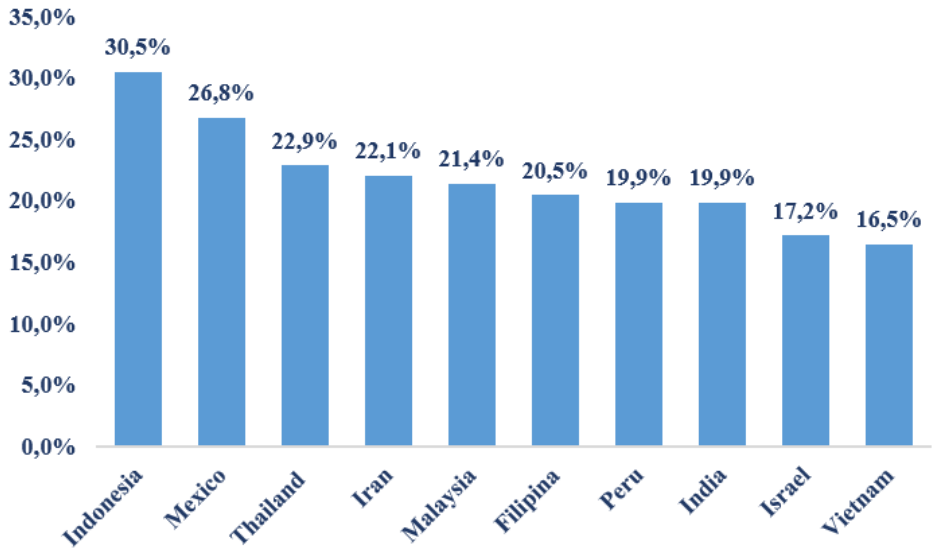
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Digitalisasi yang berkembang pesat, bagaikan gelombang pasang yang tidak dapat dihentikan. Digitalisasi yang terjadi pada seluruh aspek kehidupan, mempengaruhi perubahan perspektif, tingkah laku, dan interaksi setiap individu. Digitalisasi yang semakin meningkat sekarang ini, memicu terjadinya percepatan transformasi digital secara eksponensial. Transformasi digital yang terjadi, mengubah industri dan ruang lingkup bisnis dalam memberikan nilai kepada konsumen berbasis teknologi.

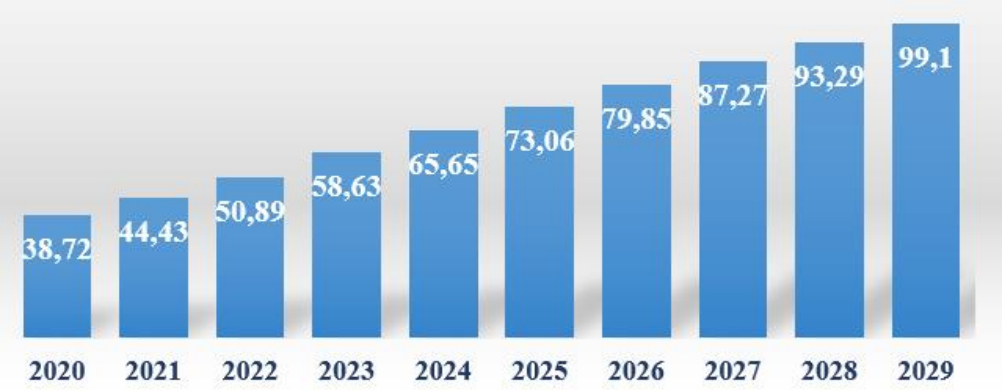


Gambar 1. 1 Negara Proyeksi Pertumbuhan E-Commerce Tertinggi 2024

Sumber : GoodStats (2024)

Salah satu dampak yang paling nyata adalah peningkatan yang terjadi secara pesat dalam tren belanja *online* akibat pertumbuhan *e-commerce* yang didukung oleh meningkatnya akses internet dan penetrasi *smartphone* (Maghfiroh *et al*., 2023). *E-Commerce* merupakan sebuah bentuk aktivitas membeli, menjual, ataupun bertukar produk, jasa, maupun informasi yang dilakukan melalui internet (Ramadhani *et al*., 2022). Pertumbuhan e-commerce ini semakin meningkat setiap tahunnya yang

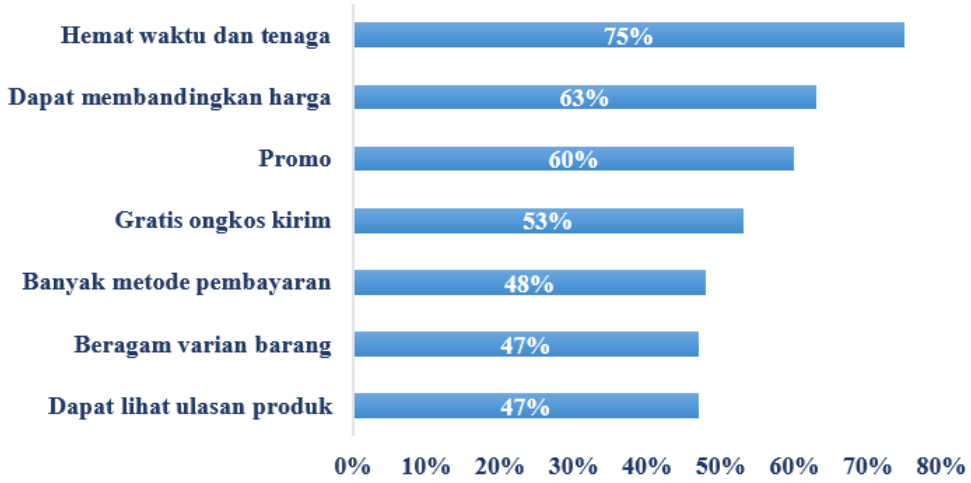
dibuktikan pada Gambar 1.1 yang memuat data dari laman Goodstats yang menyatakan bahwa Indonesia termasuk ke dalam negara dengan proyeksi pertumbuhan *e-commerce* tertinggi di tahun 2024 dengan persentase mencapai 30,5% atau hamper 3 kali lipat dari prediksi rata-rata pertumbuhan e-commerce global tahun 2024 yaitu 10,4% (Yonatan, 2024).



Gambar 1. 2 Jumlah Pengguna E-Commerce di Indonesia Tahun 2020-2029

Sumber : Statista (2024)

Peningkatan pertumbuhan *e-commerce* tersebut juga didukung oleh data yang diterbitkan pada laman Statista pada Gambar 1.2 yang menyatakan bahwa jumlah pengguna pada pasar *e-commerce* Indonesia diprediksikan akan terus mengalami peningkatan setiap tahunnya (Statista, 2024). Di tahun 2024, jumlah pengguna *e-commerce* mencapai 65,65 juta pengguna yang meningkat 11,97% atau 7,02 pengguna dari tahun 2023. Kenaikan jumlah pengguna *e-commerce* ini diperkirakan akan terus terjadi dari tahun 2024 hingga tahun 2029 dengan persentase mencapai angka 51,03% atau 33,5 juta pengguna.

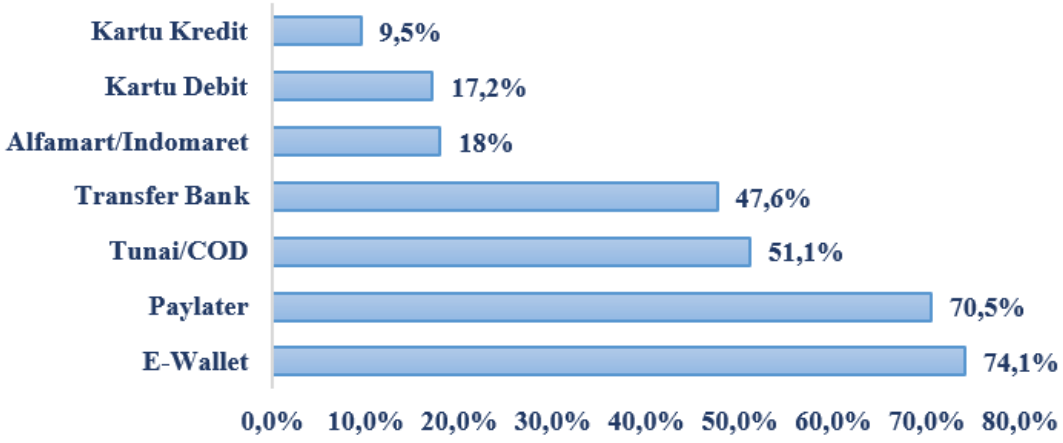


Gambar 1. 3 Alasan Masyarakat Indonesia Memilih Metode Belanja Online

Sumber : GoodStats (2023)

Selain kemudahan akses internet, alasan tingginya peningkatan jumlah pengguna *E-Commerce* adalah masyarakat mulai beralih belanja secara daring. Populix merilis sebuah survei dengan 1086 responden terkait belanja daring atau *online* yang dapat dilihat pada Gambar 1.3. 75% responden memilih untuk belanja *online* dikarenakan dapat menghemat waktu dan tenaganya, serta beberapa alasan lain, seperti dapat membandingkan harga, terdapat promo, gratis dalam pengiriman, memiliki banyak metode pembayaran, memiliki beragam variasi produk, dan dapat melihat ulasan produk (Lase, 2023).

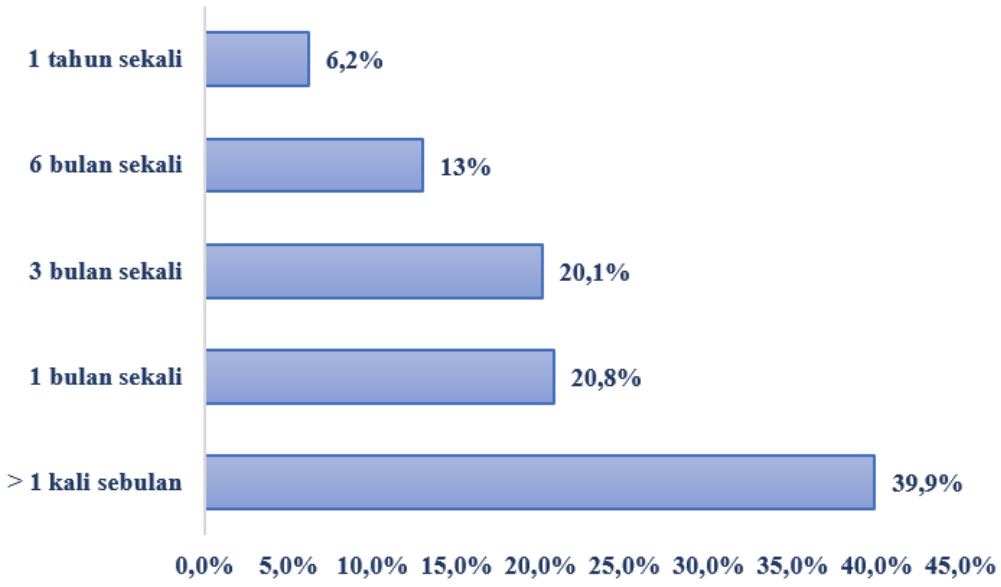
Seiring dengan meningkatnya pertumbuhan *e-commerce*, metode pembayaran juga ikut berkembang. Berkembangnya metode pembayaran memicu tersedianya berbagai macam jenis pembayaran. Sistem pembayaran yang menjadi elemen penting dalam kestabilan sistem keuangan turut berkembang seiring terjadinya digitalisasi, seperti sistem pembayaran yang semula tersedia dalam bentuk uang tunai, telah berkembang menjadi sistem pembayaran digital (Sari, 2021). Ketersediaan metode pembayaran yang ditawarkan juga mempengaruhi tingginya tingkat pengguna *e-commerce* (Sari, 2021). Terdapat beberapa contoh metode pembayaran yang berlaku dalam pembayaran *e-commerce*, seperti kartu kredit, transfer bank, pembayaran tunai atau *cash on delivery*, *e-waller*, dan *Paylater* (Prasetya, 2023).



Gambar 1. 4 Metode Pembayaran yang Digunakan Responden untuk Belanja Online (Maret-April 2024)

Sumber : Databoks (2024)

Salah satu metode pembayaran yang turut mengalami peningkatan adalah *Paylater* sesuai yang tertera pada Gambar 1.4. Menurut hasil survei yang diselenggarakan oleh Katadata Insight Center (KIC) dan Kredivo, metode pembayaran *Paylater* menempati urutan kedua sebagai metode pembayaran yang digunakan dalam belanja *online* dengan persentase 70,5% responden. Hasil survei tersebut meningkat dari tahun sebelumnya yang berada pada persentase 69,4% (Muhamad, 2024). *Paylater* mulai diperkenalkan pada masyarakat luas pada 2018 lalu sebagai metode pembayaran baru (Sari, 2021). *Paylater* merupakan sistem pembayaran yang memungkinkan individu dapat membeli barang ataupun jasa dengan cicilan tanpa menggunakan kartu kredit (Prastiwi & Fitria, 2021). *Paylater* merupakan bentuk sederhana dari kartu kredit yang dibedakan dari kemudahan cara pendaftaran penggunaan *Paylater*. Fungsi yang dimiliki *Paylater* mirip dengan fungsi dari kartu kredit, yaitu memberikan kemudahan bagi pengguna untuk memenuhi kebutuhannya, mulai dari kebutuhan primer, sekunder hingga tersier dan pengguna dapat membayarkan cicilan tersebut pada tanggal jatuh tempo yang ditetapkan (Sari, 2021).



Gambar 1. 5 Frekuensi Responden Menggunakan *Paylater* (Maret 2023)

Sumber : Databoks (2023)

Peningkatan penggunaan *Paylater* merupakan bentuk dari respons antusias masyarakat (Sari, 2021). Gambar 1.5 merupakan hasil survei yang telah dilakukan oleh Katadata Insight Centre (KIC) dan Kredivo pada Maret 2023, 39,9% dari 6.403 responden menggunakan layanan *Paylater* lebih dari 1 kali dalam sebulan (Annur, 2023). Persentase tersebut meningkat dibandingkan tahun sebelumnya yaitu hanya 27% responden yang menggunakan layanan *Paylater* lebih dari 1 kali dalam sebulan. Pada survei ini juga ditemukan bahwa pengguna *Paylater* telah meningkat dari tahun sebelumnya menjadi 78,6% dari 55,9% (Annur, 2023). Terdapat beberapa berita yang dapat mendukung peningkatan penggunaan *Paylater* yang dirilis pada laman Antaranews pada 15 Juli 2024 yang menyatakan bahwa, jumlah pengguna *Paylater* hingga Maret 2024 telah mencapai 89.000 pengguna atau meningkat sebesar 70% dari Desember 2023 (Antaranews, 2024). Kemudian, terdapat berita yang dirilis oleh IDX Channel pada 15 Juli 2024 yang menyatakan bahwa, Otoritas Jasa Keuangan mulai angkat bicara akibat maraknya bank dan Lembaga keuangan lainnya yang menyediakan *Buy Now Pay Later*. OJK meminta agar Lembaga perbankan memiliki mekanisme mitigasi risiko dalam penyelenggaraan bisnis *Buy Now Pay Later* tersebut (IDX Channel, 2024).

Gambar 1. 6 Alasan Menggunakan Paylater

Sumber : Kredivo (2024)

Peningkatan penggunaan metode pembayaran *Paylater* juga didukung oleh hasil data survei (Gambar 1.6) yang dirilis oleh Katadata Insight Center (KIC) dan Kredivo pada Juni 2024 (Kredivo, 2024), terdapat beberapa alasan responden pengguna *online* menggunakan sistem pembayaran *Paylater*, di antaranya membeli kebutuhan mendesak (54,1%), dapat berbelanja dengan cicilan (36%), memudahkan responden dalam membeli keperluan bulanan dan non-bulanan (35,1%).

Di lain sisi, *Paylater* memiliki dampak merugikan yang perlu mendapat perhatian khusus. Semakin seringnya seorang individu memanfaatkan sistem pembayaran *Paylater* sebagai pendukung untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan, maka akan memicu gaya hidup yang konsumtif (Utami *et al*., 2023). Penggunaan sistem pembayaran *Paylater* yang rutin terjadi, dapat memicu risiko gagal bayar. Hal ini dikarenakan, terganggunya arus kas keuangan pribadi akibat banyaknya tanggungan cicilan sehingga dana yang disisihkan tidak cukup untuk membayar cicilan tersebut (Prastiwi & Fitria, 2021). Secara umum, konsep dari *Paylater* dan kartu kredit tergolong sama. *Paylater* berpotensi menimbulkan pemborosan dan tunggakan hutang yang dapat memberikan dampak buruk pada skor kredit dan kemacetan dalam pengajuan kredit (Putri & Andarini, 2022). Terdapat beberapa berita

pendukung terkait gagal bayar dalam menggunakan sistem pembayaran *Paylater* yang dirilis pada laman CNBC Indonesia yang menyatakan bahwa Generasi Z dan Generasi Milenial di Indonesia memiliki tunggakan *Paylater* sebesar Rp 1,12 Triliun (CNBC Indonesia, 2024). Kemudian, terdapat berita yang dirilis pada lama Kompas TV, yang menyatakan bahwa Otoritas Jasa Keuangan mengungkapkan terdapat banyak anak muda yang gagal dalam mengajukan KPR dikarenakan 95% gajinya habis untuk membayar cicilan *Paylater* (Kompas TV, 2024).

Permasalahan tersebut membuktikan bahwa *financial management* yang baik menjadi perilaku yang penting untuk dimiliki setiap individu. *Financial behavior management* merupakan sebuah kemampuan dalam setiap individu untuk melakukan pengelolaan keuangan pribadinya yang mencakup penyusunan rencana anggaran, pemeriksaan arus kas pribadi, pengendalian dalam mengalokasikan keuangan, dan penyimpanan dana untuk masa mendatang (Devi et al., 2020). Seorang individu dengan perilaku manajemen keuangan yang positif, akan mampu melakukan pengelolaan utang dengan membayar cicilan tepat pada waktunya sehingga akan terhindar dari permasalahan gagal bayar atau penumpukan bunga. Individu tersebut juga akan memiliki kemampuan untuk memahami batasan keuangannya sehingga tidak berlebihan dalam pengeluaran keuangannya.

Penelitian ini berfokus pada *financial management* yang ditinjau dari perspektif *Risk-taking Propensity*. *Risk-taking Propensity* merupakan sikap seorang individu yang cenderung mengambil atau menghindari risiko dalam suatu situasi yang berpotensi menguntungkan dan merugikan dengan ukuran yang sama besar (Farida, 2019). Individu dengan tingkat kecenderungan pengambilan risiko yang rendah akan lebih berhati-hati dalam penggunaan *Paylater* karena individu tersebut mengkhawatirkan potensi utang yang akan diterima di masa mendatang. Namun, individu yang memiliki tingkat kecenderungan pengambilan risiko yang tinggi akan memanfaatkan *Paylater* untuk mendapatkan produk yang diinginkan sekarang tanpa harus memikirkan dampak jangka panjang dengan harapan individu tersebut mampu melunasi hutang di kemudian hari. Kecenderungan pengambilan risiko memiliki peran penting dalam kehidupan individu, seperti meningkatkan kesejahteraan dan kepuasan

hidup karena dapat mendukung banyak keputusan keuangan (Molina-García et al, 2023).

Tingkat kecenderungan pengambilan risiko yang dimiliki seorang individu dipicu oleh tingkat literasi keuangan individu tersebut. Individu yang memiliki tingkat literasi keuangan tinggi, dapat melakukan pengelolaan keuangan yang baik, memiliki investasi yang baik, memiliki portofolio saham dengan *track record* yang bagus, mampu menghasilkan keuntungan keuangan yang lebih besar, serta mampu mengelola utang dengan baik melalui penghindaran pembayaran bunga yang tinggi serta biaya tambahan (Molina-García et al, 2023). *Financial Literacy* merupakan informasi, pengetahuan, dan kesadaran masyarakat terkait produk, lembaga, ataupun istilah keuangan yang memiliki kaitan dengan pengambilan keputusan, seperti suku bunga, inflasi, tabungan, pinjaman, risiko, imbal hasil, dan istilah keuangan lainnya (Noor et al., 2020).

Gambar 1. 7 Indeks Literasi Keuangan Indonesia 2013-2022

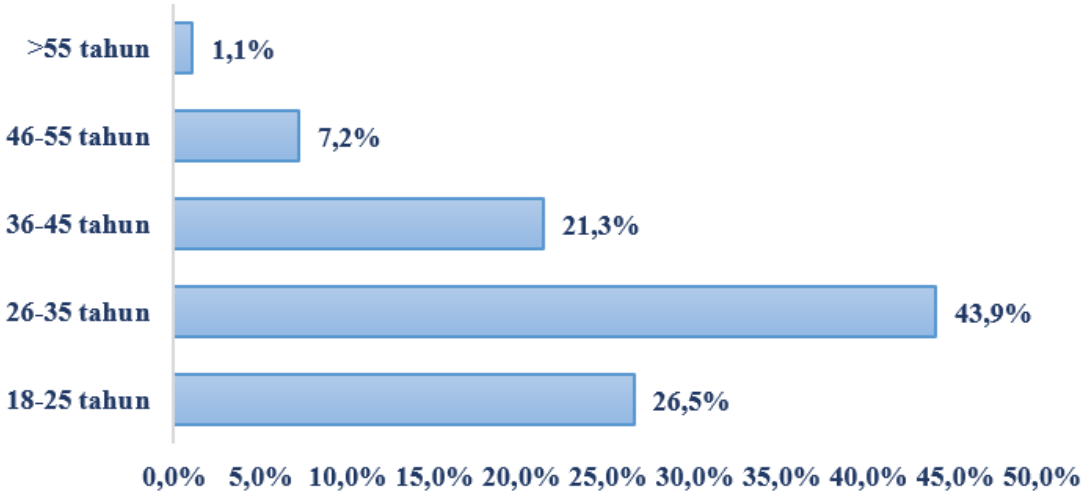
Sumber : Otoritas Jasa Keuangan (2022)

Berdasarkan hasil survei yang tertera pada Gambar 1.7 yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), dapat dikatakan selalu terjadi peningkatan pada Indeks Literasi Keuangan di Indonesia. Hasil pencatatan tingkat indeks literasi tersebut disajikan dengan grafik persentase, dengan rincian yaitu pada tahun 2013 sebesar 21,84%, tahun 2016 sebesar 29,70%, tahun 2019 sebesar 38,03%, dan pada tahun 2022 sebesar 49,68%. Kemudian, Badan Pusat Statistik dan Otoritas Jasa Keuangan merilis hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2024 yang menyatakan Indeks Literasi Keuangan masyarakat Indonesia tahun 2024 sebesar

65,43% (BPS, 2024). Hasil ini menandakan, semakin banyaknya masyarakat Indonesia yang memahami produk dan jasa keuangan.

Financial Knowledge atau Pengetahuan Keuangan merupakan sebuah kemampuan dalam menganalisa, memahami, dan melakukan pengelolaan keuangan untuk menciptakan sebuah keputusan keuangan yang tepat sehingga dapat menghindari terjadinya masalah keuangan (Sulistyowati et al., 2020). Kemudian, *Financial Attitude* atau Sikap Keuangan merupakan sebuah penerapan dari prinsip-prinsip keuangan yang bertujuan untuk menciptakan dan mempertahankan nilai dengan mengambil keputusan yang bijak dan mengelola sumber daya secara efektif (Aditya & Azmansyah, 2021). Sedangkan, *Financial Behavior* atau Perilaku Keuangan merupakan sebuah kemampuan yang dimiliki seorang individu dalam merencanakan, mengatur, memeriksa, mengelola, mengendalikan, dan menyimpan dana keuangan (Aditya & Azmansyah, 2021). Dalam mendorong kecenderungan pengambilan risiko yang dimiliki oleh seorang individu, individu tersebut harus memiliki pengetahuan keuangan yang memadai, sikap keuangan yang positif, dan perilaku atau kemampuan keuangan yang baik. Dengan pengetahuan, sikap dan perilaku keuangan yang baik, individu mampu meminimalkan kegagalan dalam memaksimalkan keuntungan karena individu tersebut telah memiliki pengalaman dan mengetahui pengelolaan keuangan dengan benar (Molina-García et al, 2023).

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 1. 8 Jumlah Pengguna *Paylater* di Indonesia menurut Kelompok Usia

Sumber : Databoks (2024)

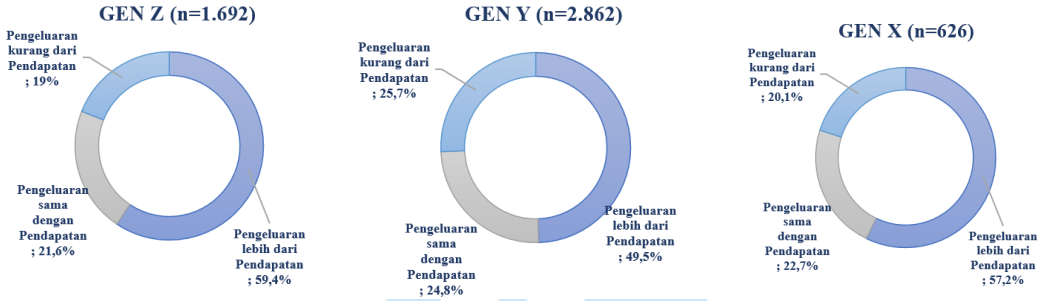
Dalam penelitian ini, peneliti memilih Generasi Z dan Generasi Milenial sebagai objek penelitian. Hal tersebut didasari oleh hasil survei dilakukan oleh Katadata Insight Center (KIC) dan Kredivo (Gambar 1.8), menunjukkan bahwa pengguna *Paylater* di Indonesia didominasi oleh Generasi Milenial sebanyak 43,9% dan diikuti dengan Generasi Z sebanyak 26,5% (Muhamad, 2024). Kemudian, Badan Pusat Statistik (Gambar 1.9) merilis jumlah penduduk di Indonesia per 18 Juli 2024 yang menunjukkan penduduk Indonesia didominasi oleh Generasi Z atau penduduk yang lahir pada 1997-2012 dan Generasi Milenial atau penduduk yang lahir pada 1981-1996 (Badan Pusat Statistik, 2024).

Tabel 1. 1 Jumlah Penduduk Indonesia menurut Kelompok Usia

Golongan Umur	Jumlah Penduduk Februari 2024
15-19 tahun	22.122.887
20-24 tahun	22.287.527
25-29 tahun	22.516.266
30-34 tahun	22.123.038
35-39 tahun	21.519.562
40-44 tahun	20.493.141
45-49 tahun	19.266.350
50-54 tahun	17.111.615
55-59 tahun	14.642.145

60+ tahun	31.915.314
Total	**213.997.845**

Sumber : Badan Pusat Statistik (2024)



Gambar 1. 9 Kondisi Keuangan Berdasarkan Kelompok Generasi

Sumber : Katadata Insight Center (2021)

Selain itu, menurut hasil survei yang dilakukan oleh Katadata Insight Center pada 2021 yang merujuk pada Gambar 1.9, hampir setengah responden Generasi Z dan Generasi Milenial memiliki pengeluaran yang lebih besar dari pendapatan. Terdapat 59,4% responden Generasi Z yang memiliki pengeluaran lebih besar dibandingkan pendapatan. Sedangkan, terdapat 49,5% responden Generasi Milenial yang memiliki pengeluaran lebih besar dibandingkan pendapatan. Terdapat 3 (tiga) peringkat terbesar dalam pengalokasian dana pengeluaran yaitu 32,5% membayar tagihan rutin, 32,2% belanja bahan makanan, dan 15% belanja komunikasi atau internet (KIC, 2021). Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa 59,4% responden Generasi Z dan 49,5% responden Generasi Milenial yang memiliki pengeluaran lebih besar dibandingkan pendapatannya, mengalokasikan dana pengeluarannya ke dalam pembayaran tagihan rutin, berbelanja bahan makanan dan berbelanja internet.

Berkaitan dengan ruang lingkup cakupan populasi, peneliti memilih responden Generasi Z dan Generasi Milenial yang berlokasi di Provinsi Banten dan Daerah Khusus Jakarta. Hal ini dikarenakan berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Katadata Insight Center (KIC) dan Kredivo terkait provinsi dengan pengguna layanan *Paylater*, dapat diketahui bahwa Banten dan Daerah Khusus Jakarta termasuk ke dalam *Top 3 (Three)* provinsi yang memiliki pengguna *Paylater* terbanyak di

Indonesia, dengan rincian Daerah Khusus Jakarta memiliki pengguna *Paylater* sebanyak 18,9% dan Banten memiliki pengguna *Paylater* sebanyak 11,8% (Databoks, 2024). Selain itu, pemilihan Daerah Khusus Jakarta dikarenakan Jakarta merupakan pusat perekonomian Indonesia, sehingga sebagian besar sektor perekonomian beroperasi di Jakarta (Nur & Rakhman, 2019). Kemudian, pemilihan Banten dikarenakan berdasarkan data Badan Pusat Statistik, perekonomian Banten pada Triwulan II 2024 tumbuh sebesar 4,70% dan hampir seluruh lapangan usaha mengalami peningkatan (BPS, 2024). Berdasarkan data tersebut, dapat dikatakan bahwa provinsi Banten dan Daerah Khusus Jakarta memiliki pertumbuhan ekonomi yang bagus. Akan tetapi, masih banyak pinjaman *Paylater* yang dilakukan di Provinsi Banten dan Daerah Khusus Jakarta (CNBC Indonesia, 2024)

Terdapat penelitian terdahulu, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Molina-García et al., (2023) menunjukkan bahwa *financial knowledge* memiliki pengaruh terhadap *risk taking propensity*, *financial attitude* melalui *financial behavior* memiliki pengaruh terhadap *risk taking propensity*, dan *financial behavior* memiliki pengaruh terhadap *risk taking propensity*. Penelitian lain yang dilakukan oleh Aditya & Azmansyah (2021) menyatakan *financial knowledge* memiliki pengaruh yang positif tetapi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *financial behavior* serta *financial attitude* memiliki pengaruh yang positif dan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *financial behavior*.

Berlandaskan dari fenomena masalah disertai penelitian terdahulu yang telah dipaparkan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian sejenis dengan harapan dapat menemukan antara *financial knowledge, financial attitude* dan *financial behavior* dengan *risk-taking propensity*. Sehingga, masyarakat khususnya Generasi Z dan Generasi Milenial dapat menggunakan dan memanfaatkan *Paylater* dengan bijak.

1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan fenomena yang mengacu pada permasalahan yang telah dipaparkan pada latar belakang, peneliti dapat menyimpulkan beberapa rumusan masalah sebagai berikut.

1. Apakah *Financial Knowledge* dapat mempengaruhi *Financial Behavior* Generasi Z dan Generasi Milenial pengguna *Paylater*?
2. Apakah *Financial Attitude* dapat mempengaruhi *Financial Behavior* Generasi Z dan Generasi Milenial pengguna *Paylater*?
3. Apakah *Financial Knowledge* dapat mempengaruhi *Risk-taking Propensity* Generasi Z dan Generasi Milenial pengguna *Paylater*?
4. Apakah *Financial Attitude* dapat mempengaruhi *Risk-taking Propensity* Generasi Z dan Generasi Milenial pengguna *Paylater*?
5. Apakah *Financial Behavior* memediasi pengaruh *Financial Knowledge* terhadap *Risk-taking Propensity* Generasi Z dan Generasi Milenial pengguna *Paylater*?
6. Apakah *Financial Behavior* pengaruh antara *Financial Attitude* terhadap *Risk-taking Propensity* Generasi Z dan Generasi Milenial pengguna *Paylater*?
7. Apakah *Financial Behavior* dapat mempengaruhi *Risk-taking Propensity* Generasi Z dan Generasi Milenial pengguna *Paylater*?

1.3 Tujuan Penelitian

Dengan menekankan fokus pada latar belakang serta telah diuraikan ke pada rumusan masalah penelitian ini, maka tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti adalah sebagai berikut.

1. Mengetahui pengaruh *Financial Knowledge* terhadap *Financial Behavior* Generasi Z dan Generasi Milenial pengguna *Paylater*.
2. Mengetahui pengaruh *Financial Attitude* terhadap *Financial Behavior* Generasi Z dan Generasi Milenial pengguna *Paylater*.
3. Mengetahui pengaruh *Financial Knowledge* terhadap *Risk-taking Propensity* Generasi Z dan Generasi Milenial pengguna *Paylater*.
4. Mengetahui pengaruh *Financial Attitude* terhadap *Risk-taking Propensity* Generasi Z dan Generasi Milenial pengguna *Paylater*.
5. Mengetahui apakah *Financial Behavior* memediasi pengaruh *Financial Knowledge* terhadap *Risk-taking Propensity* Generasi Z dan Generasi Milenial pengguna *Paylater*.

6. Mengetahui apakah *Financial Behavior* memediasi pengaruh *Financial Attitude* terhadap *Risk-taking Propensity* Generasi Z dan Generasi Milenial pengguna *Paylater*,
7. Mengetahui pengaruh *Financial Behavior* terhadap *Risk-taking Propensity* Generasi Z dan Generasi Milenial pengguna *Paylater*.

1.4 Manfaat Penelitian

Berlandaskan tujuan penelitian yang telah dipaparkan yaitu untuk mengetahui pengaruh *Financial Knowledge, Financial Attitude,* dan *Financial Behavior* terhadap *Risk-taking Propensity* Generasi Z dan Generasi Milenial pengguna *Paylater*, peneliti mengharapkan penelitian ini dapat memberikan beberapa manfaat yang dapat berguna untuk beberapa pihak di masa mendatang. Diantaranya adalah sebagai landasan pemikiran untuk memperkaya teori dan konsep ilmu pengetahuan, serta menjadi penunjang dalam pemecahan masalah berkaitan dengan topik yang sejenis. Dengan demikian, manfaat yang peneliti harapkan dapat diterima oleh para pihak adalah sebagai berikut.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Melalui penelitian ini, peneliti mengharapkan penelitian ini dapat memberikan pengetahuan dan informasi baru yang dapat menambah wawasan para pembaca serta mampu memberikan dampak pada pengembangan konsep pemikiran yang telah dipelajari terkait *financial knowledge, financial attitude, financial behavior* dan *risk-taking propensity*. Dengan demikian, para pembaca dapat dengan bijak menggunakan *Paylater*.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti
   - Melalui penelitian ini, peneliti memperoleh pemahaman dan wawasan mendalam terkait *financial knowledge, financial attitude, financial behavior* dan *risk-taking propensity*. sehingga dapat memberikan tambahan kontribusi dalam melakukan analisis.

- Melalui penelitian ini, dapat menjadi sarana yang bermanfaat dalam mengimplementasikan pengetahuan peneliti mengenai pengaruh dan dampak *financial knowledge, financial attitude, financial behavior* terhadap *risk-taking propensity*.
- Penelitian ini menjadi wadah bagi peneliti untuk berlatih dan melakukan pengembangan kemampuan dalam bidang penelitian, pengkajian, dan penerapan teori yang telah diperoleh di perkuliahan.
- Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi aktif sebagai bahan dasar referensi dalam pengembangan teori mengenai *risk-taking propensity* untuk peneliti selanjutnya.

2. Bagi Masyarakat
   - Dengan adanya penelitian ini, maka dapat dijadikan sebagai wadah kepada Masyarakat khususnya Generasi Z dan Generasi Milenial untuk menambah pemahaman yang diperlukan dalam menghadapi tantangan keuangan sehingga masyarakat lebih siap dalam mengelola risiko keuangan yang terjadi.
   - Penelitian ini dapat dijadikan acuan bagi Masyarakat khususnya Generasi Z dan Generasi Milenial dalam pengambilan keputusan yang lebih baik terkait pinjaman, investasi dan keputusan keuangan lainnya sehingga masyarakat dapat menghindari risiko keuangan.
   - Penelitian ini dapat dijadikan acuan bagi masyarakat khususnya Generasi Z dan Generasi Milenial dalam mengambil keputusan untuk memanfaatkan dan menggunakan *Paylater* dengan bijak.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya
   - Dengan adanya penelitian ini, maka dapat dijadikan sebagai wadah bagi penelitian selanjutnya untuk mengasah dan mengembangkan kemampuan dalam penelitian, pengkajian, dan pemaparan teori.
   - Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan wawasan dalam mengkaji dan mengetahui pengaruh dari *financial knowledge,*

financial attitude, financial behavior terhadap *risk-taking propensity*.

- Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai sumber informasi dan referensi tambahan dalam pengembangan teori penelitian selanjutnya.

1.5 Batasan Penelitian

Penelitian ini memiliki batasan penelitian sehingga tidak akan melebar dan tetap fokus pada topik yang akan dibahas sehingga akan menghasilkan data yang akurat. Dengan demikian, peneliti akan menetapkan batasan, yaitu objek penelitian yang akan digunakan merupakan Generasi Z dan Generasi Milenial yang menggunakan *Paylater*.

1.6 Sistematika Penelitian

Terdapat 5 (lima) bab yang memiliki keterkaitan satu dengan yang lainnya dalam laporan penelitian skripsi ini, sesuai dengan persyaratan yang telah ditetapkan. Kelima bab tersebut adalah sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab satu, peneliti akan menjabarkan dan menjelaskan terkait latar belakang penelitian, rumusan masalah pada penelitian ini, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian, dan sistematika penelitian yang digunakan pada penelitian ini.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab dua, peneliti akan menjabarkan tinjauan teori, model penelitian, hipotesis penelitian, dan penelitian terdahulu yang dijadikan acuan dan referensi dalam penelitian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab tiga, peneliti akan menjabarkan dan menjelaskan gambaran umum objek penelitian, desain penelitian, populasi dan sampel penelitian yang digunakan,

teknik pengumpulan data, operasionalisasi variabel, teknik analisis data dan uji hipotesis.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab empat, peneliti akan menjabarkan dan menjelaskan karakteristik responden, analisis statistik, uji hipotesis dan pembahasan penelitian yang merupakan hasil dari analisis data yang telah dikumpulkan dan diolah.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab lima, peneliti akan memberikan simpulan terkait penelitian ini dan memberikan saran untuk beberapa pihak.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA