

BAB I

PENDAHULUAN

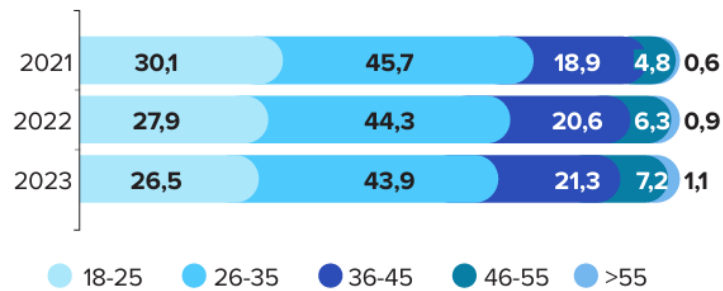
1.1 Latar Belakang

Kemajuan pesat teknologi digital di Indonesia telah mendorong transformasi besar dalam berbagai aspek kehidupan, salah satunya dalam pola konsumsi masyarakat. Perubahan ini sangat nyata terlihat pada kalangan generasi muda, terutama Generasi Z, yang dikenal sebagai generasi yang cepat beradaptasi dengan perkembangan teknologi serta aktif memanfaatkan berbagai layanan digital dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu inovasi yang mencerminkan perkembangan tersebut adalah kehadiran teknologi finansial, atau yang lebih dikenal dengan istilah *financial technology (Fintech)*, yang kini menjadi bagian tak terpisahkan dalam mendukung aktivitas ekonomi, mulai dari transaksi keuangan hingga pengelolaan gaya hidup.

Financial technology tidak hanya memberikan kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi, tetapi juga turut memengaruhi pola pengelolaan keuangan serta pengambilan keputusan konsumsi di kalangan generasi muda. Teknologi ini menghadirkan beragam layanan keuangan yang mempermudah masyarakat dalam mengakses platform digital, seperti layanan pembayaran, pinjaman, investasi, hingga asuransi. Melalui *fintech*, masyarakat dapat melakukan transaksi secara daring tanpa perlu bertatap muka, mengajukan pinjaman tanpa harus datang ke kantor bank, berinvestasi secara praktis, serta menikmati berbagai kemudahan lainnya yang ditawarkan oleh inovasi keuangan digital ini.

Penerapan sistem bayar nanti atau *paylater* telah dikenal luas sebagai salah satu inovasi yang ditawarkan oleh *financial technology* dan saat ini tengah mengalami peningkatan popularitas. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk melakukan pembelian barang atau jasa terlebih dahulu dan membayarnya di kemudian hari, baik secara cicilan maupun sekaligus. Dengan kemudahan akses dan proses yang cepat, layanan *paylater* banyak dimanfaatkan oleh masyarakat, khususnya oleh generasi muda yang cenderung menginginkan fleksibilitas dalam berbelanja. Sistem ini pun semakin diperkuat dengan integrasi pada berbagai platform e-commerce, sehingga penggunaannya kian meluas dalam kehidupan sehari-hari.

Paylater merupakan fasilitas keuangan yang memungkinkan metode pembayaran dengan cicilan tanpa kartu kredit (Prastiwi & Fitria, 2021). Banyak pelaku usaha yang menggunakan fungsi *paylater* ini, termasuk pelaku usaha yang bergerak di bidang penyediaan barang dan jasa. Menurut OJK, pada tahun 2023 terdapat 79,92 juta kontrak pembiayaan *paylater* di Indonesia. Angka ini meningkat signifikan dibandingkan tahun 2019 yang hanya mencapai 4,63 juta kontrak pembayaran *paylater* di Indonesia. Seiring dengan semakin tingginya permintaan sistem *paylater*, peningkatan rata-rata per tahunnya akan terus meningkat hingga mencapai 144,35%. Pada juni 2024 jumlah pengguna *paylater* mencapai 14,37 juta pengguna (IdScore, 2024).



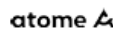
Gambar 1.1 Proporsi Pengguna *Paylater* Berdasarkan Usia

Sumber: Laporan Kredivo dan Katadata Insight Center (2024)

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Kredivo dan Katadata Insight Center pada Maret hingga April 2024, dengan melibatkan hampir 7.000 responden, ditemukan bahwa penggunaan layanan *paylater* di Indonesia masih didominasi oleh Generasi Milenial dan Generasi Z. Survei ini bertujuan untuk mengukur perilaku serta tren penggunaan *paylater* di kalangan masyarakat Indonesia pada tahun 2024. Hasil survei menunjukkan bahwa kelompok usia 26-35 tahun, yang termasuk dalam kategori Generasi Milenial, merupakan pengguna terbesar dengan proporsi mencapai 43,9%. Sementara itu, Generasi Z, yang berada dalam rentang usia 18-25 tahun, menempati posisi kedua dengan persentase pengguna sebesar 26,5% (Roza, 2024).

Temuan ini mengindikasikan bahwa layanan *paylater* semakin diminati oleh generasi muda, yang cenderung mencari solusi finansial yang fleksibel untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup dan konsumsi mereka. Selain itu, IDN Research Institute (2024) mengadakan riset tambahan dengan 50 responden Generasi Z, dimana 46% diantaranya menyatakan telah menggunakan fitur *paylater*. Alasan Gen Z Indonesia menggunakan *paylater* beragam. Ada yang menggunakannya karena keterbatasan anggaran saat berbelanja (39,1%), ada yang menghargai

fleksibilitas yang ditawarkan dalam mengelola anggaran (30,4%), ada pula yang ingin memanfaatkan diskon atau promosi (26,1%), dan sebagian kecil karena tidak memiliki kartu kredit (4,3%).

 SPayLater	89%	 SPayLater	77%
 gopaylater	50%	 gopaylater	28%
 redivo	38%	 Akulaku PayLater	18%
 Akulaku PayLater	36%	 redivo	14%
 traveloka PayLater	27%	 traveloka PayLater	9%
 HOME CREDIT	16%	 indodana PayLater	4%
 indodana PayLater	13%	 HOME CREDIT	3%
 atome	5%	 atome	2%
Others	2%	Others	2%

Gambar 1.2 *Brand Awareness dan Most Populer Layanan Paylater*

Sumber: Populix 2023

Populix dengan riset bertajuk *Unveiling Indonesia's Financial Evolution: Fintech Lending & Paylater Adoption* edisi Oktober 2023. Riset tersebut dilakukan pada tanggal 15-18 September 2023 dengan total responden sebanyak 1.017 responden dimana 55% diantaranya pernah menggunakan pembayaran *paylater*. Dari hasil penelitian tersebut didapatkan hasil bahwa layanan *paylater* yang memiliki brand awareness paling tinggi adalah Shopee *paylater* dengan presentase mencapai 89%. Selain brand awareness yang tinggi, Shopee *paylater* juga menjadi layanan *paylater* yang paling sering digunakan dengan presentase mencapai 77%. Hal ini menunjukkan tingginya minat masyarakat terhadap penggunaan Shopee *paylater*. Meskipun tergolong fitur baru, layanan ini

mengalami pertumbuhan pengguna yang sangat pesat dibandingkan *platform paylater* lainnya

Shopee *paylater* memberikan berbagai kemudahan dan keuntungan bagi para pengguna yang ingin melakukan pembelian meskipun belum memiliki dana yang mencukupi. Namun, meskipun fitur ini mempermudah transaksi, penggunaannya tanpa perencanaan keuangan yang bijak berpotensi memicu perilaku konsumtif yang berlebihan. Selain itu, rendahnya tingkat literasi keuangan yang belum merata serta semakin kuatnya gaya hidup konsumtif di kalangan Generasi Z menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan dalam memahami kebiasaan konsumsi mereka di era digital saat ini. Fenomena serupa juga terjadi di kalangan mahasiswa, yang kerap menggunakan Shopee *paylater* dengan berbagai alasan, baik yang berasal dari dalam diri sendiri (faktor internal) maupun yang dipengaruhi oleh lingkungan sekitar (faktor eksternal). Faktor internal bisa berupa kebutuhan mendesak atau keinginan untuk memenuhi gaya hidup, sementara faktor eksternal dapat meliputi pengaruh teman sebaya, tren konsumsi, hingga kemudahan akses terhadap layanan kredit ini. Oleh karena itu, semakin terbuka pula peluang bagi individu dengan gaya hidup hedonis untuk memenuhi keinginannya dengan lebih mudah.

Perilaku konsumtif di kalangan Generasi Z khususnya mahasiswa menjadi kekhawatiran besar karena kelompok ini tidak hanya memiliki daya beli yang sangat tinggi, namun juga berpotensi menjadi penggerak utama perekonomian di masa mendatang. Kemudahan akses terhadap barang dan jasa melalui *platform online*, ditambah dengan maraknya promosi diskon dan fitur pembayaran instan

seperti Shopee *paylater*, mendorong pola konsumsi yang cenderung impulsif. Hal ini diperparah dengan gaya hidup modern yang menempatkan kepuasan sesaat dan tren sosial sebagai prioritas, tanpa mempertimbangkan pengelolaan keuangan yang bijak.

Gaya hidup yang dianut oleh mahasiswa saat ini cenderung menjadi fenomena yang sulit untuk dihindari. Aktivitas belanja yang dilakukan oleh mahasiswa, baik melalui *platform online* maupun secara langsung, seringkali bukan didasarkan pada kebutuhan yang mendesak, melainkan lebih pada upaya memenuhi kepuasan pribadi serta mempertahankan citra gaya hidup tertentu. Kondisi ini berpotensi mendorong munculnya perilaku konsumtif. Mahasiswa cenderung mengutamakan aspek kenyamanan dan kecepatan dalam menjalani berbagai kegiatan sehari-hari. Pola gaya hidup tersebut mempengaruhi perilaku keuangan mahasiswa. Semakin baik mahasiswa mengelola gaya hidup mereka, semakin baik mereka mengelola uang mereka. Pengelolaan keuangan yang baik akan membantu mahasiswa lebih menghargai nilai uang dan mengurangi kecenderungan untuk membuang-buang uang.

Selain gaya hidup, tingkat literasi keuangan juga berperan penting dalam membentuk perilaku konsumtif. Sebagai bagian dari masyarakat, mahasiswa perlu menguasai literasi keuangan dalam kehidupan sehari-hari, sehingga keterampilan ini menjadi aspek penting yang harus dimiliki setiap individu untuk mendukung keberlangsungan hidup jangka panjang. Literasi keuangan yang baik seharusnya dapat mampu membantu mahasiswa dalam mengelola pendapatan, membuat keputusan keuangan yang rasional, dan menghindari perilaku konsumtif yang

merugikan dikemudian hari. Namun, berbagai studi menunjukkan bahwa literasi keuangan di kalangan Generasi Z di Indonesia masih tergolong rendah. Rendahnya pemahaman tentang manajemen keuangan ini dapat memperburuk dampak negatif dari penggunaan fasilitas fintech seperti Shopee *paylater*, dimana penggunaan tanpa kontrol dapat berujung pada masalah keuangan, seperti menumpuknya utang konsumtif.

Berdasarkan hasil pada penelitian Rahmawati & Mirati (2022) literasi keuangan berpengaruh signifikan dan bersifat negatif terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee *paylater* di kalangan generasi millennial di DKI Jakarta. Hal ini diperkuat dengan penelitian dari Funky et al., (2021) Hasilnya menunjukkan bahwa ada pengaruh negatif dan signifikan antara literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z. Arah pengaruh yang negatif ini artinya, makin tinggi pemahaman seseorang soal literasi keuangan, maka makin rendah juga kecenderungannya untuk bersikap konsumtif. Sebaliknya, jika pengetahuan tentang mengatur keuangan masih rendah, generasi Z cenderung jadi lebih konsumtif. Namun, pernyataan tersebut bertentangan dengan hasil yang diperoleh dalam penelitian Mellisa & Rosmida (2023) Penelitian ini nunjuki kalau literasi keuangan punya pengaruh positif yang signifikan terhadap perilaku konsumtif. Jadi, meskipun tingkat literasi keuangan mahasiswa Politeknik Negeri Bengkalis udah tergolong tinggi, tapi perilaku konsumtif mereka tetap tinggi juga. Hal ini kemungkinan karena mereka belum bisa benar-benar menerapkan ilmu dan pemahaman soal ngatur keuangan dengan baik, sehingga masih sering boros dalam pengeluaran.

Berdasarkan hasil pada penelitian Maharani (2024) gaya hidup berpengaruh signifikan positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa yang menggunakan Shopee *paylater*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Sari (2023) yang menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee *paylater*. Temuan dari penelitian ini mengindikasikan bahwa gaya hidup individu, terutama di kalangan mahasiswa, memiliki kaitan dengan seberapa sering mereka terlibat dalam perilaku konsumtif saat memanfaatkan Shopee *paylater*.

Selain literasi keuangan dan gaya hidup, peran *financial technology* Shopee *paylater* juga sangat penting dalam kegiatan perilaku konsumtif. Hasil penelitian Anisa & Saepuloh (2022) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan penggunaan *paylater* perilaku konsumtif di era Gen Z. Studi ini memberikan hasil yang konsisten dengan penelitian Leonita & Wulandari (2024) yang menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara fitur Shopee *paylater* terhadap perilaku konsumtif berbelanja *online* pada mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Program Studi Manajemen Angkatan 2020. Fitur *paylater* menarik minat mahasiswa untuk melakukan pembelian dalam jumlah lebih besar karena pembayaran dapat dilakukan di kemudian hari. Kondisi ini berpotensi membentuk kebiasaan konsumsi yang melampaui kemampuan finansial mereka. Oleh karena itu, fitur *paylater* dapat memicu perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa.

Berdasarkan uraian di atas peneliti ingin menggali lebih dalam mengenai pengaruh literasi keuangan, gaya hidup dan *financial technology* terhadap

perilaku konsumtif Generasi Z. Peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Financial Technology Shopee *Paylater* Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB UTM)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang yang telah disampaikan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Generasi Z mahasiswa S1 FEB Universitas Trunojoyo Madura?
2. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Generasi Z mahasiswa S1 FEB Universitas Trunojoyo Madura?
3. Apakah *financial technology* Shopee *paylater* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Generasi Z mahasiswa S1 FEB Universitas Trunojoyo Madura?
4. Apakah literasi keuangan, gaya hidup, dan *financial technology* Shopee *paylater* berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z mahasiswa S1 FEB Universitas Trunojoyo Madura?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif pada Generasi Z mahasiswa S1 FEB Universitas Trunojoyo Madura.
2. Untuk menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif Generasi Z mahasiswa S1 FEB Universitas Trunojoyo Madura.

3. Untuk menganalisis pengaruh *financial technology* Shopee *paylater* terhadap perilaku konsumtif Generasi Z mahasiswa S1 FEB Universitas Trunojoyo Madura.
4. Untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, dan *financial technology* Shopee *paylater* terhadap perilaku konsumtif Generasi Z mahasiswa S1 FEB Universitas Trunojoyo Madura.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan baik dari segi teori maupun praktis

1. Manfaat Teoritis

Studi ini dapat menambah pengetahuan ilmiah, khususnya dalam bidang literasi keuangan, perilaku konsumtif, serta pemanfaatan teknologi finansial seperti *paylater* di kalangan generasi Z. Diharapkan juga bahwa temuan studi ini akan menjadi panduan bagi peneliti di masa depan yang ingin menyelidiki subjek terkait atau mengembangkan variabel-variabel yang berkaitan.

2. Manfaat Praktis

a) Bagi Penulis

Penelitian ini berfungsi sebagai media untuk memperluas pemahaman serta menambah keahlian dan pengalaman penulis dalam mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh selama masa perkuliahan, sekaligus memenuhi salah satu prasyarat kelulusan.

b) Bagi Akademisi

Penelitian ini dirancang untuk memberikan informasi dan dasar bagi studi yang berkaitan dengan literasi keuangan, gaya hidup, dan *financial technology* Shopee *paylater* terhadap perilaku konsumtif.

c) Bagi Generasi Z

Penelitian ini diharapkan mampu memperluas pemahaman Generasi Z terkait literasi keuangan, gaya hidup, serta penggunaan teknologi finansial seperti Shopee *paylater* dalam kaitannya dengan perilaku konsumtif. Dengan demikian diharapkan generasi Z untuk lebih sadar dan bijak dalam mengelola keuangan pribadi, sehingga mampu meminimalkan perilaku konsumtif yang berlebihan dan meningkatkan kesejahteraan finansial jangka panjang