Untuk mengkaji pengaruh inklusi keuangan terhadap *doom spending*.
3. Untuk mengkaji pengaruh sikap keuangan terhadap *doom spending*.
4. Untuk mengkaji peran literasi keuangan dalam memoderasi pengaruh *financial stress* terhadap *doom spending*.
5. Untuk mengkaji peran literasi keuangan dalam memoderasi pengaruh inklusi keuangan terhadap *doom spending*.

6. Untuk mengkaji peran literasi keuangan dalam memoderasi pengaruh sikap keuangan terhadap *doom spending*.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan tujuan penelitian, penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat memberikan kontribusi positif bagi para pembaca. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut.

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam memperkaya kajian keilmuan di bidang perilaku keuangan dengan memberikan pemahaman yang lebih mendalam terkait *doom spending*, yaitu bentuk perilaku konsumtif yang dilatarbelakangi oleh stres, kecemasan, maupun ketidakpastian.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran akan pentingnya literasi keuangan, sikap keuangan, serta pengendalian diri dalam memitigasi perilaku keuangan destruktif. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat membantu masyarakat dalam memahami risiko perilaku *doom spending* terhadap kesejahteraan dan stabilitas keuangan pribadi.

3. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya, khususnya dalam konsep perilaku *doom spending* dan topik terkait *financial stress*, inklusi keuangan, sikap keuangan, dan literasi keuangan.