BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Permasalahan ekonomi yang semakin kompleks menuntut manusia untuk terus mencari solusi dalam memenuhi kebutuhan. Dalam era modern, masyarakat menghadapi tantangan keuangan yang semakin besar, sehingga diperlukan kesiapan dalam membangun *financial resilience* dengan menghindari perilaku konsumtif. Evolusi ekonomi digital telah mempermudah akses terhadap berbagai informasi, tetapi juga mempercepat penyebaran tren konsumsi. Akibatnya, keinginan masyarakat meningkat, dan perilaku konsumtif demi memenuhi gaya hidup menjadi sulit dihindari. Jika tidak dikendalikan, hal ini dapat menyebabkan ketidakseimbangan finansial, bahkan bagi masyarakat kelas menengah ke atas. Meskipun memiliki penghasilan yang cukup besar, banyak individu gagal mengelola keuangan mereka secara efektif akibat perilaku ekonomi yang tidak bertanggung jawab serta kecenderungan belanja impulsif (Haerani S., et al, 2019).

Gaya hidup mendorong kebutuhan dan keinginan lebih lanjut, sehingga menyebabkan individu mengalami masalah keuangan. (Lusardi, et al, 2010). Atas dasar itu, seorang individu harus memiliki pengetahuan dalam mengelola keuangan secara bijak. Selain itu, jumlah produk keuangan yang semakin canggih terus meningkat saat ini. Sehingga, untuk dapat menggunakan produk yang canggih secara rasional, individu perlu memiliki pemahaman finansial tertentu. Untuk memahami aspek finansial, maka diperlukan mengenali berbagai instrumen yang membantu mengelola kebutuhan keuangan, salah satunya adalah pinjaman dana atau kredit (Grohmann 2018).

Pinjaman (kredit), berasal dari suatu kata dalam bahasa latin yang berbunyi *Credere*, yang berarti “kepercayaan”. atau *Credo*, artinya percaya. Jadi dapat diartikan, bahwa suatu pemberian pinjaman terjadi, didalamnya terkandung adanya kepercayaan orang atau badan yang memberikannya pada orang lain atau badan yang diberikannya, dengan ikatan perjanjian harus memenuhi segala kewajiban yang diperjanjikan untuk dipenuhi pada waktunya (yang akan datang). Jika transaksi pinjaman terjadi, maka akan dapat dilihat adanya pemindahan materi dari yang memberikan pinjaman kepada yang diberi pinjaman, sehingga

yang memberi pinjaman menjadi yang berpiutang sedangkan yang menerima pinjaman menjadi yang berutang (Hadiwidjaja dan Rivai Wirasasmita 1991)

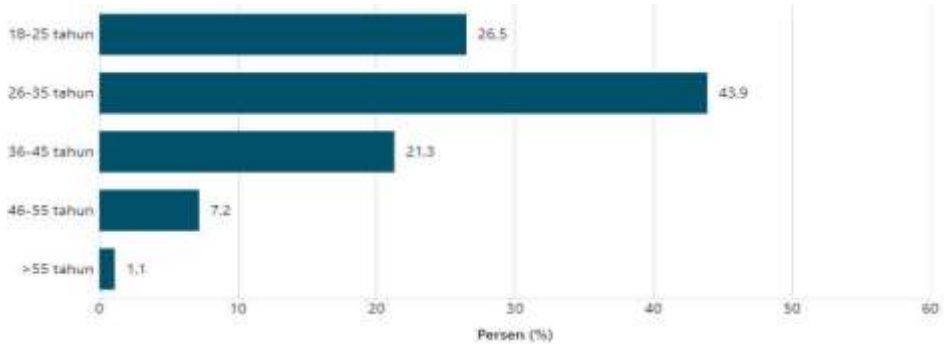
Pengertian kredit yang lebih mapan untuk kegiatan perbankan di Indonesia telah dirumuskan dalam Undang – Undang Pokok Perbankan No. 7 Tahun 1992 yang menyatakan bahwa "Pinjaman adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara suatu perusahaan dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi hutangnya setelah jangka waktu tertentu dengan jumlah uang, imbalan atau pembagian hasil keuntungan".

Menurut jenis-jenis kredit dapat dilihat dari berbagai segi, antara lain; jenis kredit dilihat dari segi tujuan (kredit konsumtif, kredit produktif, kredit perdagangan), dilihat dari segi jangka waktu (kredit jangka waktu pendek, kredit jangka menengah, kredit waktu panjang), Jenis kredit dilihat dari segi jaminan (kredit dengan jaminan, kredit tanpa jaminan), jenis kredit dilihat dari segi kualitasnya (kredit lancar, kredit dalam perhatian khusus, kredit kurang lancar, kredit diragukan, kredit macet).

Sedangkan menurut website idScore terdapat beberapa jenis pinjaman online diantaranya adalah pinjaman online tunai, kredit tanpa agunan (KTA), pinjaman multihuna, *peer-to-peer lending* serta, pinjaman online cicilan tanpa kartu kredit *(Paylater). Pay later* yang telah berkembang saat ini yaitu *SPaylater*, GoPay *later*, Kredivo, dan lain sebagainya. *Paylater* berfungsi sama layaknya kartu kredit, namun menawarkan cara pendaftaran yang relatif mudah jika dibandingkan dengan pendaftaran kartu kredit (Kamil, Ariani, and Irawan 2024). *Paylater* memberi fleksibilitas pada konsumen yang tidak memiliki cukup dana saat akan melakukan transaksi serta membantu meningkatkan daya beli konsumen.

Data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat, piutang pembiayaan *Paylater* oleh Perusahaan Pembiayaan atau multifinance per Agustus 2024 meningkat sebesar 89,20% yoy menjadi Rp7,99 triliun. Besaran ini juga meningkat dari bulan lalu, yang mencatatkan kenaikan 73,55% yoy per Juli 2024. Kenaikan penggunaan *Paylater* ini terjadi di tengah deflasi empat bulan beruntun yang terjadi sejak Mei-Agustus 2024. Berdasarkan catatan Badan Pusat Statistik (BPS) deflasi pada Mei

2024 sebesar 0,03% secara bulanan (*month to month*/mtm), semakin dalam pada Juni 2024 sebesar 0,08%. Pada Juli 2024 angkanya memburuk menjadi tembus 0,18%, dan kembali ke level 0,03% pada Agustus 2024.



(sumber: databoks)

Grafik 1. 1 Jumlah Pengguna Paylater Tahun 2023

Pengguna *Paylater* dalam negeri didominasi oleh generasi milenial dan gen Z. Sebanyak 43,9% pengguna *Paylater* berasal dari generasi milenial atau yang berusia 26-35 tahun. Lalu 26,5% pengguna dari kalangan gen Z atau kelompok usia 18-25 tahun. Kemudian ada 21,3% pengguna *Paylater* dari kelompok usia 36-45 tahun. Jumlahnya tercatat naik secara konsisten, yakni 18,9% pada 2021, lalu menjadi 20,6% pada 2022.

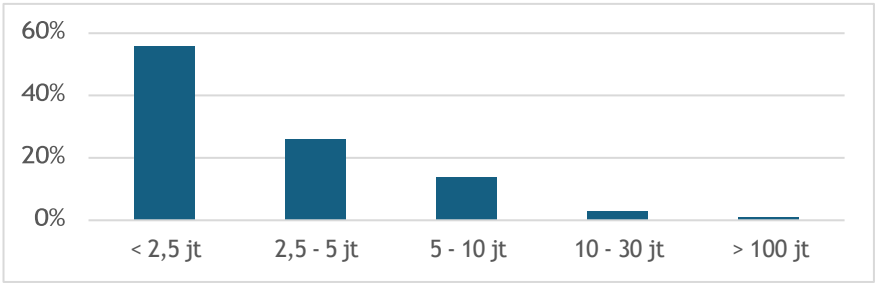
(Barhate, B., & Dirani 2022) mendefinisikan Generasi Z adalah generasi yang lahir pada tahun 1995–2012, dan saat ini berusia antara 12-27 tahun, Istilah ini digunakan untuk mengidentifikasi generasi yang tumbuh di era digital, dan memiliki ciri khas yang berbeda dari generasi sebelumnya. Generasi Z tumbuh dengan teknologi canggih seperti *smartphone*, tablet, dan internet sejak dini. Generasi ini mahir dalam menggunakan berbagai perangkat dan juga platform digital.

Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan *Paylater* menurut (Hikmawati, et al, 2024) adalah literasi keuangan, pendapatan, gaya hidup, dan risiko sedangkan menurut (Selvi, & Moh, 2023) adalah religiositas, prinsip konsumsi, dan gaya hidup islami, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan, pendapatan, gaya hidup, risiko, religiositas, prinsip konsumsi, dan gaya hidup islami merupakan faktor yang mempengaruhi penggunaan *Paylater* pada saat ini.

Menurut (Kotler, P., & Keller 2012) mengatakan: “Gaya hidup secara luas didefinisikan sebagai pola hidup seseorang di dunia yang terungkap pada aktifitas, minat dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya.” Gaya hidup juga memiliki peran yang penting dalam menentukan perilaku keuangan yang baik. Gaya hidup di sini mengacu pada pola aktivitas, minat, serta cara seseorang membelanjakan uang dan waktu mereka. Mahasiswa cenderung mengikuti tren dan perkembangan zaman, terutama dalam hal gaya hidup yang diadopsi negara-negara maju (Kusnandar & Kurniawan, 2018).

Gaya hidup yang dianut oleh mahasiswa saat ini nampaknya sudah menjadi hal yang sulit dihindari. Biasanya, mahasiswa berbelanja baik secara online maupun offline bukan didasarkan atas kebutuhannya melainkan untuk kepuasan pribadi dan untuk menjalani gaya hidup tertentu, yang pada akhirnya dapat menyebabkan perilaku boros. Banyak mahasiswa saat ini menginginkan kenyamanan dan kecepatan dalam semua aspek kehidupan mereka (Wahyuni, et al, 2023). Gaya hidup ini memiliki dampak signifikan pada perilaku keuangan mahasiswa, yang berarti bahwa semakin baik mereka mengelola gaya hidup mereka, semakin baik juga kemampuan mereka dalam mengatur keuangan. Mengelola keuangan dengan baik dan bijak akan membuat mahasiswa lebih menghargai uang dan mengurangi perilaku pemborosan (Chairani, 2019).

Menurut Lawang (1994: 24) menyebutkan pendapatan adalah semua yang diterima oleh seseorang dalam satu bulan atau satu tahun yang dapat diukur dengan nilai ekonomi (Hartini 2019) Menurut penelitian (Asja, et al, 2021) pendapatan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan *Paylater.* Hal tersebut menunjukkan besarnya tingkat pendapatan akan mempengaruhi besarnya tingkat minat menggunakan konsumen. Sedangkan penelitian lain menyatakan pendapatan tidak menjadi faktor penting yang dapat mendorong minat individu dalam menggunakan *Paylater*, sebab walaupun individu tersebut memiliki pendapatan yang baik tinggi maupun rendah, namun apabila tidak sesuai dengan kebutuhan maka pengguna tidak akan merasa keinginan untuk menggunakan *Paylater* begitu juga sebaliknya (Eviana and Saputra 2022).



Sumber: https://data.goodstats.id/
Grafik 1. 2 Rata Rata Pendapatan Gen Z

Pada tahun 2020, generasi Z mendominasi populasi Indonesia, dengan proporsi mencapai 28%. Generasi yang lahir antara 1997 dan 2012 ini dipandang sebagai pilar masa depan bangsa. Namun, berdasarkan Indonesia Gen Z Report 2024 yang dirilis oleh IDN *Research Institute*, rata-rata pendapatan bulanan generasi Z di Indonesia kurang dari Rp 2,5 juta, sehingga daya beli mereka lebih rendah dibandingkan generasi milenial. Pada tahun 2022, BPS melaporkan bahwa pengeluaran rata-rata per bulan di Indonesia mencapai Rp1,39 juta, naik 8,71% dari tahun sebelumnya.

Literasi Keuangan adalah pengetahuan finansial yang mengarah pada pengambilan keputusan yang tepat dengan kemampuan analisis informasi ekonomi dan pengambilan keputusan keuangan yang dilandasi oleh informasi (Abdullah, et al, 2023). Orang yang memiliki tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi percaya bahwa sistem *Paylater* lebih berisiko dan kurang bermanfaat dibandingkan orang-orang dengan tingkat literasi keuangan yang lebih rendah. Keputusan keuangan yang buruk dapat terjadi ketika orang tidak memiliki informasi keuangan penting atau kemampuan untuk memahami dan menggunakan informasi tersebut dengan benar (Powell, et al, 2023). Proses pengambilan keputusan yang reflektif berdasarkan informasi yang ada memainkan peranan penting dalam mempengaruhi penggunaan *Paylater* oleh kaum muda, literasi keuangan yang didapat dengan mudah di internet membuat kaum muda berpikir terlebih dahulu pengambilan keputusan keuangan pribadi yang tepat (Ma, L., & Yao 2023).

Dalam penelitian (Kamil, et al, 2024), menyatakan bahwa Gaya hidup berdampak positif pada Sistem *Paylater* Online, Namun berdasarkan penelitian (Restike et al, 2024) Menyatakan bahwa Gaya hidup tidak berpengaruh terhadap

penggunaan *SPaylater* GenZ Dalam penelitian (Rikardus, et al, 2024)) menyatakan bahwa pendapatan pelajar memengaruhi penggunaan layanan *Paylater*, dengan tingkat pendapatan yang lebih tinggi berkorelasi dengan penggunaan yang lebih besar. Hal tersebut berbeda dengan Penelitian (Alexander, R., & Pamungkas 2019) yang menyebutkan variabel *income* tidak berpengaruh terhadap perilaku keuangan.

Berdasarkan penelitian (Rahmawati and Mirati 2022) Menyatakan Bahwa Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee *Paylater* pada generasi millenial di DKI Jakarta dengan arah negatif. Namun, Berdasarkan Penelitian (Hikmawati, et al, 2024) Menyatakan bahwa variabel literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan shopee *Paylater* pada generasi milenial.

Berdasarkan fenomena dan *research gap* diatas peneliti bermaksud melakukan studi empiris lebih lanjut mengetahui keterkaitan antara variabel Gaya Hidup, Pendapatan dan Literasi Keuangan Sebagai Variabel moderasi terhadap Penggunaan *Paylater* pada *e commerce*. Berdasarkan uraian dalam latar belakang masalah, dapat dirumuskan penelitian dengan judul **"PENGARUH GAYA HIDUP, DAN PENDAPATAN TERHADAP PENGGUNAAN *"PAYLATER"* PADA *E-COMMERCE* DENGAN LITERASI KEUANGAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI (SURVEI PADA GENERASI Z DI UNIVERSITAS KUNINGAN)".**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dijelaskan sebelumnya, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh Gaya Hidup terhadap penggunaan *Paylater?*
2. Bagaimana pengaruh Pendapatan terhadap penggunaan *Paylater?*
3. Bagaimana pengaruh Literasi Keuangan terhadap penggunaan *Paylater?*
4. Apakah terdapat efek moderasi Literasi Keuangan pada pengaruh Gaya Hidup Terhadap penggunaan *Paylater?*
5. Apakah terdapat efek moderasi Literasi Keuangan pada pengaruh Pendapatan Terhadap penggunaan *Paylater?*

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian menjelaskan hasil akhir yang diharapkan dari penelitian ini adalah menghasilkan fakta empiris berupa model moderasi yang dapat menjelaskan:

1. Pengaruh Gaya Hidup terhadap penggunaan *Paylater*
2. Pengaruh Pendapatan terhadap penggunaan *Paylater*
3. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap *Paylater*
4. Efek moderasi Literasi Keuangan pada pengaruh Gaya Hidup Terhadap *Paylater*
5. Efek moderasi Literasi Keuangan pada pengaruh Pendapatan Terhadap *Paylater*

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman mengenai pengaruh gaya hidup dan pendapatan pendapatan serta literasi keuangan sebagai moderasi, terhadap perilaku keuangan *Paylater* dan dapat menjadi bahan rujukan untuk penelitian selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pengalaman peneliti untuk dijadikan sebagai acuan mengenai perilaku manajemen keuangan serta faktor yang mempengaruhinya terutama perilaku konsumtif, dan pendapatan serta literasi keuangan sebagai moderasi.

b. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan informasi serta dapat dijadikan acuan untuk perilaku keuangan agar tidak melebihi anggaran yang ditetapkan