

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

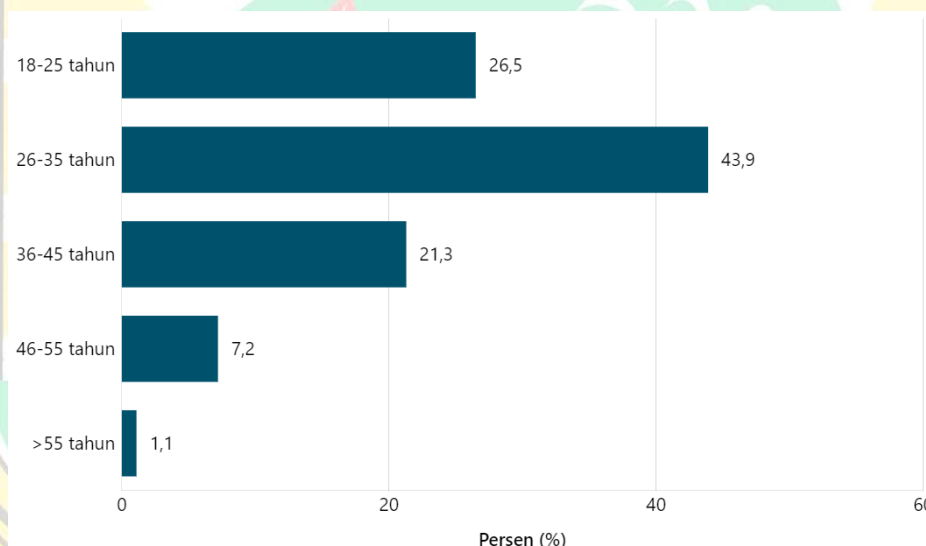
Perkembangan teknologi digital di berbagai aspek kehidupan dan bisnis adalah fakta yang telah menjadi hal biasa bagi masyarakat Indonesia. Keberadaan teknologi digital memungkinkan masyarakat di Indonesia untuk menjalani berbagai aktivitas dengan lebih efisien dibandingkan sebelumnya. Dampak cepatnya kemajuan teknologi dan internet tidak hanya terasa di sektor bisnis, tetapi juga berpengaruh pada industri keuangan di Indonesia. Keberadaan teknologi finansial, atau yang lebih dikenal dengan istilah *fintech*, telah menjadi faktor pemicu dalam keadaan saat sekarang ini. Saat ini, *fintech* berkembang dengan sangat cepat di Indonesia dan mengubah cara orang mengatur keuangan Masyarakat.

Financial Technology merupakan industri keuangan baru yang menggunakan teknologi untuk meningkatkan kinerja. Dengan hadirnya *fintech* di Indonesia ini mempermudah masyarakat dalam melakukan transaksi pembayaran. Kehadiran Financial Technology sangat diinginkan untuk dapat mempercepat aktivitas keuangan yang mana seperti transfer dana, melakukan pembayaran hingga peminjaman dana. Banyak produk dan layanan *fintech* yang bermunculan seiring dengan perubahan kehidupan masyarakat yang terfokus ke online yang mana membuat layanan *fintech* menjadi cepat dan mudah. Salah satunya layanan *fintech* yang sudah sangat banyak yang digunakan oleh Masyarakat saat sekarang ini adalah layanan *paylater*.

Menurut “Juru bicara OJK (Otoritas Jasa Keuangan) Sekar Putih Djarot menjelaskan bahwa *paylater* adalah sebuah istilah yang merujuk pada transaksi pembayaran atau jasa. Pada dasarnya *paylater* adalah layanan untuk menunda pembayaran atau berhutang yang wajib dilunasi di kemudian hari”. Dengan penggunaan layanan *PayLater* di Indonesia ini terus meningkat seiring dengan meningkatnya transaksi e-commerce dan

gaya hidup digital yang semakin menyatu dalam kehidupan sehari-hari. *PayLater* yang telah dibuat oleh sebuah perusahaan teknologi finansial yang selanjutnya berkolaborasi dengan platform *e-commerce* untuk menawarkan layanan pembayaran tertunda tersebut. Sebagaimana telah diketahui oleh Masyarakat umum bahwasanya layanan *paylater* dapat mempermudah masyarakat ataupun konsumen dalam memenuhi segala kebutuhannya.

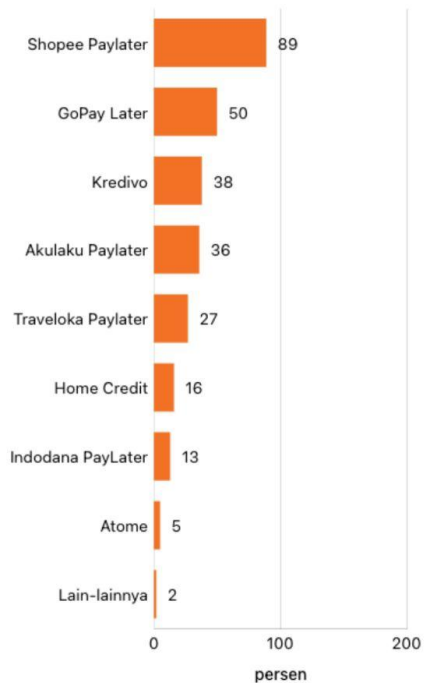
Beberapa *e-commerce* penyedia *PayLater* mengalami kenaikan penggunaan *e-commerce* yang cukup tinggi. Masyarakat sangat bersemangat karena hadirnya layanan *PayLater* di Indonesia, dapat dilihat dari jumlah penggunaan layanan aplikasi *PayLater* dari kurun waktu ke waktu.



Gambar 1.1 Jumlah Pemakai Paylater di Indonesia Berdasarkan Kelompok Usia (2023)

Sumber : Databoks 2023

Dapat dilihat dari grafik yang terdapat pada gambar 1, dapat dipahami bahwa penggunaan *paylater* untuk tahun 2023 berdasarkan kelompok usia sangat meningkat pada generasi milenial yang berumur 26-35 tahun itu sebanyak 43,9%. Hal ini menunjukkan seiring berjalannya waktu dan seiring berkembangnya teknologi, masyarakat Indonesia antaranya yaitu generasi milenial dan generasi Z banyak menggunakan layanan *paylater* dalam aktivitas belanja secara online.



Gambar 2 E-commerce PayLater yang populer di Indonesia

Sumber : Databoks (September, 2023)

Berdasarkan gambar 1.2 dijelaskan bahwa layanan *PayLater* yang ada di Indonesia banyak disediakan di *e-commerce* dan juga pada penyedia *fintech*, beberapa aplikasi layanan *PayLater* yang tersedia di Indonesia adalah *Shopee PayLater* diketahui Masyarakat 89%, *Gopay Later* diketahui Masyarakat 50%, *Kredivo* diketahui Masyarakat 38%, *Akulaku PayLater* diketahui Masyarakat 36%, dan aplikasi layanan *PayLater* lainnya. Layanan *PayLater* mencerminkan atau membawa perubahan besar dalam cara generasi milenial dan generasi Z mengatur keuangan dan melakukan pembelian di zaman digital sekarang ini.

Saat sekarang ini dengan menggunakan *e-commerce PayLater* masyarakat dapat mempersingkat waktu berbelanja yang biasanya dari *offline* menjadi *online*. Dengan menggunakan layanan *PayLater* belanja online ini masyarakat ingin mendapatkan keuntungan. Tetapi di sisi lain, dengan banyaknya manfaat dari layanan *PayLater* ini akan menjadi dampak

balik bagi pengguna atau Masyarakat yang ketergantungan menggunakan layanan PayLater. Ketersediaan PayLater sebagai metode pembayaran opsional di *e-commerce* kemungkinan besar akan mendorong perilaku konsumen yang konsumtif, yang mana perilaku konsumen yang konsumtif adalah perilaku pembeli yang memperoleh atau memanfaatkan lebih banyak produk atau layanan untuk memenuhi kebutuhannya, tanpa memikirkan manfaat dan kebutuhan dari produk atau layanan itu (Sanoesi Renggani ; Setiawan Hendra 2022).

Selain dorongan dari kemudahan dan promosi yang ditawarkan, tingginya penggunaan PayLater pada generasi muda, khususnya Gen Z, juga erat kaitannya dengan peristiwa psikologis *Fear of Missing Out* (FOMO). Selain Fenomena FOMO juga menjadi pendorong utama penggunaan *PayLater* di kalangan Generasi Z. FOMO adalah perasaan khawatir merasa terpinggirkan atau tertinggal dari suatu tren sosial atau pengalaman yang sedang banyak dibicarakan di antara teman-teman sebaya (Przybylski et al. 2013). Dalam konteks digital, FOMO mendorong seseorang untuk berbelanja impulsif atau menggunakan kredit seperti *PayLater* agar tidak merasa tertinggal dalam konteks gaya hidup atau mode sosial. Akan tetapi, *PayLater* mungkin akan menjadi gangguan besar terhadap pengelolaan arus kas masyarakat dalam jangka pendek, hal ini menimbulkan pertanyaan tentang dampaknya terhadap *financial well-being* masyarakat.

Menurut Arriva Zulfira (2023) "*Financial well-being* atau kesejahteraan finansial merupakan keadaan di mana seseorang dapat memenuhi kewajiban keuangan saat ini secara utuh dan merasa aman mengenai kondisi keuangan masa depan sehingga dapat menikmati hidup tanpa khawatir masalah finansial". Pada artikel Kompasiana Fuad (2023) menyatakan bahwa bahaya atau ancaman yang didapat ketika memakai *PayLater* itu ada beberapa yaitu perilaku pengeluaran yang kurang bijak, biaya bunga yang tinggi, memicu siklus utang berkepanjangan, mengganggu rencana keuangan pribadi yang telah direncanakan ataupun ancaman terhadap kredit score. Menurut Lusardi & Tufano (2009)

kebanyakan konsumen yang memiliki akses mudah terhadap kredit kurang mampu mengelola utangnya, yang pada akhirnya menurunkan kesejahteraan finansial mereka.

Di Indonesia seperti yang telah diperlihatkan Digambar 1.1 bahwasanya generasi milenial dan generasi Z sangat ramai atau sangat populer digunakan. Menurut laporan Bank Indonesia (2022) , penggunaan kredit digital meningkat tajam, terutama selama pandemi COVID-19, di mana transaksi online menjadi kebutuhan utama. Akan tetapi, peningkatan tersebut juga disebabkan oleh meningkatnya masalah utang yang berlebihan, yang mana itu akan berdampak pada menurunnya *financial well-being* atau kesejahteraan finansial individu. Dengan menggunakan *paylater* dengan seksama dan bijak akan memberikan manfaat seperti peningkatan likuiditas dan kemudahan dalam mengatur arus kas. Namun, bagi masyarakat yang tidak bisa manajemen keuangan yang baik berisiko terjebak dalam pola utang yang sulit dikendalikan, yang pada akhirnya dapat mempengaruhi kesehatan mental dan kesejahteraan baik itu kesejahteraan keuangan secara keseluruhan.

Meningkat penggunaan *Paylater* yang terus meningkat. Terdapat beberapa faktor yang diduga memengaruhi keputusan *Gen Z* dalam menggunakan *Paylater*. Salah satu faktor penting adalah *financial literacy* atau literasi keuangan. Menurut Setya (2025) *Financial Literacy* atau literasi keuangan adalah pengetahuan, kemampuan, dan keyakinan yang dimiliki seseorang yang mempengaruhi cara pandang serta tindakan dalam membuat keputusan serta mengatur keuangan dengan bijak demi mencapai kesejahteraan finansial. Tingkat literasi keuangan yang tinggi dapat mempermudah masyarakat dalam memilih produk atau layanan keuangan yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan mereka. Individu yang terampil dalam literasi keuangan juga akan memiliki dasar yang kokoh untuk mengatur keuangan dengan baik (OJK, 2021). Selain itu, OECD (2017) juga menekankan bahwa rendahnya tingkat literasi keuangan meningkatkan risiko konsumen terjebak dalam pola konsumtif yang tidak

terencana, terutama dengan layanan kredit instan seperti *PayLater*. Rendahnya literasi keuangan dapat mengakibatkan konsekuensi yang serius bagi masyarakat, seperti kurangnya perencanaan untuk masa tua, memiliki aset yang minim, meminjam dengan bunga yang tinggi, dan lain-lain (Anugrah, Hasriany, dan Haedar 2019). Beberapa penelitian terdahulu telah melakukan penelitian terhadap *financial literacy*. Penelitian (Ritakumalasari dan Susanti 2021) menyatakan bahwa *financial literacy* berpengaruh terhadap *financial management behavior*, tetapi kebalikannya pada studi terdahulu yang diteliti oleh Sampoerno & Haryono (2021) menyatakan bahwa tidak adanya pengaruh *financial literacy* terhadap *financial management behavior*.

Selain *financial well being* dan *financial literacy*, faktor psikologis seperti *locus of control* juga memainkan peran penting. Menurut Anugrah (2019) menyatakan bahwa untuk bisa mengelola keuangan dengan baik, diperlukan adanya *locus of control* yang tepat agar individu memiliki pemahaman mengenai faktor-faktor yang mengarah pada kesuksesan atau kegagalan dalam menjalankan tugasnya. Dengan demikian, risiko yang dapat menimbulkan masalah keuangan bisa diminimalisir, dan di sisi lain, masalah ini muncul akibat kurangnya pemahaman mengenai keuangan, belum teradopsinya kebiasaan menyusun rencana keuangan, minimnya pengawasan terhadap keuangan pribadi, serta adanya pola hidup dan kebiasaan konsumsi yang berlebihan. Ketika seseorang mampu mengatur dirinya sendiri, pasti hanya akan menggunakan uang atau memanfaatkan uang berdasarkan kebutuhan, maka besar kemungkinan perilaku pengelolaan keuangan dapat dilakukan dengan baik. Oleh karena itu, semakin seseorang mampu mengontrol dirinya, tindakan dalam mengelola keuangan akan menjadi lebih efektif. Studi oleh Novianti (2019) menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh dari *locus of control* terhadap perilaku pengelolaan keuangan, namun dalam penelitian yang dilakukan oleh Nailah Amelia (2023) menunjukkan keterbalikan bahwa *locus of control* berpengaruh pada *financial management behavior*.

Financial well being, financial literacy dan *locus of control* merupakan faktor-faktor penting yang saling terkait dalam menentukan *financial management behavior*. *Financial well being* merupakan indikasi kondisi psikologis dan material seseorang dalam mengelola keuangannya sehingga merasa aman dan mampu memenuhi kebutuhan finansialnya (Netemeyer et al. 2018). Orang yang memiliki tingkat kesejahteraan finansial yang tinggi biasanya menunjukkan perilaku pengelolaan keuangan yang lebih efektif karena mereka mampu mengelola pengeluaran serta menabung secara efektif. Selanjutnya, *financial literacy* berperan sebagai modal pengetahuan dan kompetensi yang memungkinkan seseorang memahami produk keuangan, seperti *PayLater*, beserta risiko dan imbalannya (Lusardi dan Mitchell 2014). Pemahaman yang baik tentang keuangan akan mendorong individu untuk mengambil keputusan finansial yang lebih terencana dan rasional, yang pada gilirannya memperbaiki cara mereka mengelola keuangan. Lebih lanjut, lokus kendali sebagai keyakinan seseorang dalam mengendalikan hasil yang diterima dalam hidup mereka, juga memiliki peranan yang signifikan dalam pengelolaan keuangan. Individu dengan kontrol internal cenderung merasa bertanggung jawab atas situasi keuangan mereka saat ini dan juga lebih disiplin dalam mengatur keuangan (Anugrah et al. 2019). Dalam konteks penggunaan *PayLater*, *financial well being, financial literacy & locus of control* memiliki dampak pada bagaimana *gen Z* di Kota Padang mereka dapat mengelola aspek keuangan dengan lebih baik. *Financial management behavior* berfungsi sebagai penghubung antara pengaruh kesejahteraan finansial, literasi keuangan, dan *locus of control* terhadap penggunaan *PayLater*, akibatnya pengelolaan keuangan yang efektif dapat membantu mengurangi kemungkinan terjebak dalam utang konsumtif dan meningkatkan kesejahteraan finansial pengguna (Nailah Amelia et al. 2023). Oleh karena itu, sangat penting untuk memahami hubungan antara variabel tersebut demi merancang strategi edukasi dan intervensi yang tepat bagi generasi Z dalam menggunakan layanan *PayLater* secara bijak.

Fenomena paylater ini di kalangan Gen Z di perkuat melalui artikel IDN times (2023) yang menjelaskan bahwa alasan paling signifikan bagi Gen Z untuk memanfaatkan layanan PayLater adalah penawaran bunga rendah yaitu 0% (47,8%), adanya promosi atau diskon (26,1%), serta kemudahan dalam metode pembayaran (17,4%). Hal ini menyebabkan beberapa pengguna menghadapi masalah dalam membayar tagihan, dan Gen Z memberikan kontribusi sekitar Rp460 miliar dari total kredit yang bermasalah, yang mencapai Rp2,12 triliun pada bulan Desember 2023 (Idscore, 2023).

Meskipun layanan *PayLater* semakin populer di kalangan Gen Z sebagai alternatif pembayaran digital yang praktis, penelitian yang mengkaji pengaruh *financial well being*, *financial literacy* & *locus of control* dengan penggunaan *PayLater* di konteks lokal seperti Kota Padang masih sangat terbatas. Sebagian besar studi sebelumnya lebih menitikberatkan pada perilaku konsumsi secara umum tanpa mempertimbangkan bagaimana faktor ketiga psikologis dan finansial tersebut mempengaruhi pengelolaan keuangan Gen Z dalam memanfaatkan *PayLater* (Suci, Hasriani, & Haedar, 2022; Lusardi & Mitchell, 2014). Selain itu, karakteristik budaya dan sosial masyarakat Kota Padang yang unik dapat memberikan pengaruh tersendiri terhadap pola penggunaan *PayLater* dan *financial management behavior* generasi Z, namun hal ini belum banyak dieksplorasi secara mendalam pada penelitian terdahulu dari (Ghani Alghifari dan Firman Firman 2025).

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah tersebut dengan menganalisis atau menelaah pengaruh *financial well-being*, *financial literacy*, dan *locus of control* terhadap penggunaan *PayLater*, serta peran *financial management behavior* sebagai variabel mediasi pada Gen Z di Kota Padang. Dengan demikian, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam pengembangan strategi edukasi keuangan yang lebih tepat dan sesuai dengan konteks daerah atau lokal.

1.2 Rumusan Masalah

Setelah membahas latar belakang, pada sesi ini akan dijelaskan perumusan masalah yang menjadi dasar dalam pelaksanaan penelitian. Rumusan masalah ini disusun untuk mengetahui pengaruh antara *Financial Well-Being*, *Financial Literacy*, *Locus of Control*, serta *Financial Management Behavior* terhadap Penggunaan *PayLater* pada Gen Z di Kota Padang.

- a. Bagaimana *Financial Well-Being* berpengaruh terhadap Penggunaan *Paylater* pada Gen Z di Kota Padang?
- b. Bagaimana *Financial Literacy* berpengaruh terhadap Penggunaan *Paylater* pada Gen Z di Kota Padang?
- c. Bagaimana *Locus Of Control* berpengaruh terhadap Penggunaan *Paylater* pada Gen Z di Kota Padang?
- d. Bagaimana *Financial Management Behavior* berpengaruh terhadap Penggunaan *Paylater* pada Gen Z di Kota Padang?
- e. Bagaimana *Financial Well-Being* berpengaruh terhadap *Financial Management Behavior* pada Gen Z di Kota Padang?
- f. Bagaimana *Financial Literacy* berpengaruh terhadap *Financial Management Behavior* pada Gen Z di Kota Padang?
- g. Bagaimana *Locus Of Control* berpengaruh terhadap *Financial Management Behavior* pada Gen Z di Kota Padang?
- h. Bagaimana *Financial Management Behavior* mampu memediasi pengaruh *Financial Well-Being* terhadap Penggunaan *Paylater* pada Gen Z di Kota Padang?
- i. Bagaimana *Financial Management Behavior* mampu memediasi pengaruh *Financial Literacy* terhadap Penggunaan *Paylater* pada Gen Z di Kota Padang?
- j. Bagaimana *Financial Management Behavior* mampu memediasi pengaruh *Locus of Control* terhadap Penggunaan *Paylater* pada Gen Z di Kota Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

Perkembangan PayLater telah memengaruhi cara Generasi Z mengelola dan menggunakan keuangannya. Fenomena ini menarik untuk diteliti yang bertujuan untuk menganalisis dan menguji pengaruh *Financial Well-Being*, *Financial Literacy*, *Locus of Control*, dan *Financial Management Behavior* terhadap Penggunaan *PayLater* pada Gen Z di Kota Padang, serta mengkaji peran *Financial Management Behavior* sebagai variabel mediasi .

- a. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh *Financial Well-Being* berpengaruh terhadap Penggunaan *Paylater* pada *Gen Z* di Kota Padang.
- b. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh *Financial Literacy* berpengaruh terhadap Penggunaan *Paylater* pada *Gen Z* di Kota Padang.
- c. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh *Locus Of Control* berpengaruh terhadap Penggunaan *Paylater* pada *Gen Z* di Kota Padang.
- d. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh *Financial Management Behavior* berpengaruh terhadap Penggunaan *Paylater* pada *Gen Z* di Kota Padang.
- e. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh *Financial Well-Being* berpengaruh terhadap *Financial Management Behavior* pada *Gen Z* di Kota Padang.
- f. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh *Financial Literacy* berpengaruh terhadap *Financial Management Behavior* pada *Gen Z* di Kota Padang.
- g. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh *Locus Of Control* berpengaruh terhadap *Financial Management Behavior* pada *Gen Z* di Kota Padang.
- h. Untuk menganalisis dan menguji peran *Financial Management Behavior* sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara *Financial*

Well-Being terhadap Penggunaan Paylater pada *Gen Z* di Kota Padang.

- i. Untuk menganalisis dan menguji peran *Financial Management Behavior* sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara *Financial Literacy* terhadap Penggunaan Paylater pada *Gen Z* di Kota Padang.
- j. Untuk menganalisis dan menguji peran *Financial Management Behavior* sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara *Locus of Control* terhadap Penggunaan Paylater pada *Gen Z* di Kota Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

- a. Manfaat *teoritis*: studi ini menambah sumber-sumber informasi dalam area keuangan perilaku (*behavioral finance*) dengan mengintegrasikan konstruk *financial well-being*, *financial literacy*, dan *locus of control* dalam menganalisis fenomena penggunaan *paylater*.
- b. Manfaat *praktis* : penelitian ini memberikan signifikan bagi generasi *Z* sebagai penggunaan layanan *paylater* dengan meningkatkan kesadaran tentang pentingnya pengelolaan keuangan yang bertanggung jawab dan pengambilan keputusan finansial yang rasional. Bagi penyedia layanan *fintech*, hasil penelitian dapat menjadi dasar pertimbangan dalam menyusun strategi edukasi produk, pengembangan fitur yang lebih protektif, dan perancangan program *financial literacy* yang tepat sasaran. Bagi regulator dan pembuat kebijakan, temuan penelitian dapat dijadikan acuan dalam menyusun regulasi yang melindungi konsumen muda tanpa menghambat inovasi industri, serta dalam merumuskan kebijakan edukasi keuangan yang efektif bagi generasi digital.