

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

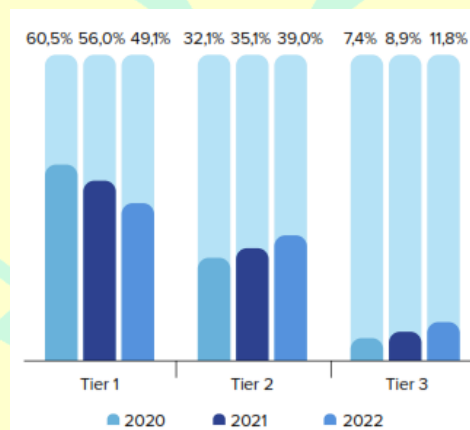
Perkembangan teknologi telah memengaruhi berbagai aspek kehidupan, salah satunya aspek ekonomi. Terjadi perubahan perilaku konsumsi masyarakat, yang tadinya transaksi belanja dilakukan secara luring kini berubah menjadi transaksi daring. Teknologi yang mutakhir membuat transaksi belanja menjadi lebih mudah. Penerapan teknologi dalam bidang keuangan seperti *e-commerce* dan *fintech* kini telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat.

Menurut Bank Indonesia (2017), *financial technology (fintech)* atau teknologi finansial didefinisikan sebagai penggunaan teknologi dalam sistem keuangan yang menghasilkan produk, layanan, teknologi, model bisnis, dan keandalan sistem pembayaran baru, yang dapat memengaruhi stabilitas moneter, stabilitas sistem keuangan, dan efisiensi serta keamanan dalam sistem pembayaran. *Fintech* secara luas mengacu pada penggunaan teknologi untuk menyediakan solusi keuangan bagi masyarakat, sedangkan secara khusus diartikan sebagai aplikasi teknologi digital untuk masalah intermediasi keuangan (Qatrunnada & Marzuki, 2019). Dalam pengertian yang lebih luas, *fintech* mencakup industri perusahaan yang menggunakan teknologi untuk meningkatkan efisiensi sistem dan layanan keuangan. Dari beberapa definisi di atas, *fintech* secara singkat dapat diartikan sebagai perusahaan yang melakukan pembaharuan di bidang jasa keuangan dengan sentuhan teknologi modern untuk memudahkan masyarakat.

Electronic Commerce (e-commerce), juga dikenal sebagai *online shopping*, merupakan jenis bisnis yang melibatkan penjualan, pembelian, pemesanan, pembayaran, serta promosi barang dan jasa tertentu yang dilakukan dengan menggunakan komputer dan alat komunikasi elektronik digital atau telekomunikasi data (Helmalia & Afrinawati, 2018). *E-commerce* mencakup semua jenis transaksi komersial bidang jasa dalam format elektronik. Mengutip informasi dari situs web resmi Otoritas Jasa Keuangan (OJK), *e-commerce* dan *fintech* bekerja sama, di

mana *e-commerce* berfungsi sebagai platform jual beli, dan *fintech* membantu proses jual beli menjadi lebih umum.

Industri *e-commerce* yang menjadi penyokong ekonomi digital Indonesia terus berkembang pesat dengan pertumbuhan rata-rata sebesar 48 persen per tahun. Pada tahun 2023, pengguna *e-commerce* di Indonesia telah mencapai 178,9 juta orang atau 65 persen dari populasi penduduk sehingga menjadikan Indonesia negara dengan konsumsi digital tertinggi di Asia Tenggara (We Are Social & Meltwater, 2023). Menurut Bank Indonesia (2023), transaksi *e-commerce* telah mencapai Rp476,3 triliun pada tahun 2022 dari Rp106 triliun pada tahun 2018. Data dari Kredivo dan Katadata *Insight Center* menunjukkan nilai transaksi *e-commerce* didominasi oleh kota-kota tier 1 seperti DKI Jakarta, Tangerang, Bekasi, Bogor, dan Bandung, dengan konsumen terbanyak berasal dari Jawa Barat (35,4 persen), DKI Jakarta (19,8 persen), dan Banten (12 persen). *E-commerce* memiliki prospek yang sangat besar karena dapat mengakomodir keinginan konsumen untuk mengakses semua produk dan layanan dalam satu tempat. Dengan meningkatnya popularitas *e-commerce*, berbagai pusat transaksi ekonomi secara daring menawarkan banyak opsi layanan keuangan (Novendra & Aulianisa, 2020).

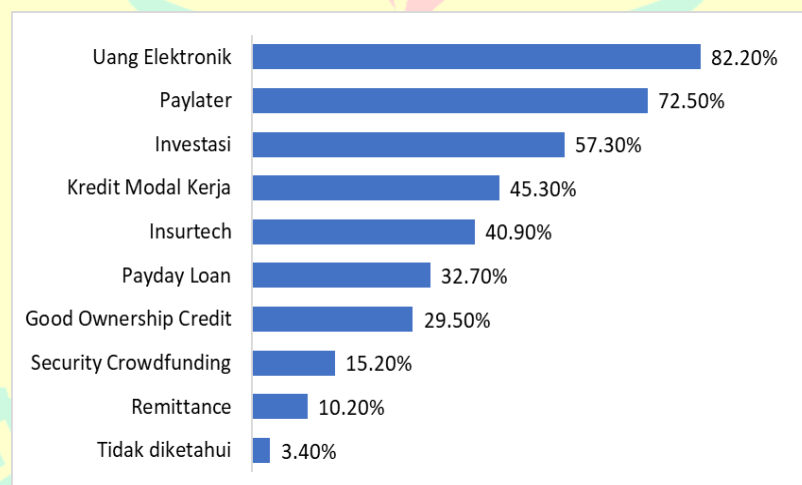


Gambar 1.1 Jumlah Konsumen Berdasarkan Tier Kota/Kabupaten

Sumber: katadata.co.id (2022)

Pembayaran kredit digital tanpa kartu atau yang lebih dikenal dengan istilah *paylater* merupakan satu fitur integrasi layanan keuangan yang banyak digunakan oleh pelanggan *e-commerce*. Kegunaannya menyerupai kartu kredit yang memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi sekarang dan melakukan

pembayaran secara berkala dengan batas dan tenggat waktu tertentu. *Paylater* menjadi tren populer di Indonesia karena memberikan lebih banyak fleksibilitas, kemudahan, dan kecepatan bagi konsumen. Hal ini dibuktikan dengan berhasilnya *paylater* menduduki peringkat kedua produk *fintech* yang paling banyak digunakan di Indonesia berdasarkan laporan ekosistem *paylater* Indonesia 2021 oleh *DSInnovate*. Hasil survei ini juga menyebutkan bahwa *paylater* yang paling banyak digunakan oleh pelanggan yaitu Shopee *Paylater* dengan persentase sebanyak 78,4 persen, Gopaylater dengan 33,8 persen, Kredivo dengan 23,3 persen, Akulaku sebesar 20,4 persen, Traveloka *Paylater* sebesar 8,6 persen, Indodana sebesar 3,3 persen, Home Credit 2,8 persen, dan sisanya 0,4 persen menggunakan produk lain (*Daily Social Innovate, 2021*).



Gambar 1.2 Produk *Fintech* yang Paling Banyak Digunakan di Indonesia

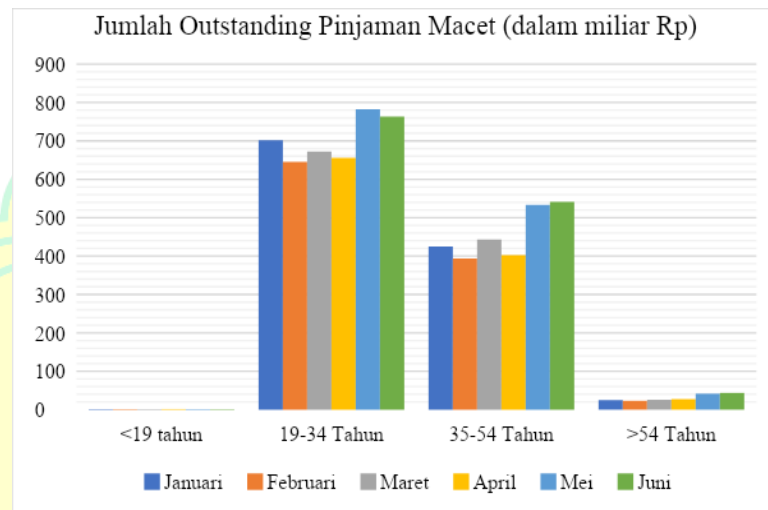
Sumber: *DSInnovate* (2021)

Bagi orang-orang dengan anggaran terbatas, skema pembayaran *paylater* menjadi pilihan yang menarik. Dibandingkan dengan kartu kredit yang membutuhkan riwayat keuangan yang baik, *paylater* lebih mudah diakses oleh demografi yang belum pernah memiliki kredit sebelumnya. Pada tahun 2023, persentase pengguna layanan *paylater e-commerce* meningkat signifikan dari 28,2 persen menjadi 45,9 persen menurut laporan perilaku konsumen *e-commerce* Indonesia. Survei yang dilakukan pada 9.239 responden ini, menunjukkan bahwa 60,9 persen responden pengguna *paylater* mengatakan bahwa *paylater* merupakan

kredit pertama mereka. Sebaliknya, 28,1 persen responden yang mengatakan bahwa mereka telah menggunakan kartu kredit sebelumnya (Kredivo & Katadata *Insights Center*, 2023). Dengan kata lain, *paylater* membantu orang-orang dengan akses keuangan terbatas untuk mengenal dan menjadi lebih percaya pada produk keuangan digital. Selain itu, frekuensi penggunaan *paylater* juga mengalami peningkatan. Hal ini tergambar dari peningkatan persentase konsumen yang menggunakan *paylater* lebih dari sekali dalam sebulan dari 27 persen pada tahun 2022 menjadi 39,9 persen pada tahun 2023. Proporsi kelompok konsumen yang telah menggunakan *paylater* sebagai metode pembayaran lebih dari satu tahun juga meningkat dari 55,9 persen menjadi 78,6 persen, sedangkan pengguna kurang dari tiga bulan menurun dibandingkan tahun sebelumnya. Konsumen menggunakan *paylater* dengan mayoritas untuk membeli barang secara *online*, membayar tagihan bulanan, dan membeli pulsa serta paket data internet. Kategori barang yang paling banyak dibeli yaitu produk *fashion*, perlengkapan rumah tangga, dan perawatan tubuh dan kecantikan.

Meningkatnya jumlah pelanggan dan frekuensi penggunaan *paylater* di Indonesia menunjukkan pergeseran gaya hidup masyarakat menjadi lebih konsumtif. Hal ini dibuktikan dengan survei oleh Kredivo dan Katadata *Insights Center*, 2023 yang menyatakan bahwa, kini konsumen sudah tidak menggunakan *paylater* untuk kebutuhan mendesak melainkan sebagai metode pembayaran rutin untuk belanja kebutuhan bulanan dengan cicilan tenor kurang dari satu tahun. Proporsi pengguna *paylater* yang belanja sebesar Rp500.000 atau lebih juga cenderung meningkat. Di sisi lain, proporsi konsumen yang memilih tenor tiga bulan ke bawah cenderung menurun. Hal ini berpotensi menyebabkan kredit macet karena semakin lama tenor pembayaran, akan semakin besar pula total bunga yang harus dibayarkan, sehingga pengguna kesulitan untuk membayar tagihan *paylater*. Data *fintech lending* OJK periode Januari sampai dengan Juni tahun 2023 menunjukkan bahwa pinjaman macet meningkat setiap bulannya dan didominasi oleh kelompok umur 19 sampai dengan 34 tahun yang merupakan generasi Z dan milenial. Pinjaman macet juga paling banyak dilakukan oleh kelompok usia ini

dengan jumlah rekening penerima pinjaman aktif mencapai 343.683 akun dengan total *outstanding* sebesar Rp763 miliar per Juni 2023 (OJK, 2023).



Gambar 1. 3 Jumlah *Outstanding* Pinjaman Macet *Fintech Lending* (dalam miliar Rupiah) berdasarkan Kelompok Umur

Sumber: OJK (2023)

Beberapa riset menunjukkan bahwa generasi Z dan milenial kesulitan dalam memenuhi kebutuhan finansial mereka. Salah satunya berasal dari survei yang dilakukan oleh Deloitte (2023) menemukan bahwa hampir setengah dari Gen Z (46 persen) dan milenial (47 persen) di dunia menghabiskan gaji mereka untuk pengeluaran bulanan sehingga mereka khawatir tidak dapat menutupi pengeluaran tersebut. Lebih dari seperempat Gen Z (26 persen) dan milenial (31 persen) di dunia tidak yakin dapat pensiun dengan nyaman dan tidak merasa aman secara finansial.

Kepuasan keuangan atau *financial satisfaction* merupakan penilaian kepuasan individu atas kondisi keuangan pribadinya. Puas secara finansial berarti bebas dari rasa khawatir dan dalam keadaan keuangan yang sehat (Antony & Thomas, 2023). Kepuasan keuangan diperoleh dari suatu bentuk perilaku seseorang yang dikaitkan dengan bagaimana orang tersebut mengelola pendapatannya untuk memenuhi kebutuhan finansialnya (Arifin, 2018a). Dapat disimpulkan bahwa generasi Z dan milenial tidak merasa puas dengan kondisi keuangannya. Mengacu pada beberapa penelitian mengenai *financial satisfaction* terdapat beberapa faktor yang kerap

dipertimbangkan sehingga dapat memengaruhi kepuasan keuangan, yaitu pengetahuan keuangan, *financial self-efficacy*, dan perilaku pengelolaan keuangan.

Perilaku pengelolaan keuangan menjadi faktor pertama yang memengaruhi kepuasan keuangan. Penelitian oleh Nabila et al. (2023) dengan subjek generasi Z di Kota Bandung, Jawa Barat diperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh signifikan dengan arah positif antara perilaku pengelolaan keuangan terhadap kepuasan keuangan. Beberapa penelitian mengenai kepuasan keuangan pekerja, juga mendukung pernyataan tersebut (Ali et al., 2015; Arifin, 2018b; Darmawan & Pamungkas, 2019; Lim & Pamungkas, 2023; O. Wijaya & Pamungkas, 2020). Namun, pendapat tersebut bertentangan dengan penelitian oleh Kirbiš et al. (2017), Rusdini (2021), dan Sherlyani & Pamungkas (2020) yang membuktikan bahwa perilaku pengelolaan keuangan tidak memengaruhi kepuasan keuangan. Perilaku pengelolaan keuangan juga dipengaruhi oleh pengetahuan keuangan dan *financial self-efficacy* (Asandimitra & Kautsar, 2020; Bari et al., 2020; Nisa & Haryono, 2022; Rizkiawati & Asandimitra, 2018).

Financial knowledge atau pengetahuan keuangan menjadi faktor kedua yang dapat menentukan kepuasan keuangan. Berdasarkan Survei Literasi Keuangan Internasional oleh OECD (2020), ditemukan bahwa Indonesia memiliki nilai pengetahuan di bawah rata-rata yaitu sebesar 3,7 dibandingkan dengan nilai rata-rata dunia sebesar 4,4. Hal ini menunjukkan bahwa level pengetahuan keuangan masyarakat Indonesia masih rendah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan finansial berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan finansial, yang artinya peningkatan pengetahuan keuangan sejalan dengan kenaikan kepuasan keuangan (Darmawan & Pamungkas, 2019; Halim & Astuti, 2015; Normawati et al., 2022; Renaldo et al., 2020). Sementara itu, penelitian oleh Panjaitan et al. (2022) membuktikan adanya pengaruh tidak langsung antara pengetahuan keuangan terhadap kepuasan keuangan melalui perilaku pengelolaan keuangan. Penelitian oleh Hira & Mugenda (1998) menemukan bahwa hubungan terdapat pengaruh negatif signifikan antara pengetahuan finansial terhadap kepuasan finansial. Hal ini karena individu yang lebih berpengetahuan tidak puas dengan status keuangan mereka saat ini. Selain itu, terdapat beberapa penelitian menyatakan pengetahuan

keuangan tidak berpengaruh terhadap kepuasan keuangan (Mukhafi, 2020; Owusu, 2023; Pratiwi, 2019; Sulistio & Wiyanto, 2021; Yap et al., 2018).

Financial self-efficacy merupakan faktor ketiga yang memengaruhi *financial satisfaction*. Dengan adanya efikasi keuangan yang mampu meningkatkan cara mengelola uang dengan tepat dan benar maka dapat menimbulkan peluang untuk memicu kepuasan keuangan. Menurut penelitian oleh Dare et al. (2023) pada warga Britania Raya menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara *financial self-efficacy* dengan kepuasan keuangan, yang didukung oleh penelitian Asebedo dan Payne (2019), Pratiwi (2019) dan Renaldo et al. (2020). Penelitian oleh Wijaya dan Widjaja (2021) pada penduduk DKI Jakarta yang sudah memiliki penghasilan menyimpulkan bahwa efikasi diri berhubungan positif signifikan terhadap kepuasan keuangan melalui perilaku pengelolaan keuangan sebagai variabel intervening. Tidak sejalan dengan hasil tersebut, ditemukan bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara efikasi diri finansial dengan kepuasan finansial pada mahasiswa (Hadiah & Aisyah, 2022).

Pemaparan latar belakang di atas menunjukkan bahwa terdapat inkonsistensi dari hasil penelitian terdahulu. Selain itu, terbatasnya penelitian yang membahas pengaruh tidak langsung dari pengetahuan keuangan dan *financial self-efficacy* terhadap kepuasan keuangan dengan perilaku pengelolaan keuangan sebagai variabel mediasi khususnya pada generasi Z dan milenial pengguna layanan *paylater* di Jabodetabek. Dengan ini, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Determinan Kepuasan Keuangan: Studi Pada Pengguna *Paylater* di Jabodetabek”.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berikut ini merupakan pertanyaan penelitian berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya:

1. Apakah perilaku pengelolaan keuangan dapat memengaruhi kepuasan keuangan?
2. Apakah pengetahuan keuangan dapat memengaruhi kepuasan keuangan pengguna?

3. Apakah *financial self-efficacy* dapat memengaruhi kepuasan keuangan pengguna?
4. Apakah pengetahuan keuangan dapat memengaruhi perilaku pengelolaan keuangan?
5. Apakah *financial self-efficacy* dapat memengaruhi perilaku pengelolaan keuangan?
6. Apakah perilaku pengelolaan keuangan memediasi pengaruh pengetahuan keuangan terhadap kepuasan keuangan pada pengguna layanan *Paylater*?
7. Apakah perilaku pengelolaan keuangan memediasi pengaruh *financial self-efficacy* terhadap kepuasan keuangan pada pengguna layanan *Paylater*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berikut ini tujuan penelitian yang diharapkan berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah dicantumkan di atas:

1. Menganalisis pengaruh perilaku pengelolaan keuangan terhadap kepuasan keuangan.
2. Menganalisis pengaruh pengetahuan keuangan terhadap kepuasan keuangan.
3. Menganalisis pengaruh *financial self-efficacy* terhadap kepuasan keuangan.
4. Menganalisis pengaruh pengetahuan keuangan terhadap perilaku pengelolaan keuangan.
5. Menganalisis pengaruh *financial self-efficacy* terhadap perilaku pengelolaan keuangan.
6. Menganalisis pengaruh pengetahuan keuangan terhadap kepuasan keuangan yang dimediasi oleh perilaku pengelolaan keuangan pengguna layanan *Paylater*.
7. Menganalisis pengaruh *financial self-efficacy* terhadap kepuasan keuangan yang dimediasi oleh perilaku pengelolaan keuangan pengguna layanan *Paylater*.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat yang dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penulis berharap hasil penelitian ini dapat menambah literatur dan diskusi tentang faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan keuangan pengguna layanan *Paylater*.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi masyarakat pengguna layanan *Paylater* agar lebih bijak dalam menggunakan fitur ini dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Selain itu, penelitian ini dapat memberikan rekomendasi bagi pemerintah dalam pengaturan regulasi terkait dengan layanan *Paylater*.

