

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi memajukan sektor finansial untuk memberikan layanan keuangan berbasis teknologi yang umumnya dapat dikenal dengan nama *financial technology (fintech)* (Novendra dan Aulianisa, 2020). Masyarakat dapat dimudahkan dengan menggunakan layanan jasa keuangan secara digital yang ditawarkan oleh *Fintech* karena tidak perlu untuk datang ke tempat (Handbook Fintech, 2021). Adanya *Fintech* juga memiliki peran besar untuk meningkatkan inklusi keuangan, terutama dengan membantu pelaku bisnis sektor UMKM untuk mendapatkan akses layanan keuangan yang lebih cepat dan mudah. *Fintech* dapat memperluas jangkauan kepada masyarakat untuk meningkatkan kredit produktif di Indonesia (OJK, 2019). Tak hanya memberikan layanan kredit produktif, Layanan *Fintech* juga membuat masyarakat untuk menggunakan pinjaman untuk kebutuhan konsumtif. Contoh populer dari pinjaman yang digunakan untuk kebutuhan konsumtif adalah layanan yang cukup populer seiring perkembangan *e-commerce* di Indonesia yang memungkinkan konsumen untuk membeli barang sekarang dan membayar nanti atau metode ini cukup dikenal dengan nama “*Paylater*”.

Paylater berbeda dengan *P2P Lending* pada umumnya, karena fungsinya adalah agar konsumen dapat membeli barang secara mengangsur dan membayarnya di masa mendatang. Konsep *Paylater* sedikit mirip dengan kartu kredit karena terdapat limit dalam berbelanja. Namun penjaminan bayaran *Paylater* lebih rendah dibandingkan dengan kartu kredit. Biasanya *Paylater* disediakan di beberapa platform seperti: *e-commerce*, *marketplace* dan transportasi online. Penggunaan *Paylater* murni digunakan untuk kegunaan konsumtif, sehingga bila tidak digunakan secara bijak bisa berdampak negatif pada kesehatan finansial masyarakat jika tidak mengetahui risiko penggunaannya.

Fast penetration, huge potential

- According to the Q4 2020 BNPL Survey by ResearchAndMarkets, **paylater payment in Indonesia is expected to grow by 76.7%** on annual basis to reach **\$1.5 billion** in 2021.
- The paylater adoption is expected to grow steadily over the forecast period, recording a CAGR of **27.4%** during 2021-2028. **The Gross Merchandise Value in the country will increase from \$889.7 million in 2020 to reach \$8,5 billion by 2028.**

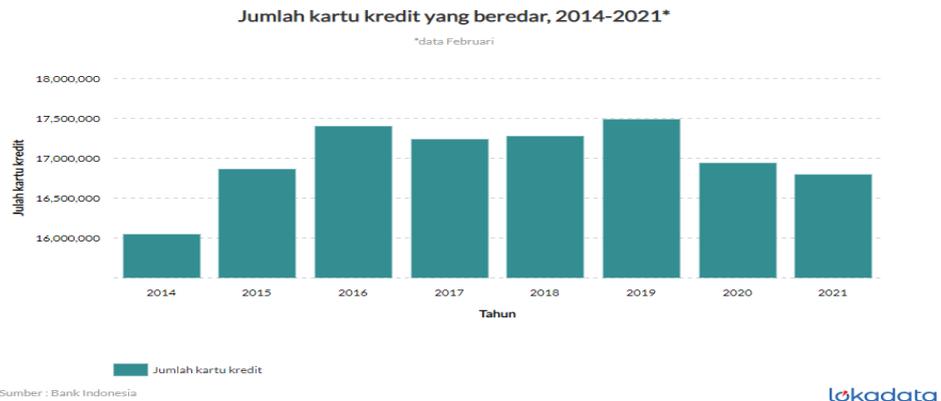


Gambar 1.1 Potensi *Paylater* di Indonesia

Sumber: DailySocial.id

Berdasarkan pada Gambar 1.1 yang dilansir dari (dailysocial.id), *Paylater* memiliki potensi yang besar terutama di pasar Indonesia. Menurut Survei BNPL Q4 2020 oleh *ResearchAndMarkets*, pembayaran menggunakan *Paylater* di Indonesia diperkirakan akan tumbuh sebesar 76,7% secara tahunan. Adopsi *Paylater* diperkirakan akan terus tumbuh selama periode yang diperkirakan, mencatat *Compound Annual Growth Rate* (CAGR) sebesar 27,4% selama 2021-2028. Besaran transaksi yang diakibatkan oleh *Paylater* mencapai nilai \$889,7 juta pada tahun 2020 memiliki potensi mencapai \$8,5 milyar pada tahun 2028.

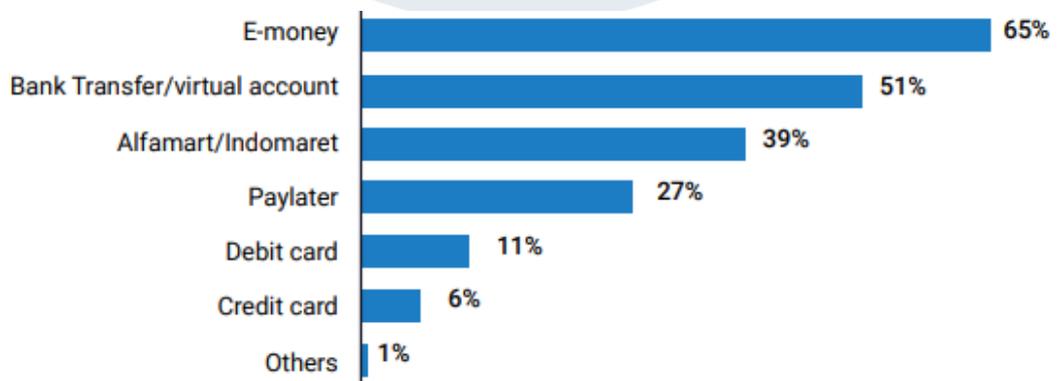
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 1.2 Jumlah Kartu Kredit Beredar

Sumber: Lokadata.beritagar.id

Berdasarkan pada Gambar 1.2 yang dilansir dari (Lokadata.beritagar.id), Data potensi penggunaan *Paylater* Indonesia didukung oleh data dari Bank Indonesia yang menunjukkan bahwa terjadi tren penurunan dari tingkat tertinggi 17,5 juta kartu kredit yang beredar turun sebesar 6% menjadi 16,5 juta pada tahun 2021.



Source: Kustodian Sentral Efek Indonesia

Gambar 1.3 Tingkat Penggunaan *Paylater* di Indonesia

Sumber: Dailysocial.id

Berdasarkan pada Gambar 1.3 yang dilansir dari (Dailysocial.id), tingkat penggunaan *Paylater* di Indonesia melebihi penggunaan kartu kredit. Menurut

Dailysocial, tingginya penggunaan *Paylater* di Indonesia diakibatkan oleh kenaikan jumlah transaksi dan nilai transaksi e-commerce. Jumlah transaksi naik dari 31% menjadi 34% sementara nilai transaksi naik dari 28% menjadi 30% pada tahun 2021. Hasil riset yang dilakukan *Dailysocial* terhadap *Paylater* juga turut menambahkan bahwa kartu kredit cenderung sulit diperoleh karena banyak orang kesulitan untuk memenuhi persyaratan pembuatan kartu kredit.



Gambar 1.4 Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Indonesia

Sumber: Sikapiuangmu.ojk.go.id

Berdasarkan Gambar 1.4 Dilansir dari (Sikapiuangmu.ojk.go.id), Indeks Literasi Keuangan masih cukup rendah pada angka 38,03% dan inklusi keuangan di angka 76,19%. Kedua indeks tersebut memberikan selisih yang cukup besar yang mengindikasikan bahwa masyarakat sudah memiliki akses ke lembaga, produk, dan layanan jasa keuangan. Namun, hanya setengah dari masyarakat memahami manfaat dan risiko dari lembaga, produk, dan layanan jasa keuangan. Salah satu produk keuangan digital yang saat ini sedang populer adalah *Paylater*:

Dengan kemudahan akses yang ditawarkan dalam penggunaan layanan *Paylater*; pengguna yang tidak mengetahui risikonya memiliki potensi untuk mengalami kerugian finansial. *Financial literacy* yang baik diperlukan masyarakat karena menjadi indikator pengetahuan dan keterampilan seorang individu mengenai keuangan untuk mendapatkan keputusan yang berhubungan dengan keuangan secara bijak dan dapat mengontrol keuangan pribadi secara teratur. Kurangnya *financial literacy* pada seorang individu akan membuat seorang individu mengelola keuangannya dengan tidak bijak (Marheni, 2020). Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi *financial literacy* beberapa diantaranya adalah *Compulsive Buying* yaitu kondisi dimana seorang individu yang menginginkan sesuatu akan langsung membeli barang tanpa memperdulikan harga serta kondisi keuangan saat itu. Sifat lain yang dapat digunakan sebagai indikator penilaian *financial literacy* seorang individu adalah sifat *Materialism*, yaitu sebuah kondisi dimana seseorang ingin memiliki barang-barang mewah. Bila seseorang mampu untuk mengendalikan diri dan keuangannya untuk tidak membeli barang-barang mewah berarti orang itu memiliki tingkat perilaku *Materialism* yang rendah dan *Financial Literacy* yang tinggi, sehingga dapat menghindari perilaku *Propensity to Indebtedness* (Wahono & Pertiwi, 2020). Disney dan Gathergood (dalam Potrich dan Vieira, 2018), berpendapat bahwa literasi keuangan yang rendah cenderung meremahkan biaya kredit, sehingga menjadi rentan terhadap *Indebtedness*.

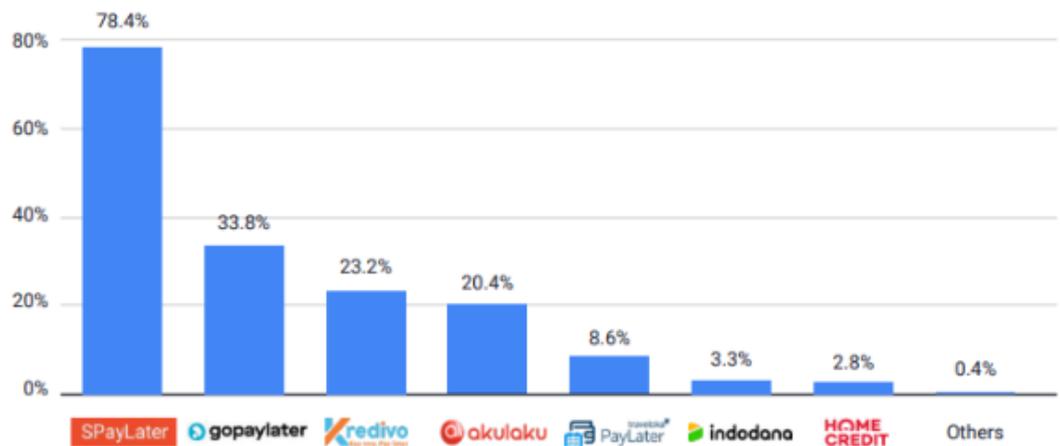
Tabel 1.1 Perkembangan Transaksi *Fintech Lending* di Indonesia

Tahun (Periode Januari s/d Agustus)	2021	2022	Persentasi Kenaikan
Rata-Rata Total Entitas	20,255,490	14,267,358	-29.56%
Rata-Rata Total Nilai Pinjaman (dalam milyar rupiah)	17,732.95	33,345.91	88.04%
Rata-Rata Pinjaman Tidak Lancar (Entitas)	1,346,042	1,343,100	-0.22%
Rata-Rata Jumlah Nilai Pinjaman Tidak Lancar (dalam milyar rupiah)	1,291.49	2,304.44	78.43%
Rata-Rata Pinjaman Macet (Entitas)	239,679	408,558	70.46%
Rata-Rata Jumlah Nilai Pinjaman Macet (dalam milyar rupiah)	291.34	895.01	207.20%

Sumber: Sikapiuangmu.ojk.go.id

Berdasarkan data OJK tentang *Fintech Lending* periode Januari-Agustus tahun 2021 dan 2022, terjadi kenaikan pada rata-rata entitas pinjaman tidak lancar dari angka 6,64% pada tahun 2021 menjadi 9,4% pada tahun 2022. Sementara rata-rata entitas pinjaman macet naik dari 1,18% menjadi 2,86%. Kenaikan rata-rata pinjaman tidak lancar dan pinjaman macet berjalan beriringan dengan tren penggunaan *Paylater* di Indonesia. Karena kemudahan yang diberikan kepada masyarakat yang memiliki anggaran terbatas, *Paylater* menjadi pilihan metode pembayaran yang disediakan oleh berbagai platform *fintech*. Layanan ini terdapat pada jenis *fintech* dompet digital seperti *GoPay* dan *OVO*. Namun, kemudahan tersebut dapat meningkatkan *Propensity to Indebtedness*, yaitu perilaku seorang individu yang selalu ingin berhutang dalam mendapatkan suatu hal yang mereka inginkan (Davies & Lea, 1995). Perilaku *Propensity to Indebtedness* memiliki potensi berdampak negatif pada seorang individu untuk menjadi konsumtif dengan membeli barang untuk kepuasan diri sendiri. Sehingga membuat seorang

individu yang tidak memiliki uang yang cukup untuk berhutang (Wahono & Pertiwi, 2020). Selain itu, *Financial Literacy* yang rendah juga dapat menyebabkan seseorang untuk memiliki sikap *Materialism* yang tinggi. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Richins dalam Potrich dan Vieira (2018), yang mengidentifikasi bahwa *Materialism* melalui sikap yang terkait dengan pinjaman uang dapat mempengaruhi penggunaan kredit yang berlebihan dan, akibatnya menyebabkan seorang individu untuk berhutang. Hal ini terjadi karena individu yang materialistis lebih cenderung percaya daripada yang lain bahwa meminjam uang untuk beberapa jenis pembelian adalah pantas dan dapat diterima.



Gambar 1.5 Tingkat Penggunaan Platform Paylater di Indonesia

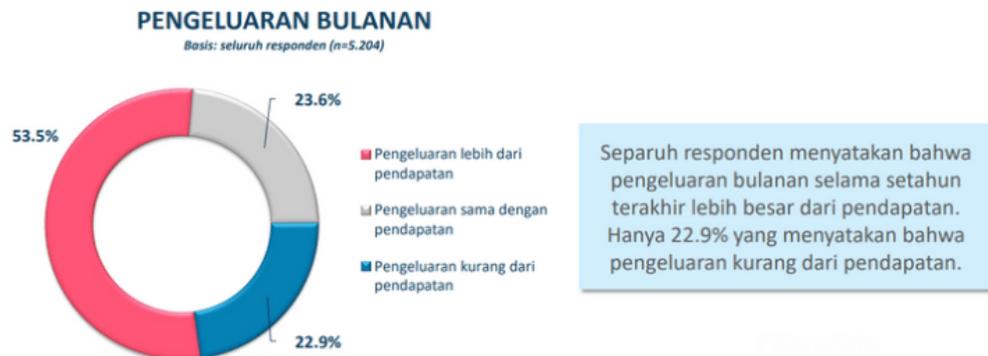
Sumber: DailySocial.id

Berdasarkan Gambar 1.5 Dilansir dari (DailySocial.id), menunjukkan bahwa Shopee, salah satu platform marketplace terbesar di Indonesia memiliki pengguna layanan *Paylater* terbanyak. Pengguna layanan Shopee *Paylater* di Indonesia sangat besar, hingga pada tahun 2020 pengguna layanan tersebut mencapai hingga 1,27 juta pengguna dengan peminjam aktif sebesar 67% atau sekitar 850 ribu orang jumlah peminjam. Akumulasi total dana yang telah dikeluarkan untuk pinjaman Shopee *Paylater* mencapai hingga Rp 1,5 Triliun

(Lentera Dana, 2020). Hal ini dikarenakan layanan tersebut diikuti dengan promo-promo bulanan dan hari-hari besar seperti promo 10.10 dan promo Hari Lebaran. Dengan menggunakan layanan *Paylater* tentunya akan meringankan beban penggunaannya sesaat karena tidak perlu memiliki uang pada saat itu juga untuk membeli suatu barang yang diinginkan saat promo tersebut berlangsung. Sebab, *Paylater* akan memberikan pinjaman instan dengan bunga minimal 2,95% yang berlaku dalam waktu 1, 2, 3, 6, dan 12 bulan dengan tanggal jatuh tempo pada tanggal 5. Layaknya layanan keuangan pada umumnya, tentu *Paylater* memiliki resikonya tersendiri. Jika pengguna mengalami keterlambatan dalam membayar tagihan *ShopeePaylater* maka akan berdampak pada hal sebagai berikut:

1. Pengguna mendapatkan biaya keterlambatan sebesar 5% per bulan dari keseluruhan total tagihan.
2. Akses pengguna terhadap aplikasi dan penggunaan Voucher *Shopee* dibatasi.
3. Peringkat kredit pengguna pada SLIK (Sistem Layanan Informasi Keuangan) OJK akan terdampak. SLIK digunakan untuk mendapatkan pembiayaan dari Bank atau perusahaan lain.
4. Pengguna akan mendapatkan penagihan melalui telepon atau penagih lapangan (*Shopee*, 2022).

Pengeluaran Lebih Besar Dibanding Pendapatan



Gambar 1.6 Pengeluaran Bulanan Masyarakat Indonesia

Sumber: Katadata.co.id

Berdasarkan Gambar 1.6 Dilansir dari (Katadata.co.id), kemudahan yang diberikan oleh layanan *Paylater* bisa menjadi pisau bermata dua bagi penggunanya karena murni digunakan sebagai pemenuh kebutuhan konsumtif. Berdasarkan Katadata, 48,5% orang menggunakan layanan *Paylater* untuk membeli fashion & aksesoris, 45,5% untuk membeli pulsa, 44,8% untuk membeli Gadget, 40,6% untuk membeli barang elektronik rumah tangga, 27,1% untuk makanan dan 9% untuk kepentingan lainnya. Merujuk pada gambar 1.6, sebagian besar pengeluaran masyarakat Indonesia melebihi dari pendapatannya memiliki potensi untuk gagal bayar apabila pengguna meminjam dengan nilai yang tidak bisa dibayarkan kedepannya. Penghasilan dapat mempengaruhi kelancaran seseorang membayar kewajibannya. Pendapatan yang rendah juga dapat memicu masalah keuangan seperti tidak bertanggung jawab atau tidak mampu membayar kewajibannya (Haikal & Wijayaka, 2021).

	TOTAL	Generasi Y/Milenial	Generasi Z
<i>Jumlah Responden</i>	997	653	205
Fashion & aksesoris (baju, celana, sepatu, dll)	48.5%	46.4%	61.0%
Pulsa	45.5%	42.6%	56.6%
Gadget	44.8%	49.0%	24.4%
Elektronik rumah tangga	40.6%	44.0%	22.0%
Makanan	27.1%	27.7%	23.9%
Lainnya	9.0%	9.6%	4.9%

Gambar 1.7 Penggunaan Kartu Kredit dan *Paylater* Gen Z dan Milenial

Sumber: Katadata.co.id

Berdasarkan Gambar 1.7 Dilansir dari (Katadata.co.id), Penggunaan *Paylater* pada generasi milenial dan Z paling sering digunakan untuk kepentingan membeli barang fashion & aksesoris seperti baju, celana, sepatu, dll. Dengan masing-masing 46,4% pada generasi milenial dan 61% pada generasi Z. Tingginya penggunaan *Paylater* untuk pakaian dan aksesoris pada Gen Z juga dapat dikaitkan dengan survei Alvara Research Center (2022), survei tersebut mengatakan bahwa sebanyak 56% generasi Z berbelanja pakaian dengan rutin ketimbang jenis barang lainnya pada *e-commerce*. Obsesi berbelanja pakaian tersebut bisa dikaitkan dengan promo potongan harga yang ditawarkan oleh *e-commerce* seperti Shopee yang memberikan diskon di hari-hari besar seperti lebaran dan imlek serta promo bulannya seperti promo 10.10, 11.11 dll. Promo tersebut jika disandingkan dengan *financial literacy* Indonesia yang rendah dapat berpotensi untuk meningkatkan sifat *Compulsive Buying* yang juga berpengaruh pada *Propensity to Indebtedness*. Pernyataan ini didukung oleh hasil penelitian yang telah dilakukan Wahono & Sari (2020), yang menemukan bahwa *Compulsive Buying* memiliki hubungan yang signifikan dan positif terhadap *Propensity to Indebtedness*.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan mencari hubungan *Financial Literacy*, *Materialism*, dan *Compulsive Buying* Terhadap *Propensity to Indebtedness*. Penelitian akan dilakukan pada masyarakat yang bertempat tinggal

di area Jabodetabek karena wilayah ini adalah kawasan metropolitan dengan jumlah penduduk, luas wilayah dan aktivitas ekonomi sosial yang relatif besar. Selain itu, berdasarkan survey yang dilakukan oleh Snapcart (2020), 59% konsumen memilih Shopee dalam berbelanja online. Oleh karena itu, masyarakat yang akan diteliti akan merupakan generasi Z yang pernah menggunakan layanan Shopee *Paylater* karena berdasarkan pada gambar 1.7, generasi Z rutin berbelanja bulanan pakaian dan aksesoris menggunakan *Paylater*. Selain itu, responden juga harus sudah memiliki KTP karena merupakan salah satu syarat untuk menggunakan layanan *Paylater*, sehingga Gen Z yang dimaksud merupakan mereka yang berumur 17-24 tahun. Sementara Shopee *Paylater* adalah layanan *Paylater* yang paling banyak digunakan di Indonesia dengan total 850 ribu *borrower* pada tahun 2020. Hal ini juga didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Research Institute of Socio-Economic Development (RISED) bahwa layanan *paylater* yang paling sering digunakan adalah Shopee dengan persentase responden mencapai 52,06%.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena-fenomena tentang potensi, kenaikan jumlah pengguna dan transaksi *Paylater* di Indonesia tentunya akan memberikan inklusivitas keuangan di Indonesia. Namun, melihat bahwa indeks inklusivitas keuangan masyarakat Indonesia yang tinggi memiliki selisih besar terhadap *Financial literacy* masyarakat di Indonesia. Terutama, penggunaan *Paylater* adalah untuk memenuhi kebutuhan konsumtif masyarakat. Masyarakat perlu mengerti bahwa dengan kemudahan yang diberikan oleh layanan *Paylater* terdapat risiko finansial yang dapat dialami penggunanya. Dua diantaranya adalah pengguna yang telat bayar akan dikenakan biaya sebesar 5% per bulan dari keseluruhan total tagihan dan akan berpengaruh buruk pada SLIK (Sistem Layanan Informasi Keuangan) OJK yang digunakan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan pembiayaan dari Bank atau perusahaan lain.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan penjabaran rumusan masalah di atas, maka pertanyaan penelitian yang dapat disimpulkan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Financial literacy* memiliki dampak negatif terhadap kecenderungan pengguna Shopee Paylater untuk berhutang?
2. Apakah materialisme berdampak positif terhadap pengguna Shopee Paylater untuk berhutang?
3. Apakah pembelian secara kompulsif memiliki dampak positif terhadap kecenderungan untuk berhutang?
4. Apakah materialisme berdampak positif pada pembelian secara kompulsif?
5. Apakah *Financial literacy* berdampak negatif terhadap materialisme?
6. Apakah *Financial literacy* berdampak negatif terhadap pembelian secara kompulsif?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari dilakukannya penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah *Financial literacy* memiliki dampak negatif terhadap kecenderungan pengguna Shopee Paylater untuk berhutang?
2. Untuk mengetahui apakah materialisme berdampak positif terhadap pengguna Shopee Paylater untuk berhutang?
3. Untuk mengetahui apakah pembelian secara kompulsif memiliki dampak positif terhadap kecenderungan untuk berhutang?
4. Untuk mengetahui apakah materialisme berdampak positif pada pembelian secara kompulsif?

5. Untuk mengetahui apakah *Financial literacy* berdampak negatif terhadap materialisme?

6. Untuk mengetahui apakah *Financial literacy* berdampak negatif terhadap pembelian secara kompulsif?

1.5 Kegunaan Penelitian

Dari penelitian ini, terdapat harapan untuk memperoleh manfaat yang baik atau positif secara Akademis, Praktis, dan Sosial, yaitu:

1.5.1 Kegunaan Akademis

Secara akademis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi manfaat dan acuan bagi Manajemen khususnya dalam bidang Keuangan dalam melihat dampak *Financial literacy* terhadap kecenderungan untuk berhutang, materialisme dan pembelian barang secara kompulsif.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi manfaat dan masukan bagi Shopee dalam mengevaluasi layanan Shopee Pay Later.

1.5.3 Kegunaan Sosial

Secara sosial, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi manfaat dan memberikan informasi kepada masyarakat mengenai pentingnya *Financial literacy* dalam menggunakan dan mengetahui resiko dalam menggunakan layanan keuangan seperti Shopee Paylater. Peneliti juga berharap bahwa penelitian ini dapat digunakan OJK sebagai salah satu referensi untuk digunakan sebagai acuan untuk memberikan edukasi mengenai keuangan pada masyarakat terutama generasi Z.

1.5.4 Keterbatasan Penelitian

Untuk menyelesaikan rumusan masalah, terdapat beberapa batasan yang diberikan agar penelitian lebih fokus, jelas dan akurat. Batasan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan pada pengguna Shopee yang pernah menggunakan Shopee Pay Later
2. Responden berasal dari generasi Z yang memiliki Kartu Tanda Penduduk (KTP)
3. Responden berdomisili di daerah Jabodetabek
4. Teknik penelitian menggunakan *confirmatory factorial analysis* dan *structural equations modeling* yang akan dikumpulkan melalui *google form*
5. Penelitian menggunakan *Financial literacy* sebagai variabel dependen, materialisme dan pembelian kompulsif sebagai variabel mediasi dan kecenderungan untuk berhutang sebagai variabel independen
6. Data yang dikumpulkan akan diolah menggunakan Smart PLS

