

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pada tahun 2020 media, teknologi dan informasi mengalami perkembangan yang amat pesat. Pandemi Covid 19 yang terjadi hampir di sepanjang tahun 2020 menjadikan berbagai kegiatan beralih ke ranah online , sehingga meningkatkan kebutuhan akan internet cepat. Perkembangan ini membawa pengaruh cara dan pola kegiatan bisnis di industri perdagangan, pemerintah sosial dan politik. Adanya teknologi informasi dapat membantu masyarakat untuk mengakses sesuatu dalam keadaan dan situasi apapun. Pada era revolusi industri 4.0, teknologi sudah menjadi kebutuhan penting bagi manusia sehingga sebagian besar dari aktivitas manusia tidak terlepas dari penggunaan teknologi.

Teknologi merupakan alat yang mempermudah manusia dalam memanfaatkan sumber daya yang diperlukan. Berbagai inovasi baru bermunculan di bidang teknologi digital mulai dari perangkat keras, perangkat lunak hingga perangkat pendukung lainnya. Perkembangan teknologi digital dibuktikan dengan penggunaan gadget dan internet yang didukung oleh berbagai aplikasi canggih.

Menurut hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengumumkan jumlah pengguna internet Indonesia tahun 2024 mencapai

221.563.479 jiwa dari total populasi 278.696.200 jiwa penduduk Indonesia tahun 2023. Dari hasil survei penetrasi internet Indonesia 2024 yang dirilis APJII, maka tingkat penetrasi internet Indonesia menyentuh angka 79,5%. Dibandingkan dengan periode sebelumnya, maka ada peningkatan 1,4%. Terhitung sejak 2018, penetrasi internet Indonesia mencapai 64,8%. Kemudian secara berurutan, 73,7% di 2020, 77,01% di 2022, dan 78,19% di 2023. Berdasarkan dari segi umur, orang yang berselancar di dunia maya ini mayoritas adalah Gen Z (kelahiran 1997-2012) sebanyak 34,40%. Lalu, berusia generasi milenial (kelahiran 1981-1996) sebanyak 30,62%. Seiring berjalannya waktu, perkembangan teknologi ini pun membawa perubahan terhadap gaya hidup masyarakat. Kehidupan masyarakat menjadi sangat dekat dengan gadget ditambah dengan internet yang didukung dengan fasilitas pelayanan berbasis teknologi digital. Penggunaan gadget yang dilengkapi dengan fasilitas-fasilitas tersebut membuat aktivitas sehari-hari mereka menjadi lebih terbantu dan menjadi lebih mudah (Wildan, 2019).

Perkembangan teknologi digital merambah sampai pada dunia bisnis. Dalam kegiatan bertransaksi, penerapan teknologi dalam layanan keuangan sangat membantu dalam melakukan interaksi.[1] Saat ini, fenomena inovasi pada industri jasa keuangan merubah pandangan industri secara global. Sistem pembayaran yang semula hanya uang tunai hingga saat ini sudah tersedia secara digital. Metode pembayaran yang disediakan oleh e-commerce mayoritas adalah pembayaran secara digital seperti transfer intra bank, virtual account, kartu kredit online, kartu debit online, e-wallet, dll. Namun pembayaran secara tunai juga tetap dapat dijadikan opsi pilihan. Beberapa e-commerce menyediakan pembayaran secara

tunai menggunakan sistem Cash On Delivery (COD) dimana pengguna dapat membayar belanjaan secara tunai kepada kurir saat barang diantar. Beberapa tahun belakangan ini, tepatnya sejak tahun 2018, terdapat sebuah metode pembayaran baru yang diperkenalkan pada masyarakat, yaitu penerapan sistem bayar nanti/paylater. Penerapan paylater, yaitu konsumen dapat membeli produk yang diinginkan tanpa melakukan pembayaran terlebih dahulu, di mana pembayaran dapat dilakukan dengan cara mencicil dan membayar lunas pada saat jatuh tempo pinjaman yang sudah ditentukan. Di Indonesia saat ini, pembayaran dengan menggunakan fitur Paylater disediakan oleh beberapa aplikasi e-commerce dan travel agent online diantaranya Gojek, Traveloka, Tiket, Tokopedia, Akulaku dan Shopee.[2]

Transaksi e-commerce bukanlah suatu hal yang baru atau asing bagi masyarakat. Berkembangnya bisnis e-commerce di Indonesia telah merubah beberapa perilaku konsumen salah satunya adalah kebiasaan berbelanja di pusat perbelanjaan atau toko sekarang beralih dengan menggunakan medi online (Mulyana,2020). Perkembangan e-commerce di Indonesia sangatlah pesat, bahkan persaingan antar e-commerce ini sangatlah ketat. Ketatnya persaingan antar perusahaan e-commerce membuat perusahaan e-commerce harus menerapkan strategi yang dapat menarik konsumen. Salah satunya dengan menerapkan sistem paylater sebagai salah satu alat pembayaran yang dapat digunakan konsumen dalam bertransaksi. Contoh perusahaan e-commerce yang menerapkan sistem ini adalah Shopee.

Shopee merupakan platform online atau aplikasi pertama di Asia Tenggara

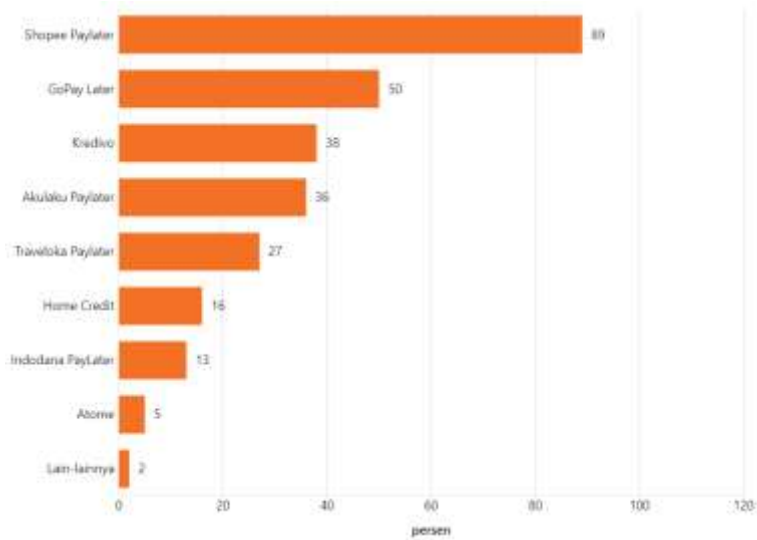
(Indonesia, Singapura, Thailand, Filipina, Malaysia, Vietnam dan Taiwan) yang menawarkan transaksi jual beli online dan terpercaya via ponsel. Banyak fitur yang ditawarkan, seperti gratis ongkir, cashback dan lain-lain. Selain itu, konsumen bisa mendapatkan update terbaru dari akun Shopee penjual yang diikuti oleh akun Shopee konsumen. Selain itu, konsumen dapat menambahkan daftar favorit konsumen yang terdiri dari berbagai macam produk, seperti produk fashion, elektronik, alat kecatikan dan produk aksesoris lainnya. Shopee menghadirkan fitur paylater pada aplikasinya yang dikenal dengan SPaylater. Fitur SPaylater ini diluncurkan pada awal tahun 2019 sebagai salah satu jenis metode pembayaran terbaru dalam melakukan transaksi belanja. SPaylater ini hanya dapat digunakan oleh pengguna Shopee terpilih, di mana mereka dapat membeli sebuah produk yang pembayarannya dapat dilakukan melalui cicilan sesuai dengan periode pembayaran yang mereka pilih. Untuk layanan SPaylater ini, Shopee bekerjasama dengan perusahaan peer-to-peer (P2P) lending PT Lentera Dana Nusantara (LDN). SPaylater menjadi solusi keuangan tanpa jaminan dan kartu kredit bagi pengguna aplikasi Shopee (PT LDN, 2021). SPaylater paling banyak digunakan di Indonesia dengan hasil riset Shopee Paylater (89%) menjadi Top of Mind responden, disusul dengan GoPay Later (50%), Kredivo Paylater (38%), Akulaku Paylater (36%), Traveloka PayLater (27%), Home Credit (16%), Indodana (13%), dan Atome (5%) (Finansial.bisnis.com, 2023).



**Gambar 1.1 : Perbandingan E-commerce di Indonesia Tahun 2023**

*Sumber* : [www.goodstats.id](http://www.goodstats.id)

Berdasarkan gambar 1.1 diatas, menunjukkan bahwa Shopee menduduki peringkat pertama sebagai layanan yang paling sering digunakan oleh masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa Shopee menjadi e-commerce terpopuler yang digunakan saat ini.



**Gambar 1.2 : Layanan Paylater Paling Sering Digunakan pada Tahun 2023**

*Sumber : Databoks, 2023*

Penggunaan SPaylater dapat dipengaruhi oleh literasi keuangan. Literasi keuangan adalah kemampuan membaca, menganalisis, mengelola, dan mengomunikasikan tentang kondisi keuangan pribadi yang mempengaruhi kesejahteraan materi. Seseorang yang mempunyai pemahaman mengenai literasi keuangan maka dapat menjadikan seseorang tersebut menjadi lebih cermat dalam mengelola keuangan serta mampu menyesuaikan pembelian melalui barang dan jasa yang mereka akan beli (Manik & Bukhori, 2019). Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menyebutkan indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia sebesar 49,68%. Nilai tersebut meningkat dibanding 2019 yang tercatat di level 38,03%. Indeks ini menunjukkan bahwa dari setiap 100 jiwa penduduk Indonesia, ada sekitar 49 orang yang memiliki pemahaman tentang lembaga keuangan dan produk jasa keuangan dengan baik. Adapun indeks inklusi keuangan tercatat di angka 85,10%, naik dibandingkan 2019 yang tercatat di level 76,19%. Hal itu

menunjukkan bahwa tingkat literasi Indonesia memiliki peningkatan dibandingkan tahun 2019.

Pemahaman tentang literasi keuangan memiliki keterkaitan erat dengan kemampuan mengelola uang, di mana letak pemahaman seseorang dengan cara mengelola finansial memiliki literasi yang lebih mumpuni maka juga akan berdampak pada kemampuannya mengatur keuangan. Kemampuan dalam mengatur finansial, di mana hal tersebut mencakup cara bagaimana merencanakan, mengelola, hingga pada pengawasan, memiliki peranan besar agar mendapatkan stabilitas keuangan. Pengelolaan melibatkan proses efisien dalam mengatur keuangan, sementara pengendalian melibatkan evaluasi apakah pengelolaan keuangan telah sesuai dengan rencana yang telah dibuat.

Literasi keuangan digolongkan menjadi empat aspek yang meliputi pengetahuan keuangan dasar (basic financial knowledge), simpan pinjam (saving and lending), keamanan (insurance), dan investasi (Chen dan Volp, 2020). Menurut MZ. Zahariyan pengetahuan keuangan dasar yang meliputi pengeluaran, pendapatan, aset, hutang, Likuiditas dan risiko. Pengetahuan dasar ini biasanya berkaitan dengan pengambilan keputusan dalam berinvestasi atau pembiayaan yang dapat mempengaruhi perilaku individu dalam mengelola uang yang dimiliki.

Selain literasi keuangan faktor yang dapat mempengaruhi perilaku keuangan adalah gaya hidup. Dimana hasil penelitian yang dilakukan oleh Regista, Fuad dan Dewi (2021) memperoleh hasil bahwa semakin tinggi gaya hidup

individu maka semakin tidak baik perilaku keuangannya.[3] Hal ini dikarenakan gaya hidup menimbulkan sifat konsumtif. Kosyu (2020) menyatakan bahwa sifat konsumtif dapat mengakibatkan seseorang berbelanja secara hedon tanpa memikirkan pendapatan yang diperoleh atau pengeluaran untuk berbelanja menjadi lebih besar daripada pendapatan, hal tersebut dapat memicu seseorang untuk berhutang hanya karena ingin memenuhi keinginan berbelanja. Permasalahan tersebut dapat mengakibatkan pengelolaan keuangan seseorang menjadi buruk. Meningkatnya tingkat belanja online dengan berbagai pilihan pembayaran terutama *paylater* yang telah disediakan, telah memunculkan pola gaya hidup serta perilaku konsumen yang baru dalam kebiasaan berbelanja online. . Dengan terdapatnya zaman yang modern dan serba up to date akan menjadikan kebutuhan gaya hidup seseorang menjadi hal yang utama (Jati, 2021, p. 111). Gaya hidup merupakan karakteristik hidup seseorang yang dapat diperlihatkan pada aktivitas, minat, serta opininya yang mencerminkan diri orang tersebut ketika berinteraksi pada lingkungan sekitarnya (Kotler, 2019). Berbelanja online yang semakin memudahkan konsumen dalam menjangkau produk dan menguntungkan. Generasi Z menjadi salah satu target yang sering menggunakan *SPaylater*.

Berdasarkan hasil dari observasi awal yang telah dilakukan oleh peneliti sebagai langkah awal dalam melakukan penelitian, dari 10 orang 8 orang menggunakan *SPaylater* untuk transaksi pembayaran, ada yang bayar bulan depan dan ada yang bayar dengan menggunakan cicilan 3x. Adapun produk yang sering dibeli sepatu, tas, rok, pakaian, jilbab, aksesoris hingga skincare. Adapun data



pengguna *shopee paylater* dari kalangan generasi Z, peneliti melakukan wawancara pada 5 orang sebagai sampel dalam observasi awal dan hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 1.1 Data Transaksi Shopee Generasi Z Kecamatan Magersari  
Kota Mojokerto**

| No  | Inisial | Transaksi Terakhir | Nilai Transaksi | Keterangan              |
|-----|---------|--------------------|-----------------|-------------------------|
| 1.  | FM      | 23 Maret 2024      | Rp 130.000      | Pakaian                 |
| 2.  | MR      | 13 Maret 2024      | Rp 90.000       | Pakaian, make up        |
| 3.  | GMS     | 5 April 2024       | Rp 170.000      | Pakaian, tas,<br>sepatu |
| 4.  | AS      | 23 April 2024      | Rp 30.000       | Seblak instan           |
| 5.  | DG      | 19 April 2024      | Rp 30.000       | Baso ikan, baso<br>aci  |
| 6.  | NDN     | 5 Mei 2024         | Rp 330.000      | Helm                    |
| 7.  | TK      | 16 April 2024      | Rp 75.000       | Facial wash             |
| 8.  | WM      | 9 Mei 2024         | Rp 110.000      | Mainan anak             |
| 9.  | NF      | 3 Mei 2024         | Rp 30.000       | Aksesoris hp            |
| 10. | DM      | 12 Mei 2024        | Rp 190.000      | Skincare                |

Berdasarkan tabel data diatas dapat diketahui bahwa banyak generasi Z yang menggunakan layanan Shopee. Data yang disajikan adalah data transaksksi terakhir dalam 3 bulan, sedangkan dalam 1 bulannya ada yang melakukan lebih dari 1 kali

dalam 1 bulan dengan nominal yang cukup besar. Adapun alasan mereka membeli barang di shopee seperti kebutuhan, keinginan hingga tertarik karena barang tersebut lucu atau sedang tren.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti, peneliti mengetahui bahwa banyak generasi Z yang menggunakan *SPaylater* dalam melakukan transaksi pembelian pada aplikasi Shopee. Jenis produk yang dibeli tidak semua merupakan kebutuhan pokok melainkan mereka mengikuti tren saat ini bahkan ada juga yang membeli barang karena lucu. Penggunaan *SPaylater* bisa dipengaruhi oleh gaya hidup generasi Z yang mengikuti tren tanpa mengukur kemampuannya. Literasi keuangan sangat penting bagi mereka, jika pengetahuan literasi keuangan mereka kurang, bisa merugikan orang itu sendiri. Oleh sebab itu penelitian ini dilakukan karena penulis tertarik untuk melakukan penelitian terkait apakah literasi keuangan dan gaya hidup berpengaruh terhadap penggunaan *SPaylater* pada Generasi Z di Kecamatan Magersari Kota Mojokerto. Penelitian ini menggunakan referensi dari penelitian terdahulu Erni Masdupi, Syintia Sabrina, Megawati (2019) dan Rahmatika Sari (2020). Penelitian ini merupakan penggabungan variable dari kedua penelitian tersebut dengan menambahkan variable gaya hidup. Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang diatas peneliti melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Penggunaan *SPaylater* Pada Generasi Z di Kecamatan Magersari Kota Mojokerto “**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah penelitian ini disusun sebagai berikut :

1. Apakah Literasi Keuangan berpengaruh terhadap Penggunaan *SPaylater*?
2. Apakah Gaya Hidup berpengaruh terhadap Penggunaan *SPaylater*?
3. Apakah Literasi Keuangan dan Gaya Hidup berpengaruh terhadap Penggunaan *SPaylater*?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh Literasi Keuangan terhadap Penggunaan *SPaylater*.
2. Untuk mengetahui pengaruh Gaya Hidup terhadap Penggunaan *SPaylater*.
3. Untuk mengetahui pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Penggunaan *SPaylater*.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat secara teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan informasi bermanfaat mengenai literasi keuangan, gaya hidup di kalangan generasi Z. Penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya yang meneliti literasi keuangan (pengetahuan keuangan) di kalangan generasi Z.

2. Manfaat secara praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi terkait peningkatan

literasi keuangan agar terhindar dari perilaku konsumtif. Bagi lembaga dapat memberikan masukan informati tentang penggunaan SPaylater, literasi keuangan dan gaya hidup. Bagi peneliti lanjutan, dapat digunakan sebagai tambahan referensi dan bahan untuk penelitian selanjutnya.

### **1.5 Hipotesis**

Berdasarkan variable yang terdapat pada penelitian ini, maka hipotesis yang terbentuk yaitu :

1. Hipotesis 0

Diduga tidak terdapat Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap penggunaan *SPaylater* pada generasi Z di Kecamatan Magersari Kota Mojokerto

2. Hipotesis 1

Diduga terdapat Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap penggunaan *SPaylater* pada generasi Z di Kecamatan Magersari Kota Mojokerto

### **1.6 Batasan Penelitian**

Bersumber pada pemaparan diatas, supaya penelitian mudah dipahami serta dimengerti maka perlu adanya pembatasan masalah, supaya kasus tidak melebar jauh maka telah ditentukan batasan masalah yaitu subjek dalam penelitian ini ialah generasi Z di Kecamatan Magersari Kota Mojokerto, Selain itu objek yang diteliti hanya berfokus pada pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap penggunaan *SPaylater*.

