

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi pengaruh berbagai faktor terhadap perilaku pembelian impulsif (*impulsive buying behaviour/IBB*) dengan menggunakan kerangka teoritis *Stimulus-Organism-Response (SOR)* dan dampaknya terhadap kesejahteraan keuangan (*financial wellbeing/FW*) pengguna layanan BNPL (*Buy Now Pay Later*) dengan mengajukan kerangka teoritis *Extended S-O-R*. Kerangka ini dibangun dalam penelitian dalam rangka memberikan wawasan baru tentang bagaimana stimulus eksternal dari layanan keuangan *Buy Now Pay Later (BNPL)*, seperti promosi dan pengaruh sosial, mempengaruhi respon internal individu dan akhirnya berdampak pada kesejahteraan keuangan. Penambahan kesejahteraan keuangan sebagai respon akhir memberikan dimensi baru dalam memahami dampak jangka panjang dari perilaku pembelian impulsif. Selain itu model E-SOR juga diperkuat dengan peran dari literasi keuangan digital dalam memperkuat respon internal individu melalui pengendalian diri. Variabel yang terlibat dalam penelitian ini secara rinci meliputi promosi BNPL (P), pengaruh sosial (SI), kebahagiaan (H), pengendalian diri (SC), evaluasi normatif (NE), perilaku pembelian impulsif (IBB), kesejahteraan keuangan (FW) dan literasi keuangan digital (DFL). Berdasarkan pembahasan dan hasil analisis yang dilakukan berikut adalah temuan dari penelitian ini:

1. Promosi BNPL berpengaruh signifikan terhadap kebahagiaan pengguna BNPL di Indonesia.
2. Promosi BNPL tidak berpengaruh signifikan terhadap pengendalian diri pengguna BNPL di Indonesia.

3. Promosi BNPL tidak berpengaruh signifikan terhadap evaluasi normatif pengguna BNPL di Indonesia.
4. Pengaruh sosial berpengaruh signifikan terhadap kebahagiaan pengguna BNPL di Indonesia.
5. Pengaruh sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap pengendalian diri pengguna BNPL di Indonesia.
6. Pengaruh sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap evaluasi normatif pengguna BNPL di Indonesia.
7. Respon emosi organisme dalam model ESOR yang diwakili oleh kebahagiaan berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif pengguna BNPL di Indonesia.
8. Pengendalian diri berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif pengguna BNPL di Indonesia.
9. Evaluasi normatif tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif pengguna BNPL di Indonesia.
10. Perilaku pembelian impulsif berpengaruh signifikan terhadap kesejahteraan keuangan pengguna BNPL di Indonesia.
11. Literasi keuangan digital berpengaruh signifikan terhadap pengendalian diri pengguna BNPL di Indonesia.
12. Hasil penelitian ini menggunakan model ESOR secara komprehensif menemukan bahwa pada pengguna BNPL, stimulus penggunaan BNPL berupa promosi dan pengaruh sosial hanya mempengaruhi individu (organisme) melalui respon emosi kebahagiaan, yang selanjutnya mendorong terjadinya perilaku pembelian impulsif. Sebaliknya, kedua stimulus tersebut tidak mempengaruhi respon kognitif organisme. Penelitian ini juga mengkonfirmasi bahwa pengaruh stimulus tidak hanya berhenti pada munculnya perilaku pembelian impulsif, tetapi juga berdampak terhadap kesejahteraan keuangan pengguna BNPL. Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa literasi keuangan digital dapat memperkuat pengendalian diri untuk meminimalisir potensi terjadinya pembelian impulsif pada pengguna BNPL di Indonesia.

13. Implikasi dari temuan ini sangat penting untuk dipertimbangkan, terutama mengingat mayoritas responden dalam penelitian ini adalah generasi Z yang berpenghasilan rendah, yaitu di bawah satu juta rupiah per bulan. Generasi Z, yang umumnya berada dalam fase perkembangan di mana kematangan emosi dan kemampuan pengambilan keputusan belum sepenuhnya terbentuk, cenderung lebih rentan terhadap pengaruh-pengaruh eksternal, termasuk promosi agresif dan tekanan sosial yang berasal dari penggunaan BNPL.
14. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa stimulus BNPL, seperti promosi dan pengaruh sosial, lebih berdampak pada respon emosi kebahagiaan daripada respon kognitif, hal ini berarti generasi Z mungkin lebih terdorong untuk melakukan pembelian impulsif tanpa mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang terhadap kesejahteraan keuangan mereka. Ini menjadi perhatian serius, karena ketidakmampuan mereka untuk membayar utang yang diakibatkan oleh pembelian impulsif dapat menjerumuskan mereka ke dalam lingkaran hutang yang sulit untuk dilepaskan, mengingat kondisi keuangan mereka yang sudah terbatas. Jika fenomena ini tidak ditangani dengan tepat, bukan hanya kesejahteraan keuangan individu yang berisiko, tetapi juga ada potensi dampak lebih luas pada stabilitas ekonomi sosial di masa depan, di mana generasi muda terjebak dalam hutang yang tak terkendali. Oleh karena itu, penting bagi pembuat kebijakan, penyedia layanan BNPL, dan pendidik untuk mengembangkan strategi yang dapat membantu generasi Z memahami risiko penggunaan BNPL dan memperkuat literasi keuangan mereka, sehingga mereka lebih mampu memfilter stimulus eksternal dan membuat keputusan finansial yang lebih bijaksana.
15. Penemuan ini memberikan wawasan penting tentang bagaimana BNPL dan faktor-faktor terkait mempengaruhi perilaku dan kesejahteraan konsumen, serta pentingnya literasi keuangan digital sebagai alat untuk

meningkatkan pengendalian diri dan mengurangi risiko pembelian impulsif.

6.2 Implikasi Penelitian

6.2.1 Implikasi Teoritis

Penelitian ini memberikan beberapa kontribusi teoritis yang dipaparkan sebagai berikut:

1. **Pengembangan Model Extended SOR (ESOR) yang Komprehensif:** Penelitian ini memperluas kerangka kerja teoritis yang ada dengan mengembangkan model Extended SOR (ESOR). Model ini tidak hanya mempertimbangkan faktor stimulus (seperti promosi dan pengaruh sosial) tetapi juga menginvestigasi dampak atau konsekuensi dari perilaku pembelian impulsif yang dipicu oleh penggunaan layanan BNPL terhadap kesejahteraan keuangan individu. Dengan memasukkan variabel kesejahteraan keuangan sebagai konsekuensi dari pembelian impulsif, penelitian ini menjembatani celah yang ada dalam literatur sebelumnya yang lebih fokus pada respon perilaku tanpa memperhatikan implikasi jangka panjang bagi kesejahteraan finansial pengguna. Hal ini menunjukkan bagaimana perilaku konsumtif yang dipengaruhi oleh BNPL tidak hanya memengaruhi keputusan pembelian secara langsung, tetapi juga memiliki dampak yang lebih luas dan berpotensi merugikan bagi kesejahteraan keuangan pengguna, terutama bagi kelompok rentan seperti generasi Z.
2. **Kontribusi pada Pengembangan Teori SOR:** Dengan mengadaptasi model SOR yang awalnya diperkenalkan oleh Mehrabian dan Russell (1974) dan dikembangkan lebih lanjut oleh Li et al. (2019), penelitian ini berhasil memperkenalkan model ESOR yang lebih komprehensif. Penambahan variabel kesejahteraan keuangan sebagai konsekuensi dari perilaku pembelian impulsif menawarkan perspektif baru dalam pemahaman dampak jangka panjang dari penggunaan layanan BNPL. Implikasi teoritis ini memperkaya pemahaman tentang bagaimana stimulus

eksternal seperti promosi dan pengaruh sosial dapat mempengaruhi kesejahteraan keuangan melalui mekanisme perilaku impulsif.

3. **Peranan Literasi Keuangan Digital dalam Proses Pengambilan**

Keputusan: Penelitian ini juga berkontribusi secara teoritis dengan mengkonfirmasi pentingnya literasi keuangan digital dalam memoderasi hubungan antara stimulus BNPL dan respon kognitif serta emosional dari pengguna. Dengan mengintegrasikan literasi keuangan digital sebagai variabel yang mempengaruhi pengendalian diri pengguna, penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan yang memadai dapat berfungsi sebagai mekanisme perlindungan bagi individu, terutama generasi muda seperti Gen Z, dalam menghadapi godaan pembelian impulsif yang dipicu oleh stimulus BNPL. Temuan ini menambah kedalaman dalam literatur tentang literasi keuangan dengan menunjukkan bagaimana literasi keuangan digital yang baik dapat membantu individu lebih bijaksana dalam memproses informasi dan membuat keputusan keuangan yang lebih rasional.

4. **Fokus pada Generasi Z:** Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah generasi Z yang memiliki pendapatan rendah, sebuah kelompok yang secara psikologis masih dalam tahap perkembangan dengan tingkat kematangan emosi yang belum optimal. Implikasi teoritis dari temuan ini adalah bahwa generasi Z, dengan akses luas mereka terhadap media digital, lebih rentan terhadap pengaruh promosi agresif dan konsumerisme, terutama melalui layanan BNPL. Dengan demikian, penelitian ini menekankan perlunya pendekatan yang lebih holistik dalam mempelajari dampak teknologi finansial pada generasi muda, dengan mempertimbangkan keterbatasan pengendalian diri mereka dan potensi risiko jangka panjang bagi kesejahteraan keuangan mereka. Hal ini juga menyoroti pentingnya intervensi pendidikan keuangan yang ditargetkan pada kelompok ini untuk meningkatkan literasi keuangan digital mereka dan membantu mereka mengelola risiko keuangan dengan lebih baik.

5. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memperkaya literatur mengenai penggunaan BNPL dan perilaku konsumsi impulsif, tetapi juga memberikan wawasan penting tentang bagaimana teknologi finansial dapat mempengaruhi kesejahteraan finansial generasi muda yang memiliki akses luas terhadap informasi digital tetapi rentan secara finansial.
6. **Implikasi untuk Pengembangan Kebijakan dan Pendidikan Keuangan:** Temuan ini memberikan dasar teoritis untuk pengembangan kebijakan dan program pendidikan yang bertujuan untuk meningkatkan literasi keuangan digital dan pengendalian diri. Dengan memahami bagaimana faktor-faktor ini mempengaruhi perilaku keuangan, program-program dapat dirancang untuk mengurangi pembelian impulsif dan meningkatkan kesejahteraan keuangan konsumen.
7. **Memperkaya Literatur pada Bidang Terkait:** Penelitian ini juga memberikan kontribusi signifikan pada literatur perilaku keuangan dan pemasaran dengan menunjukkan bagaimana literasi keuangan digital, respon emosional, dan kognitif berinteraksi dalam konteks pembelian impulsif dan kesejahteraan keuangan.

6.2.2 Implikasi Praktis

Penelitian ini mengemukakan sejumlah implikasi praktis sebagai berikut:

1. **Perancangan Strategi Pemasaran yang Lebih Tepat Sasaran.** Penyedia layanan BNPL dapat menggunakan hasil penelitian ini untuk merancang strategi pemasaran yang lebih efektif. Temuan penelitian ini dapat menjadi masukan untuk memformulasi strategi pemasaran yang lebih baik sekaligus lebih bertanggung jawab untuk kelangsungan penggunaan layanan BNPL bagi pengguna di masa masa selanjutnya.
2. **Penguatan Literasi Keuangan Digital.** Temuan bahwa literasi keuangan digital berpengaruh terhadap pengendalian diri konsumen menunjukkan pentingnya meningkatkan literasi keuangan digital di kalangan pengguna BNPL. Perusahaan dapat memberikan edukasi dan sumber daya yang lebih baik untuk membantu konsumen dalam

mengelola keuangan termasuk menggunakan layanan keuangan BNPL secara lebih bijak.

3. Penelitian ini, yang mayoritas respondennya adalah Generasi Z (Gen Z), mengungkapkan beberapa implikasi praktis penting yang dapat dipertimbangkan oleh berbagai pemangku kepentingan seperti perusahaan penyedia BNPL, regulator keuangan, pendidik, dan masyarakat luas:

- a. **Perlunya Edukasi dan Literasi Keuangan yang Disampaikan**

sejak usia muda: Mengingat bahwa mayoritas pengguna BNPL dalam penelitian ini adalah Gen Z dengan pendapatan rendah, penting bagi perusahaan penyedia BNPL dan lembaga keuangan lainnya untuk berinvestasi dalam program edukasi dan literasi keuangan yang ditujukan khusus untuk kelompok ini. Program-program ini harus difokuskan pada peningkatan pemahaman tentang pengelolaan keuangan pribadi, termasuk risiko yang terkait dengan pembelian impulsif dan penggunaan kredit. Meningkatkan literasi keuangan digital di kalangan Gen Z dapat membantu mereka membuat keputusan yang lebih bijak dan menghindari perilaku konsumtif yang merugikan kesejahteraan keuangan mereka.

- b. **Desain Produk dan Promosi yang Lebih Bertanggung Jawab:**

Temuan bahwa promosi BNPL dapat memicu pembelian impulsif di kalangan Gen Z menuntut perusahaan untuk lebih bertanggung jawab dalam mendesain strategi pemasaran mereka. Perusahaan BNPL perlu mempertimbangkan dampak jangka panjang dari promosi yang mereka lakukan, terutama ketika menargetkan konsumen muda yang cenderung rentan terhadap pengaruh pemasaran yang agresif. Ini bisa diwujudkan dengan memberikan informasi yang lebih transparan tentang risiko penggunaan BNPL dan menyediakan opsi pengaturan pembayaran yang lebih fleksibel dan aman bagi pengguna dengan pendapatan rendah.

c. **Pengembangan Kebijakan dan Regulasi yang Melindungi**

Konsumen Muda: Regulator keuangan perlu mempertimbangkan pengembangan kebijakan yang melindungi konsumen muda dari potensi risiko keuangan yang terkait dengan penggunaan BNPL. Ini bisa melibatkan pembatasan jumlah kredit yang bisa diakses oleh konsumen muda atau penetapan standar yang lebih ketat untuk persetujuan kredit berdasarkan analisis kemampuan membayar pengguna. Dengan regulasi yang tepat, risiko terjerat hutang yang membebani kesejahteraan keuangan Gen Z dapat diminimalkan.

d. **Kolaborasi dengan Institusi Pendidikan dan Komunitas:**

Penyedia BNPL dapat bekerja sama dengan sekolah, universitas, dan organisasi komunitas untuk menyediakan program literasi keuangan yang disesuaikan dengan kebutuhan Gen Z. Kolaborasi ini dapat berupa seminar, workshop, atau bahkan kampanye *online* yang mengedukasi tentang bahaya pembelian impulsif dan cara-cara yang dapat dilakukan untuk mengelola keuangan pribadi dengan lebih baik. Melalui pendekatan ini, diharapkan Gen Z dapat menjadi konsumen yang lebih cerdas dan mampu menggunakan layanan BNPL secara bertanggung jawab.

4. **Berkontribusi dalam Implikasi sosial** Penelitian ini menyoroti pentingnya pengaruh sosial dalam mempromosikan penggunaan layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) yang bertanggung jawab. Dengan memahami bagaimana faktor-faktor sosial seperti norma kelompok, rekomendasi dari teman, dan ulasan *online* mempengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan BNPL, perusahaan dapat mengembangkan strategi komunikasi yang lebih efektif untuk mendorong perilaku keuangan yang bertanggung jawab. Implikasi sosialnya adalah peningkatan kesadaran dan pemahaman konsumen tentang risiko dan manfaat BNPL, yang dapat membantu mengurangi tingkat hutang konsumen yang berlebihan dan masalah keuangan yang terkait. Selain itu, dengan mengedukasi konsumen melalui pengaruh

sosial yang positif, seperti testimoni dari pengguna yang telah sukses mengelola keuangan mereka menggunakan BNPL, perusahaan dapat berkontribusi pada pembentukan budaya keuangan yang lebih bijak dan sehat di masyarakat.

Dengan menerapkan implikasi manajerial ini, diharapkan secara keseluruhan, penelitian ini dapat membantu menciptakan ekosistem keuangan yang lebih berkelanjutan dan bertanggung jawab, di mana konsumen dapat memanfaatkan layanan BNPL secara optimal tanpa terjebak dalam siklus hutang yang merugikan. Hal ini juga dapat mendorong lingkungan bisnis yang lebih etis, di mana penyedia layanan BNPL berkomitmen untuk transparansi dan kepatuhan terhadap regulasi yang melindungi konsumen. Dengan demikian, penyedia layanan BNPL bisa mendapatkan kepercayaan publik untuk terus memanfaatkan layanan BNPL ini secara bijak dalam jangka panjang.

6.2.3 Implikasi Kebijakan

Selain implikasi teoritis dan manajerial, berikut juga dikemukakan beberapa implikasi kebijakan dari penelitian ini:

1. **Regulasi Layanan BNPL.** Temuan penelitian ini yang menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian impulsif serta implikasinya kepada kesejahteraan konsumen dapat memberikan masukan kepada pemerintah dan regulator keuangan untuk mempertimbangkan regulasi yang memastikan layanan BNPL tidak mendorong perilaku pembelian yang berlebihan dan merugikan kesejahteraan keuangan konsumen. Regulasi ini bisa mencakup batasan penggunaan BNPL dan peningkatan transparansi biaya.
2. **Formulasi Kebijakan yang Mempromosikan Literasi Keuangan (Digital).** Hasil penelitian ini mengkonfirmasi adanya fenomena penggunaan BNPL dan pengaruh literasi keuangan digital terhadap pengendalian diri pengguna BNPL berkaitan dengan perilaku pembelian impulsif. Hasil tersebut dapat memberikan dukungan informasi dan literatur terhadap pemerintah dalam menyusun formulasi kebijakan

terkait dengan topik ini. Kebijakan tersebut dapat diarahkan kepada regulasi ataupun program-program yang mempromosikan peningkatan literasi keuangan, khususnya literasi keuangan digital. Ini bisa melalui pendidikan formal, kampanye publik, atau kolaborasi dengan penyedia layanan keuangan.

6.3 Keterbatasan Penelitian

Berikut adalah beberapa keterbatasan yang ada pada penelitian ini:

1. **Generalisasi Temuan.** Penelitian ini dilakukan dengan sampel yang bervariasi secara demografis dalam konteks pengguna layanan BNPL di seluruh wilayah Indonesia. Selain itu, penelitian ini belum menggunakan kerangka sampel yang spesifik, sehingga representativitas sampel terhadap populasi pengguna BNPL di Indonesia masih dapat diperdebatkan.
2. **Mayoritas responden penelitian ini yang berasal dari generasi Z mungkin membatasi kemampuan generalisasi temuan pada kelompok usia lainnya.** Generasi ini dikenal dengan kemampuan digital yang baik, literasi keuangan digital yang lebih tinggi, dan perilaku konsumen yang berbeda mungkin tidak mencerminkan pengalaman dan perilaku generasi yang lebih tua.
3. **Metode Pengumpulan Data.** Penggunaan metode survei sebagai alat utama untuk pengumpulan data dapat mempengaruhi validitas dan reliabilitas temuan. Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini juga mungkin terpengaruh oleh faktor subjektif dari responden.
4. **Penelitian ini bersifat *cross sectional*, sehingga tidak dapat mengidentifikasi perubahan atau tren dalam perilaku konsumen dari waktu ke waktu.** Studi longitudinal mungkin diperlukan untuk memahami dinamika perubahan perilaku pembelian impulsif lebih baik.
5. **Terbatasnya Faktor Stimulus BNPL yang digunakan.** Dalam penelitian ini hanya terdapat dua faktor stimulus yang digunakan terkait layanan keuangan BNPL yaitu promosi dan pengaruh sosial. Masih

terdapat berbagai faktor lain yang mungkin dapat diukur dan digunakan sebagai stimulus BNPL pada studi lanjutan.

6.4 Saran Penelitian yang Akan Datang

Penelitian ini mengemukakan beberapa saran bagi penelitian yang akan datang yaitu:

1. Diperlukan penelitian lebih lanjut untuk mengeksplorasi variabel lain yang mungkin mempengaruhi perilaku pembelian impulsif dan kesejahteraan keuangan seperti karakteristik produk BNPL dan persepsi resiko, serta mempertimbangkan sampel yang lebih beragam untuk meningkatkan generalisasi hasil penelitian.
2. Untuk meningkatkan validitas eksternal dan representativitas temuan, penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan kerangka sampel (*sample framing*) yang lebih spesifik dan sistematis.
3. Penelitian selanjutnya dapat memilih melakukan penelitian longitudinal untuk memantau perubahan dalam persepsi dan perilaku konsumen terhadap BNPL seiring waktu. Hal ini dapat memberikan wawasan tentang bagaimana faktor stimulus BNPL berubah seiring dengan perubahan dalam pasar dan teknologi.
4. Analisis Cross-Cultural. Studi selanjutnya dapat mempertimbangkan untuk melakukan studi lintas budaya untuk membandingkan pengaruh faktor stimulus BNPL di berbagai negara atau wilayah dengan perbedaan dalam regulasi, perilaku konsumen, dan preferensi. Ini dapat mengungkapkan faktor-faktor kontekstual yang berbeda yang mempengaruhi adopsi dan penggunaan BNPL.
5. Penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian kualitatif dengan *in depth interview Focus Group* dan Wawancara untuk memahami secara lebih detail persepsi dan pengalaman konsumen terhadap faktor stimulus BNPL. Metode ini dapat membantu dalam menangkap nuansa yang tidak dapat diukur dengan data kuantitatif saja.

6. Penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan untuk melakukan studi komparatif antara BNPL dengan metode pembayaran lainnya (misalnya kartu kredit, uang tunai) untuk mengeksplorasi bagaimana faktor stimulus BNPL membedakan pengaruhnya terhadap perilaku konsumen.

Dengan menerapkan saran-saran ini, penelitian selanjutnya diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih dalam dan aplikatif terhadap faktor stimulus BNPL serta implikasinya terhadap perilaku konsumen dan kesejahteraan keuangan.

