

BAB V

PENUTUP

5.1 KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Financial Well Being*, *Financial Literacy*, dan *Locus of Control* terhadap Penggunaan *PayLater* dengan *Financial Management Behavior* sebagai variabel mediasi pada Generasi Z di Kota Padang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada responden Generasi Z pengguna *PayLater* di Kota Padang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan SmartPLS melalui pengujian validitas, reliabilitas, evaluasi model struktural (*inner model*), serta pengujian hipotesis. Berdasarkan hasil pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan *financial well-being* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap penggunaan *PayLater* pada Generasi Z di Kota Padang, yang menunjukkan bahwa individu dengan kondisi keuangan yang lebih stabil dan rasa aman finansial yang lebih tinggi cenderung tidak bergantung pada fasilitas kredit digital dalam memenuhi kebutuhan konsumsi. Sementara itu, *financial literacy* berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap penggunaan *PayLater*, yang mengindikasikan bahwa pengetahuan keuangan yang dimiliki individu belum cukup kuat untuk secara langsung memengaruhi keputusan penggunaan *PayLater* secara terkendali. Berbeda dengan kedua variabel tersebut, *locus of control* justru berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *PayLater*, yang menunjukkan bahwa keyakinan individu terhadap kemampuan mengendalikan keputusan keuangannya dapat meningkatkan kecenderungan penggunaan *PayLater*, terutama ketika individu merasa mampu mengelola risiko dan kewajiban pembayaran yang timbul.

Selanjutnya, hasil penelitian menunjukkan bahwa *financial management behavior* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap penggunaan *PayLater*, yang menandakan bahwa semakin baik perilaku pengelolaan keuangan individu, maka semakin rendah kecenderungan mereka menggunakan *PayLater* secara berlebihan. Selain itu, *financial well-being* dan *locus of control* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial management behavior*, yang mengindikasikan bahwa kondisi keuangan yang stabil serta keyakinan terhadap kendali diri mendorong terbentuknya perilaku pengelolaan keuangan yang lebih terencana, disiplin, dan bertanggung jawab. Namun demikian, *financial literacy* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap *financial management behavior*, yang menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan belum sepenuhnya terinternalisasi dalam perilaku pengelolaan keuangan sehari-hari.

Lebih lanjut, hasil uji mediasi menunjukkan bahwa *financial management behavior* tidak mampu memediasi secara signifikan hubungan antara *financial well-being*, *financial literacy*, maupun *locus of control* terhadap penggunaan *PayLater*. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun beberapa faktor keuangan dan psikologis berpengaruh secara langsung terhadap perilaku penggunaan *PayLater* maupun perilaku pengelolaan keuangan, *financial management behavior* belum berperan sebagai mekanisme perantara yang efektif dalam menekan penggunaan *PayLater* pada Gen Z di Kota Padang. Dengan demikian, keputusan penggunaan *PayLater* pada kelompok ini cenderung dipengaruhi secara langsung oleh kondisi keuangan, keyakinan psikologis, serta karakteristik layanan kredit digital itu sendiri, bukan melalui jalur perilaku pengelolaan keuangan secara tidak langsung.

5.2 IMPLIKASI PENELITIAN

Penelitian yang telah dilakukan menghasilkan temuan yang dapat dimanfaatkan oleh berbagai pihak. Manfaat tersebut dapat berguna baik itu dari sisi teoritis ataupun praktis, sebagai berikut :

5.2.1 Implikasi Teoritis

Penelitian ini memperkuat sekaligus memberikan perspektif baru pada *Theory of Planned Behavior* (TPB) dan teori *Locus of Control*. Temuan bahwa *Locus of Control* dan *Financial Management Behavior* berpengaruh positif terhadap penggunaan Paylater mengindikasikan adanya pergeseran paradigma pada Generasi Z. Secara teoritis, kontrol diri dan manajemen yang baik biasanya menjadi penghambat utang, namun pada era digital, variabel-variabel ini justru menjadi pendorong penggunaan alat kredit karena adanya faktor efikasi diri dan efisiensi. Hal ini menunjukkan bahwa teori keuangan klasik perlu mempertimbangkan variabel "kenyamanan teknologi" dan "kepercayaan diri digital" dalam menjelaskan perilaku konsumsi modern.

Kesenjangan Pengetahuan dan Tindakan (*Knowledge-Action Gap*), ketidaksignifikanan pengaruh *Financial Literacy* terhadap perilaku manajemen maupun penggunaan *Paylater* memberikan kontribusi teoritis bahwa pengetahuan finansial secara kognitif tidak serta merta bertransformasi menjadi tindakan nyata. Hal ini mendukung teori bahwa faktor psikologis (seperti rasa sejahtera dan kendali diri) memiliki kekuatan prediktif yang lebih besar daripada sekadar pemahaman matematis atau teoritis mengenai keuangan.

5.2.2 Implikasi Praktis

Bagi Generasi Z di Kota Padang, hasil penelitian ini menjadi pengingat bagi mahasiswa dan kaum muda untuk mewaspadaai fenomena "*Overconfidence Bias*". Tingginya pengaruh *Locus of Control* internal menunjukkan bahwa Gen Z merasa sangat mampu mengendalikan utang mereka. Implikasi nyatanya adalah mereka harus tetap memiliki batasan objektif agar rasa percaya diri tersebut tidak menjebak mereka dalam tumpukan cicilan yang melampaui kemampuan bayar riil di masa depan.

Financial Management Behavior yang baik (FMB) harus difokuskan pada investasi masa depan, bukan hanya sekadar mengoptimalkan utang untuk konsumsi jangka pendek.

Bagi Perusahaan Fintech dan E-Commerce, penelitian bahwa pengguna Paylater justru berasal dari kalangan yang merasa sejahtera (FWB) dan memiliki manajemen keuangan yang baik memberikan peluang bagi perusahaan fintech. Perusahaan dapat menggeser strategi pemasaran dari "solusi dana darurat" menjadi "instrumen cerdas pengelola arus kas". Implikasi nyatanya adalah penyedia layanan dapat mengembangkan fitur yang membantu pengguna melacak efisiensi penggunaan Paylater mereka, yang pada gilirannya akan menciptakan ekosistem kredit yang lebih sehat dengan risiko kredit macet (NPL) yang lebih rendah.

Bagi Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Lembaga Pendidikan, karena *Financial Literacy* terbukti tidak signifikan dalam mengubah perilaku, maka program edukasi keuangan di Kota Padang perlu direformasi. Pemerintah tidak bisa lagi hanya memberikan sosialisasi mengenai "apa itu bunga" atau "cara menghitung denda". Implikasinya, diperlukan program edukasi berbasis intervensi perilaku (behavioral intervention), seperti simulasi pengelolaan utang digital dan kampanye mengenai bahaya gaya hidup konsumtif yang dibiayai utang, untuk menyoroti sisi psikologis Gen Z.

Bagi Lingkungan Keluarga, penelitian ini menunjukkan bahwa kondisi *Financial Well-being* (kesejahteraan) yang dirasakan anak muda justru memicu keberanian mereka untuk menggunakan fitur Paylater. Implikasi nyatanya, orang tua perlu memberikan pemahaman bahwa *Financial Well-being* saat ini (yang mungkin masih didukung orang tua) bukanlah jaminan keamanan untuk mengambil beban utang di masa depan, sehingga pengawasan terhadap pola konsumsi digital anak tetap menjadi hal yang krusial.

5.3 KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan:

- 1) Ruang lingkup geografis penelitian terbatas pada Generasi Z di Kota Padang, sehingga hasil penelitian ini belum tentu sepenuhnya mewakili perilaku penggunaan *PayLater* pada Generasi Z di daerah lain atau dalam skala nasional yang memiliki karakteristik sosial dan ekonomi yang berbeda.
- 2) Penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel independen, yaitu *Financial Well-Being*, *Financial Literacy*, dan *Locus of Control*, dengan *Financial Management Behavior* sebagai variabel mediasi. Sementara itu, penggunaan *PayLater* juga berpotensi dipengaruhi oleh faktor lain seperti persepsi kemudahan, promosi, pengaruh media sosial, gaya hidup, serta karakteristik produk *PayLater* yang tidak dikaji dalam penelitian ini.
- 3) Pendekatan penelitian yang digunakan bersifat kuantitatif, sehingga belum mampu menggali secara mendalam aspek psikologis, motivasi personal, dan pengalaman subjektif responden dalam menggunakan *PayLater*. Pendekatan kualitatif seperti wawancara mendalam atau studi kasus berpotensi memberikan pemahaman yang lebih komprehensif terkait perilaku penggunaan *PayLater* pada Generasi Z.

5.4 SARAN

Berdasarkan keterbatasan penelitian, maka terdapat beberapa saran yang bisa diberikan untuk penelitian selanjutnya, yaitu:

1. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas ruang lingkup geografis penelitian sehingga hasil yang diperoleh dapat lebih mewakili perilaku penggunaan *PayLater* pada Generasi Z secara lebih luas.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel independen lain seperti persepsi kemudahan penggunaan, pengaruh media sosial, promosi, gaya hidup, tekanan sosial, serta karakteristik produk *PayLater*

yang diyakini dapat memengaruhi perilaku penggunaan *PayLater* secara signifikan.

3. Penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan pendekatan lain seperti mixed-method, dengan mengombinasikan metode kuantitatif dan kualitatif, guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif terkait perilaku penggunaan *PayLater*, khususnya dalam menggali aspek psikologis, sosial, dan emosional yang belum dapat diukur secara statistik.

