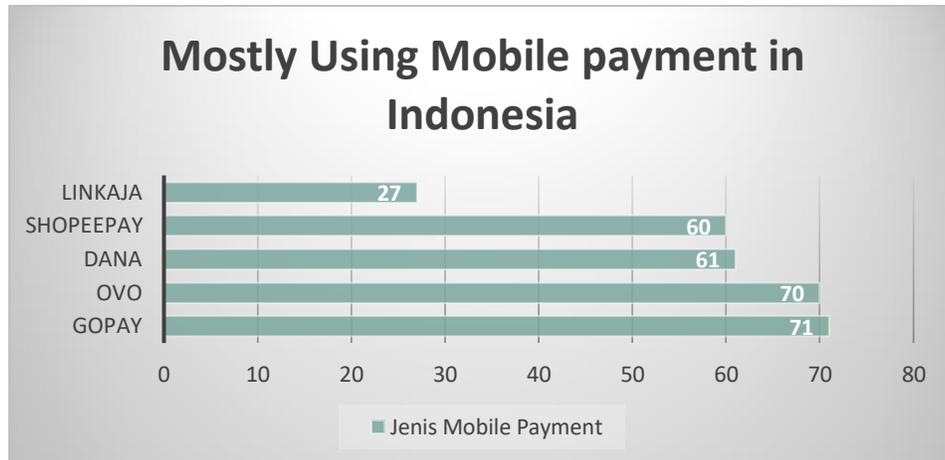


BAB I

PENDAHULUAN

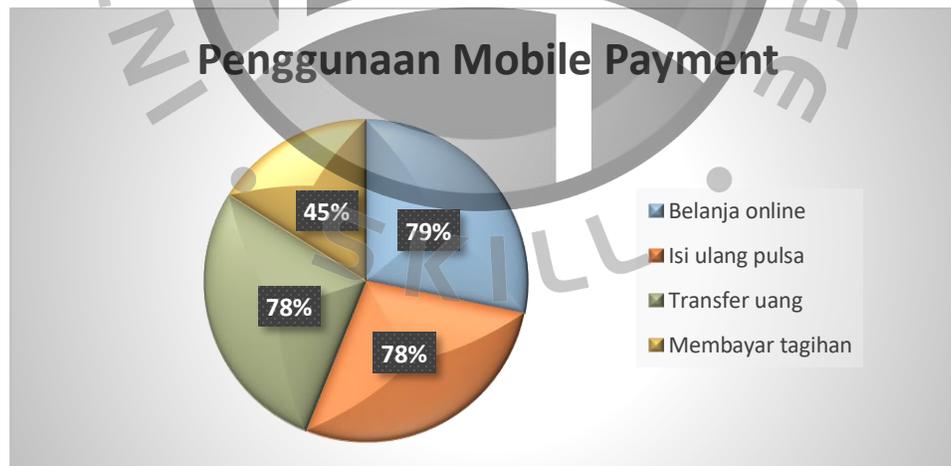
1.1 Latar Belakang Masalah

Adanya pandemi COVID-19 membuat masyarakat lebih mengenal dan memanfaatkan teknologi. Pandemi menjadi katalisator peningkatan literasi digital masyarakat. Serta mengubah cara masyarakat beraktivitas, dari tatap muka menjadi online atau daring. Hal tersebut membuat transaksi pembayaran secara online meningkat dan pengguna *mobile payment* mengalami kenaikan. Dibuktikan oleh Riset Neurosensum Indonesia (dalam Cakti, 2020) sebelum adanya pandemi COVID-19 hanya terdapat 10% pengguna *mobile payment*, selama tahun 2020 terjadi kenaikan drastis yaitu mencapai 44% pengguna *mobile payment*. Riset lain dibuktikan oleh Ipsos di Asia Tenggara (Kurniawan, 2022) mengungkapkan bahwa masyarakat lebih memilih menggunakan *mobile payment* dibandingkan dengan rekening bank saat melakukan transaksi online. Shopeepay, OVO, Gopay, Dana dan LinkAja merupakan lima aplikasi *mobile payment* yang paling dikenal oleh masyarakat Indonesia. Riset lainnya oleh InsightAsia berjudul '*Consistency That Leads: 2023 E-wallet Industry Outlook*' menunjukkan bahwa *mobile payment* menjadi alternatif pembayaran yang sering dipilih oleh masyarakat. Hasil riset menunjukkan sebanyak 74% responden memilih *mobile payment* untuk transaksi keuangannya. (Wulandari, 2023)



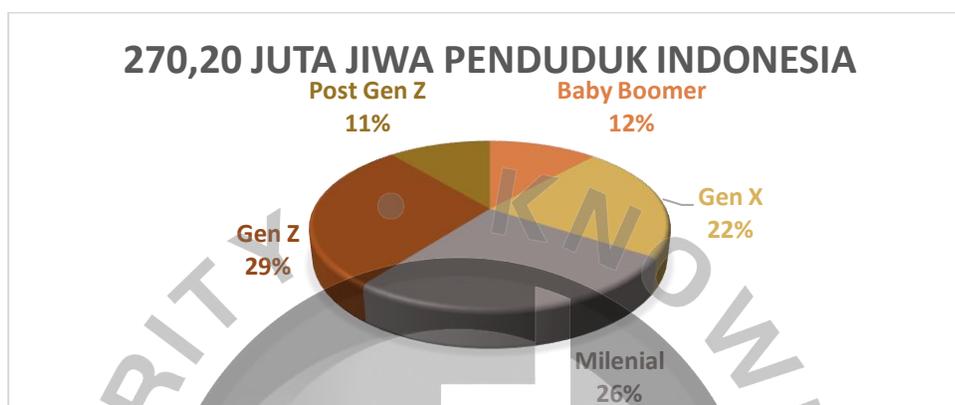
Gambar 1.1 Mostly Using *Mobile payment* in Indonesia

Berdasarkan grafik 1.1 dapat disimpulkan bahwa saat ini Gopay merupakan platform *mobile payment* yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia sedangkan LinkAja berbanding terbalik yaitu merupakan platform *mobile payment* yang memiliki paling sedikit penggunanya. (Ahdiat, 2023)



Gambar 1.2 Penggunaan *Mobile payment*

Hasil dari survei tersebut menyebutkan bahwa mayoritas responden pengguna *mobile payment* menggunakannya untuk transaksi belanja online yaitu sebesar 79%, untuk isi ulang pulsa dan transfer uang sebesar 78% dan sebesar 45% untuk membayar tagihan. (Ahdiat, 2023)



Gambar 1.3 Hasil Sensus Penduduk Indonesia Tahun 2020

Sumber: (Rakhmah, 2021)

Berdasarkan gambar 1.3, Hasil sensus penduduk Indonesia pada tahun 2020 menunjukkan bahwa Gen Z memiliki komposisi penduduk paling tinggi jika dibandingkan dengan generasi lainnya yaitu sebesar 29%.

Gen Z merupakan generasi yang paling banyak di Indonesia pada tahun 2023, yaitu sebesar 27,9% dari keseluruhan penduduk. Gen Z juga merupakan generasi yang memiliki pengetahuan dan pemahaman tentang keuangan yang kurang, yaitu sebesar 30,4%. Hal ini disebabkan oleh beberapa hal, seperti kurang mengerti dan memahami tentang keuangan, serta kurang memiliki akses terhadap informasi keuangan. Gen Z merupakan generasi yang menyukai sesuatu yang praktis dan sederhana, seperti melakukan transaksi menggunakan *mobile payment*. Hal ini dikarenakan transaksi pembayaran seluler lebih mudah, cepat, dan terjamin. Selain itu, gen Z juga menyukai potongan harga dan penawaran menarik. Hal ini

menyebabkan mereka lebih cenderung untuk melakukan transaksi menggunakan pembayaran seluler yang menawarkan potongan harga dan penawaran menarik. Gen Z sangatlah takut tertinggal (*FOMO*). Hal ini menyebabkan mereka lebih cenderung untuk mengikuti tren dan membeli barang-barang yang sedang digemari. *FOMO* juga dapat menyebabkan mereka melakukan pembelian secara berlebihan, tanpa memikirkan kebutuhan dan kemampuan mereka. (Ulfati & Indrawati, 2023).



Gambar 1.4 Konsumsi E-Commerce Generasi Z di Indonesia

Sumber: (Marcomm, 2022)

Generasi Z (Gen Z) dan Milenial memiliki tingkat utang yang lebih tinggi dibandingkan dengan generasi lain, hal ini terlihat dari data kepemilikan rekening dan jumlah pinjaman yang masih beredar pada platform fintech Peer-to-Peer (P2P) lending. Berdasarkan statistik dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada Desember 2022 (Otoritas Jasa Keuangan, 2023), sebanyak 62% rekening pada platform fintech P2P lending dimiliki oleh individu berusia 19-34 tahun. Angka tersebut hampir sejajar dengan fakta bahwa 60% dari total pinjaman pada platform tersebut juga diberikan kepada kelompok usia yang sama.

Dengan kata lain, pengguna fintech P2P lending didominasi oleh Gen Z dan Milenial, menjelaskan mengapa generasi ini cenderung memiliki utang lebih banyak. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika Gen Z dan Milenial dianggap memiliki kecenderungan untuk berutang.

Faktor terutama yang mendorong kecenderungan ini adalah kemajuan teknologi. Saat ini, ada banyak aplikasi digital yang memudahkan pengajuan pinjaman, seperti fintech P2P lending dan layanan paylater. Perbandingan dengan masa lalu, di mana pengajuan pinjaman memerlukan pertemuan langsung, kini prosesnya dapat dilakukan secara digital dengan persyaratan yang lebih sederhana dan praktis. Selain aplikasi pinjaman, tersedia juga aplikasi untuk berbelanja online, memesan tiket, atau makanan. Hal ini membuat kegiatan berbelanja dan berwisata menjadi lebih mudah. Terlebih lagi, jika aplikasi tersebut menawarkan layanan paylater, seseorang dapat membeli barang terlebih dahulu dan membayar nanti, meskipun hal ini dapat dianggap sebagai utang konsumtif. Oleh karena itu, penting untuk bijak dalam menghadapi kemajuan teknologi dan berbagai aplikasi digital. Sebaiknya, individu perlu memiliki perencanaan keuangan yang matang agar dapat menghindari perilaku berbelanja konsumtif. Selalu diingat untuk hanya berutang dalam keadaan darurat dan tidak mudah tergoda oleh kemudahan aplikasi digital.

Faktor kedua yang mendorong kecenderungan berutang pada Gen Z dan Milenial adalah profil mereka sebagai kelompok usia produktif dengan pendapatan. Artinya, mereka memiliki dana untuk membiayai kebutuhan sehari-hari dan berbelanja. Namun, jika tidak dapat mengelola keuangan dengan baik, Gen Z dan Milenial dapat menjadi konsumtif. Lebih lanjut, jika pendapatan yang dimiliki tidak mencukupi untuk menutupi utang, mereka cenderung menggunakan utang sebagai solusi sementara, tanpa menyadari bahwa ini dapat

menjadi sumber masalah di masa depan. Sebagai contoh, seseorang mungkin menggunakan layanan paylater untuk membeli gadget baru dengan harapan akan menerima gaji dan dapat melunasi utang tersebut bulan berikutnya. Tanpa perencanaan keuangan yang matang, hal ini justru dapat memberikan beban keuangan di masa depan. (Purnama, 2021)

Kurangnya literasi keuangan juga menjadi faktor penyebab sulitnya menabung atau berinvestasi, sehingga individu cenderung menggunakan produk pinjaman tanpa pertimbangan yang matang. Oleh karena itu, sangat penting bagi setiap individu untuk meningkatkan literasi keuangan mereka. Dengan pemahaman yang baik tentang produk keuangan dan perencanaan keuangan, seseorang akan menjadi lebih selektif dalam mengelola pengeluaran, lebih memprioritaskan kebutuhan daripada keinginan, dan akhirnya terhindar dari kebiasaan berutang.

Gen Z di DKI Jakarta dikenal sebagai generasi yang terbuka dan aktif dalam berbagai komunitas. Mereka memanfaatkan teknologi secara maksimal untuk terhubung dengan orang lain dan mengembangkan diri. Keterkaitan mereka dengan perkembangan zaman membuat mereka terbiasa melakukan berbagai tugas sekaligus. Selain itu, Gen Z juga peduli terhadap lingkungan sekitar, baik itu isu ekonomi maupun politik, baik di tingkat lokal maupun internasional. (Pitoewas, Nurhayati, Putri, & Yanzi, 2020)

Beberapa penelitian terdahulu telah menguji pengaruh *interest of mobile payment* terhadap *overspending behavior*. Berdasarkan hasil penelitian (Ahn & Nam, 2022) terdapat hubungan positif antara penggunaan pembayaran mobile dengan perilaku pengeluaran berlebihan. Artinya, pengguna pembayaran mobile cenderung memiliki risiko yang lebih tinggi untuk melakukan pengeluaran berlebihan dibandingkan dengan non-pengguna. Hasil ini menunjukkan bahwa penggunaan pembayaran mobile dapat berkontribusi pada perilaku

pengeluaran berlebihan, termasuk dalam hal konsumsi, manajemen uang, dan perilaku kartu kredit. Selain itu, penelitian ini juga menemukan bahwa pengetahuan keuangan dapat memoderasi hubungan antara penggunaan pembayaran mobile dan perilaku pengeluaran berlebihan. Lebih banyak pengetahuan keuangan dapat membantu mengurangi dampak negatif penggunaan pembayaran mobile terhadap *Overconsumption* dan kesulitan dalam manajemen uang.

Berdasarkan hasil penelitian (Fernando, 2021) menunjukkan adanya hubungan positif antara penggunaan teknologi mobile dalam belanja online dan pandemi Covid-19. Hasil analisis menunjukkan bahwa ada peningkatan signifikan dalam jumlah transaksi belanja online per bulan selama pandemi Covid-19 dibandingkan dengan sebelumnya. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen cenderung lebih sering menggunakan aplikasi belanja online melalui ponsel mereka selama pandemi.

Namun, penelitian juga menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan signifikan dalam jumlah transaksi belanja online per bulan selama pandemi Covid-19 antara dua generasi, yaitu generasi X dan Milenial. Ini menunjukkan bahwa dampak pandemi Covid-19 terhadap perilaku belanja online melalui ponsel tidak berbeda secara signifikan antara kedua generasi tersebut. Berdasarkan hasil penelitian (Jin, 2022) terdapat hubungan antara *overspending*, keputusan beralih rencana tarif, dan risiko churn pelanggan. Secara khusus, terdapat hubungan positif antara risiko churn dan *overspending*, yang berarti semakin tinggi tingkat *overspending*, semakin tinggi pula risiko konsumen untuk beralih ke operator seluler lain. Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan bahwa keputusan untuk beralih ke rencana tarif yang lebih tinggi (switch up) dapat mengurangi risiko churn, sementara keputusan untuk

beralih ke rencana tarif yang lebih rendah (switch down) tidak secara signifikan mengurangi risiko churn.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka penulis tertarik untuk membuktikan adanya **“Pengaruh *Interest of mobile payment use Terhadap Overspending behavior* Pada Generasi Z di DKI Jakarta”**.

1.2 Ruang Lingkup Masalah

Berikut adalah ruang lingkup masalah dalam penyusunan penelitian:

1. Penelitian yang diteliti oleh peneliti berdasarkan pengulangan penelitian yang sama secara tepat apakah hasil penelitian tersebut dapat digeneralisasi dengan sedikit perbedaan pada populasi yaitu fokus penelitian ini adalah generasi Z.
2. Variabel dependen pada penelitian ini adalah pengeluaran berlebihan yang diukur berdasarkan *mobile payment* terdiri dari 3 variabel yaitu *Overconsumption*, pengelolaan uang, dan *Credit card behavior* . Sedangkan minat generasi Z dalam menggunakan *mobile payment* merupakan variabel independent, Serta *Financial knowledge* sebagai moderating variabel.
3. Objek penelitian berfokus pada generasi Z yang menggunakan *mobile payment* dalam bertransaksi sehari-harinya dan berdomisili di DKI Jakarta Penelitian ini akan mengukur minat generasi Z dalam menggunakan *mobile payment* melalui sisi *Overconsumption*, pengelolaan uang, dan *Credit card behavior*.

1.3 Identifikasi Masalah

Adanya pandemi COVID-19 membuat masyarakat lebih mengenal dan memanfaatkan teknologi. Pandemi menjadi katalisator peningkatan literasi digital masyarakat. Serta mengubah cara masyarakat beraktivitas, dari tatap muka menjadi online atau daring. Hal

tersebut membuat transaksi pembayaran secara online meningkat dan pengguna *mobile payment* mengalami kenaikan. Saat ini Gopay merupakan platform *mobile payment* yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Mayoritas pengguna *mobile payment* menggunakannya untuk transaksi belanja online, isi ulang pulsa, transfer uang dan membayar tagihan. Gen Z merupakan generasi yang paling banyak di Indonesia pada tahun 2023. Gen Z merupakan generasi yang menyukai sesuatu yang praktis dan sederhana, seperti melakukan transaksi menggunakan *mobile payment*. Hal ini dikarenakan transaksi pembayaran seluler lebih mudah, cepat, dan terjamin. Selain itu, gen Z juga menyukai potongan harga dan penawaran menarik. Gen Z di DKI Jakarta dikenal sebagai generasi yang terbuka dan aktif dalam berbagai komunitas. Mereka memanfaatkan teknologi secara maksimal untuk terhubung dengan orang lain dan mengembangkan diri. Penggunaan pembayaran mobile dapat berkontribusi pada perilaku pengeluaran berlebihan, termasuk dalam hal konsumsi, manajemen uang, dan perilaku kartu kredit. Pengetahuan keuangan dapat membantu mengurangi dampak negatif penggunaan pembayaran mobile terhadap *Overconsumption* dan kesulitan dalam manajemen uang. Pandemi Covid-19 telah meningkatkan penggunaan teknologi mobile dalam belanja online. Tidak ada perbedaan signifikan dalam jumlah transaksi belanja online per bulan selama pandemi Covid-19 antara dua generasi, yaitu generasi X dan Milenial. Terdapat hubungan positif antara *overspending*, keputusan beralih rencana tarif, dan risiko churn pelanggan. Risiko churn semakin tinggi jika tingkat *overspending* semakin tinggi. Keputusan untuk beralih ke rencana tarif yang lebih tinggi dapat mengurangi risiko churn, sementara keputusan untuk beralih ke rencana tarif yang lebih rendah tidak secara signifikan mengurangi risiko churn.

Penelitian (Ahn & Nam, 2022) telah mengkaji pengaruh penggunaan *mobile payment* terhadap perilaku keuangan, tetapi belum ada yang mengkaji secara khusus pengaruhnya terhadap perilaku konsumsi berlebihan. Selain itu, belum ada penelitian yang mengkaji apakah hubungan antara penggunaan *mobile payment* dan perilaku konsumsi berlebihan dapat dipengaruhi oleh faktor individu, seperti pengetahuan keuangan. Penelitian (Fernando, 2021) memiliki beberapa keterbatasan yang dapat membatasi generalisasi temuan dan pemahaman tentang perilaku konsumen. Keterbatasan geografis: Penelitian ini hanya berfokus pada perilaku konsumen di Polandia. Generalisasi temuan untuk pasar global atau pasar di luar Polandia mungkin memerlukan penelitian terutama. Keterbatasan demografis: Penelitian ini hanya berfokus pada konsumen Polandia. Studi lanjutan dapat memperluas cakupan demografis untuk memahami perbedaan dalam perilaku konsumen di berbagai negara atau wilayah. Keterbatasan waktu: Penelitian ini hanya berfokus pada periode awal pandemi Covid-19. Perilaku konsumen mungkin telah berubah seiring berjalannya waktu dan evolusi pandemi. Studi lanjutan dapat memperluas analisis untuk memahami bagaimana perilaku konsumen terus berubah sepanjang pandemi. Keterbatasan teknologi: Penelitian ini mungkin tidak mencakup perkembangan teknologi terbaru atau tren baru dalam e-commerce dan m-commerce yang mungkin memengaruhi perilaku konsumen. Penelitian (Jin, 2022) berhasil mengisi beberapa gap dalam literatur tentang perilaku konsumen dalam konteks *overspending*, keputusan beralih, dan churn pelanggan di industri seluler. Gap 1: Penelitian sebelumnya memberikan hasil yang bervariasi terkait dengan apakah *overspending* dan risiko churn berkurang ketika konsumen membuat keputusan untuk beralih. Penelitian ini berhasil menyimpulkan bahwa terdapat perbedaan antara keputusan untuk beralih ke rencana tarif yang lebih tinggi (switch up) dan lebih rendah (switch down). Gap 2: Penelitian ini

menyoroti trade-off yang dihadapi oleh operator seluler antara memperoleh keuntungan dari *overspending* dan mengurangi churn pelanggan. Temuan ini memberikan wawasan bahwa operator harus mempertimbangkan kebijakan yang sejalan dengan tujuan strategis mereka, seperti memberikan diskon untuk mengurangi churn, namun juga mendorong konsumen untuk mengurangi *overspending*. Gap 3: Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa konsumen dengan *overspending* yang lebih tinggi cenderung untuk beralih ke rencana tarif lain. Namun, penelitian ini berhasil mengidentifikasi bahwa keputusan untuk beralih ke rencana tarif yang lebih tinggi atau lebih rendah dipengaruhi secara berbeda oleh tingkat *overspending*.

Penelitian ini merupakan replikasi dari jurnal acuan dengan kebaruan pada penelitian ini yaitu dari segi objek penelitian difokuskan pada generasi z yang berdomisili di DKI Jakarta dan menggunakan *mobile payment* sebagai pilihan pembayarannya.

1.4 Perumusan Masalah

Tingkat pemahaman literasi keuangan sangatlah dibutuhkan oleh generasi Z di DKI Jakarta dikarenakan literasi keuangan yang memadai dapat meningkatkan perilaku konsumsi yang lebih bijaksana, seperti menabung lebih banyak, berinvestasi, dan menghindari hutang. Literasi keuangan yang memadai juga dapat membantu generasi Z untuk mencapai tujuan finansial mereka, seperti memiliki rumah, membeli mobil, dan dana pensiun. Beberapa faktor yang dapat memberikan hasil positif terhadap minat generasi Z dalam menggunakan *mobile payment*.

1. Apakah *Interest of Mobile payment* berpengaruh positif terhadap *Overconsumption*?
2. Apakah *Interest of Mobile payment* berpengaruh positif terhadap *Money management*?

3. Apakah *Interest of Mobile payment* berpengaruh positif terhadap *Paying minimum payment*?
4. Apakah *Interest of Mobile payment* berpengaruh positif terhadap *Paying a late fee*?
5. Apakah *Interest of Mobile payment* berpengaruh positif terhadap *Paying an over the limit fee*?
6. Apakah *Financial knowledge* memperlemah pengaruh *Interest of mobile payment use* terhadap *Overconsumption*?
7. Apakah *Financial knowledge* memperlemah pengaruh *Interest of mobile payment use* terhadap *Money management*?
8. Apakah *Financial knowledge* memperlemah pengaruh *Paying minimum payment*?
9. Apakah *Financial knowledge* memperlemah pengaruh *Paying a late fee*?
10. Apakah *Financial knowledge* memperlemah pengaruh *Paying an over the limit fee*?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka maksud dan tujuan penelitian peneliti terhadap Generasi Z di DKI Jakarta adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh positif *Interest of Mobile payment* terhadap *Overconsumption*.
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh positif *Interest of Mobile payment* terhadap *Money management*.
3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh positif *Interest of Mobile payment* terhadap *Paying minimum payment*.
4. Mengetahui dan menganalisis pengaruh positif *Interest of Mobile payment* terhadap *Paying a late fee*.

5. Mengetahui dan menganalisis pengaruh positif *Interest of Mobile payment* terhadap *Paying an over the limit fee*.
6. Mengetahui dan menganalisis *Financial knowledge* memperlemah pengaruh *Interest of mobile payment use* terhadap *Overconsumption*.
7. Mengetahui dan menganalisis *Financial knowledge* memperkuat pengaruh *Interest of mobile payment use* terhadap *Money management*.
8. Mengetahui dan menganalisis *Financial knowledge* memperlemah pengaruh *Interest of mobile payment use* terhadap *Paying minimum payment*.
9. Mengetahui dan menganalisis *Financial knowledge* memperlemah pengaruh *Interest of mobile payment use* terhadap *Paying a late fee*.
10. Mengetahui dan menganalisis *Financial knowledge* memperlemah pengaruh *Interest of mobile payment use* terhadap *Paying an over the limit fee*.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan penerapan terhadap ilmu Manajemen Keuangan tepatnya pada pembahasan *Overconsumption*, *Money management*, dan *Credit card behavior*. Serta memberikan pengetahuan bagi peneliti selanjutnya.

2. Manfaat Praktisi

a. Bagi Penelitian

Menambah wawasan penelitian terkait *Overconsumption*, *Money management*, dan *Credit card behavior* berdasarkan pengguna *mobile payment* bagi gen Z. Penelitian ini diharapkan dapat menambah keterampilan dan kecakapan

berpikir dalam hal pemecahan persoalan merupakan hal yang sangat penting di masa mendatang.

b. Bagi Generasi Z

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan dapat digunakan dalam mendukung generasi Z untuk memahami literasi keuangan serta dapat mengelola uangnya lebih baik dan menghindari *overspending* yang dilakukan akibat *FOMO*.

1.7 Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan dalam penyusunan penelitian ini dibuat guna mempermudah dalam penyusunan penelitian.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang yang dirangkai dari penelitian sebelumnya dan didukung oleh fenomena yang terjadi mengenai kenaikan penggunaan *mobile payment* akibat adanya pandemi Covid-19 dan , ruang lingkup penelitian, rumusan permasalahan, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan teori dasar penelitian yang berisi teori manajemen keuangan dan teori pendukung dari variabel yang digunakan dalam penelitian yang terdiri dari variabel independen yaitu *Interest of mobile payment use*, variabel dependen yaitu *Overconsumption*, *Money management*, dan *Credit card behavior*, dilengkapi dengan variabel control yaitu Demografi serta variabel moderating yaitu *Financial knowledge*, serta kerangka pemikiran, dan pembentukan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan objek penelitian yaitu Generasi Z, desain, dan jenis penelitian, metode pengumpulan data, serta metode untuk analisis data.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan gambaran umum objek penelitian yaitu Generasi Z, hasil pembahasan penelitian, dan pengembangan dari hasil penelitian sebelumnya yang dihubungkan dengan teori yang ada.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan kesimpulan berdasarkan hasil analisis penelitian dan saran yang dapat digunakan untuk peneliti selanjutnya.

