

BAB I

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Pada tahun 2022, total penduduk di Indonesia yang menggunakan Internet sudah mencapai 66,48% dari total populasi (BPS, 2022). Peningkatan jumlah pengguna internet di Indonesia terus terjadi setiap tahunnya dan pada tahun 2023 sudah mencapai 213 juta pengguna internet di Indonesia (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), 2024).



Gambar 1.1 Tingkat Penetrasi Internet di Indonesia

Sumber: (APJII, 2024)

Hasil survei penetrasi internet Indonesia 2024 yang dirilis APJII menunjukkan bahwa penetrasi internet Indonesia menyentuh angka 79,5% dari total penduduk Indonesia. Hasil survei yang dilakukan menunjukkan adanya peningkatan penetrasi internet di Indonesia dari 64,8% pada tahun 2019 hingga 73,7% pada tahun 2020, 77,01% pada tahun 2022, dan 78,19% pada tahun 2023 (APJII, 2024). Hal ini terutama dipercepat dengan pandemi Covid-19 pada kurun 2020-2022 yang lalu (Kominfo, 2020a). Pandemi Covid-19 mengubah segala kebiasaan dan perilaku masyarakat Indonesia, program pemerintah berupa Pembatasan Sosial

Berskala Besar (PSBB) membuat segala aktifitas di luar ruangan terhenti, tujuannya untuk mencegah penularan virus Covid-19 di Indonesia (Kominfo, 2020b). Pada kondisi seperti ini Internet sangat berperan aktif dalam menunjang segala bentuk kegiatan aktivitas sosial dan perlahan menggeser perilaku berbelanja masyarakat. Kegiatan bersosialisasi dan kegiatan sebagian besar transaksi berbelanja kebutuhan sehari-hari banyak dilakukan secara online melalui aplikasi E-Commerce.

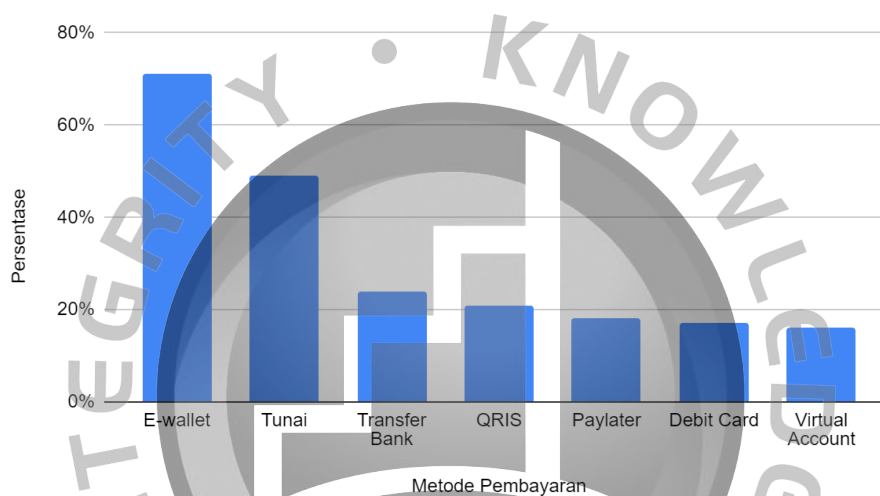
E-Commerce sendiri merupakan istilah yang digunakan untuk suatu proses kegiatan transaksi jual beli yang dilakukan secara online melalui media elektronik. Platform E-Commerce menyediakan berbagai barang kebutuhan mulai dari membeli kebutuhan rumah tangga, membeli pakaian, membayar tagihan air dan listrik, bahkan melakukan pemesanan tiket wisata dan hiburan. Warjiyo (2023), selaku Gubernur Bank Indonesia (BI) mengungkapkan bahwa nominal transaksi melalui e-commerce sepanjang Oktober 2023 mencapai Rp42,2 triliun atau tumbuh sebesar 10,69% bila dibandingkan dengan September 2023. Bila dibandingkan pada tahun sebelumnya, nominal transaksi e-commerce tumbuh sebesar 4,99%. Kemudian, volume penjualan melalui e-commerce pada Oktober 2023 adalah 361,54 juta transaksi. Efek dari peningkatan transaksi ini pastinya akan meningkatkan nilai transaksi pembayaran melalui media elektronik.

Peningkatan besar dalam penggunaan dompet elektronik selama pandemi. Disebabkan oleh kebutuhan akan metode pembayaran yang praktis dan aman selama pandemi COVID-19, dompet digital telah menjadi pilihan yang populer bagi pelanggan untuk melakukan pembayaran secara online. Peningkatan penggunaan dompet digital sebesar 44% pada tahun 2020 menunjukkan bahwa jumlah pengguna dompet digital telah mengalami lonjakan yang signifikan selama masa pandemi (Amanda, 2021). E-wallet menjadi semakin penting dalam konteks kenaikan penjualan e-commerce pada tahun 2023. Sebagai salah satu inovasi terkemuka dalam industri pembayaran digital, e-wallet telah membuat transaksi online

lebih mudah dan aman. Dengan adopsi e-wallet yang semakin luas oleh pelanggan, pelanggan memiliki lebih banyak kesempatan untuk melakukan pembelian. Peraturan Bank Indonesia (PBI) No 18/40 tahun 2016 menjelaskan E-Wallet merupakan layanan elektronik untuk menyimpan dana instrumen pembayaran antara lain alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan/atau uang elektronik, yang dapat juga menampung dana, untuk melakukan pembayaran. Kemudian Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) No. 3 Tahun 2024 mengatur tentang penyelenggaraan inovasi teknologi sektor keuangan, termasuk layanan e-wallet. Aturan ini bertujuan untuk menciptakan ekosistem fintech yang lebih terintegrasi dan memastikan perlindungan konsumen serta mitigasi risiko yang efektif. Salah satu fokus utama POJK ini adalah penyempurnaan mekanisme *Regulatory Sandbox*, sebuah fasilitas dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) untuk menguji inovasi teknologi keuangan sebelum diluncurkan secara resmi. Dijelaskan dalam POJK tersebut bahwa inovasi yang terkait dengan transaksi digital, termasuk e-wallet, juga harus melalui tahapan pengujian ini untuk memastikan keamanan dan kepatuhan terhadap peraturan yang ada.

Platform e-commerce sering menyediakan promo berupa potongan harga, *cashback*, atau gratis ongkos kirim untuk setiap transaksi yang dilakukan di aplikasi dan menggunakan media pembayaran e-wallet. Bahkan saat ini e-wallet juga menyediakan layanan *paylater* yang memungkinkan pengguna meminjam sejumlah dana untuk membeli barang di e-commerce. Penggunaan e-wallet sangat mudah, praktis, aman dan menguntungkan. Pengguna hanya perlu menginstall aplikasi dompet digital dan menyimpan sejumlah uang didalamnya. Proses transaksi menggunakan E-Wallet juga sangat mudah dan cepat, pengguna hanya perlu melakukan scan barcode menggunakan smartphone yang terhubung dengan internet, tanpa harus mengeluarkan uang tunai. Tidak hanya melakukan transaksi berbelanja saja, beberapa e-wallet juga menyediakan jasa transfer uang antar Bank. E-wallet dapat digunakan untuk menyimpan informasi pembayaran secara aman, mempercepat proses pembelian barang, dan

mengurangi kesulitan proses pembayaran, sehingga pengalaman berbelanja konsumen menjadi lebih mudah, yang pada akhirnya dapat meningkatkan jumlah penjualan. Selain itu, e-wallet juga dapat menjadi solusi bagi pelanggan yang khawatir tentang keamanan data kartu kredit mereka saat berbelanja online. Penggunaan dompet digital mencegah peredaran uang palsu, keamanan transaksi juga terjamin karena setiap kali akan melakukan transaksi pembayaran pengguna diharuskan melakukan verifikasi data identitas serta melakukan verifikasi keamanan seperti PIN, sidik jari, atau pemindai wajah.



Gambar 1.2 Jumlah Pengguna E-Wallet

Sumber: (Insight Asia, 2023)

Riset terbaru yang dilakukan Insight Asia (2023) berjudul '*Consistency That Leads: 2023 E-Wallet Industry Outlook*' menunjukkan dompet digital semakin menjadi metode pembayaran paling yang dipilih masyarakat, dibanding pembayaran tunai dan transfer bank. Hasil riset menunjukkan 71% responden aktif menggunakan dompet digital untuk berbagai macam transaksi keuangan mereka mengalahkan metode pembayaran dengan uang tunai sebesar 41%, transfer bank sebesar 24%, QRIS sebesar 21%, pay later sebesar 18%, Debit card sebesar 17% dan Virtual Account sebesar 16%. Survei lain yang dilakukan oleh Kredivo & Katadata Insight Center (KIC) (2023), melakukan survei bertajuk '*Indonesian e-Commerce*

Consumer Behavior Report 2023'. Dalam laporan ini, ditunjukkan soal tren perilaku pembayaran konsumen dalam berbelanja online. Hasilnya menjelaskan, pembayaran menggunakan e-wallet sebagai metode yang paling banyak dipilih, yakni mencapai 84,3% responden. Dengan demikian, e-wallet telah memainkan peran penting dalam meningkatkan volume penjualan e-commerce karena telah memungkinkan lebih banyak orang untuk melakukan belanja online, meningkatkan penetrasi e-commerce, dan mendorong pertumbuhan ekonomi digital secara keseluruhan.

Kenyamanan penggunaan e-wallet dalam kegiatan berbelanja online mengharuskan pengguna membayar sebuah risiko. Risiko tersebut adalah besarnya kemungkinan untuk pengguna menjadi lebih boros. Hasil penelitian Ahn & Nam (2022), yang melakukan analisis kebiasaan belanja 21.000 orang dewasa di Amerika Serikat, menunjukkan bahwa responden menjadi lebih boros dan menghabiskan 34% lebih banyak uang dari pendapatan tahunan mereka dengan menggunakan e-wallet. Kemudahan dan kenyamanan penggunaan e-wallet membuat orang belanja secara impulsif. Mereka menaruh uang banyak dan membeli sesuatu tanpa rencana. Akibatnya, dijelaskan dalam hasil penelitian menunjukkan bahwa 31 persen responden mengalami kesulitan membayar tagihan setiap bulan, yang menyebabkan masalah pengelolaan keuangan. Informasi tersebut mendorong peneliti untuk melakukan penelitian pada Generasi Z yang sudah mulai memasuki usia produktif mulai mempunyai penghasilan mandiri dan diharapkan mampu untuk dapat mengambil keputusan keuangan secara mandiri. Generasi Z merupakan generasi yang lahir setelah tahun 1995, generasi ini merupakan pengguna teknologi digital, pengambil keputusan yang cepat, dan sangat terhubung satu sama lain (Cilliers, 2017). Pada penelitian Hinduan & Anggraeni (2020), menjelaskan perilaku generasi Z di Indonesia yang banyak menggunakan pembayaran e-wallet karena metode pembayaran dapat dilakukan dengan mudah, selain itu generasi Z di Indonesia sangat sensitif terhadap harga, dijelaskan juga dalam penemuannya

menunjukkan bahwa generasi Z jarang membuang waktu untuk memutuskan pembelian, dan faktor yang memandu keputusan pembelian yaitu adalah popularitas yang sering dijadikan sebagai acuan dari kualitas suatu produk, semakin banyak rekomendasi yang mereferensikan suatu produk tertentu maka semakin baik kualitas barang tersebut.

OJK (2022a), menunjukkan bahwa 62% rekening fintech pendanaan bersama dimiliki oleh nasabah usia 19-34 tahun. Selain itu, 60% pinjaman dari fintech pendanaan bersama juga disalurkan kepada nasabah usia 19-34 tahun, dari data statistik tersebut maka dapat dikatakan bahwa Gen Z dan Milenial menjadi nasabah yang mendominasi pendanaan fintech dan kedua generasi cenderung suka berhutang. Dijelaskan lebih lanjut bahwa ada beberapa alasan yang memicu kebiasaan suka berhutang tersebut, yang pertama karena kemajuan teknologi, banyaknya aplikasi digital yang memberikan layanan keuangan yang mudah dalam mengajukan pinjaman seperti fintech pendanaan bersama dan paylater. Jika dahulu mengajukan pinjaman perlu dilakukan secara langsung dan mengharuskan nasabah datang langsung ke bank, saat ini pinjaman bisa diajukan melalui aplikasi perbankan digital dengan persyaratan yang lebih mudah dan praktis. Selain aplikasi pinjaman, ada juga aplikasi untuk belanja online seperti e-commerce, aplikasi yang menyediakan jasa pemesanan tiket, maupun aplikasi pemesanan makanan yang mempermudah proses berbelanja dan berwisata. Banyak aplikasi tersebut menawarkan layanan pay later, kita bisa membeli suatu produk yang kita inginkan terlebih dahulu dan membayarnya nanti pada tanggal yang disepakati, hal ini mengakibatkan peningkatan utang konsumtif masyarakat.

Dewi (2024), selaku Kepala Eksekutif Pengawas Perilaku Pelaku Usaha Jasa Keuangan, Edukasi & Perlindungan Konsumen Otoritas Jasa Keuangan juga berpendapat bahwa generasi milenial dan generasi Z sebagai kelompok yang rentan terjerat pinjaman online ilegal, tidak hanya pinjaman online ilegal, kedua generasi tersebut juga rentan terhadap investasi bodong. Dijelaskan lebih lanjut bahwa perilaku tersebut terjadi akibat munculnya

prinsip *You Only Live Once* (YOLO) dan juga *Fear Of Missing Out* (FOMO) yang mempengaruhi gaya hidup kedua generasi tersebut. Gaya hidup YOLO dan FOMO ini menyebabkan seseorang merasa tertinggal apabila tidak mengikuti tren yang sedang berkembang di masyarakat saat ini. OJK (2022b), mencatat bahwa generasi muda di Indonesia memiliki tingkat literasi dan inklusi keuangan yang rendah. Tingkat literasi keuangan penduduk berusia 15-17 tahun berada di angka 43% sementara tingkat inklusi keuangannya di 69%. Angka tersebut jauh di bawah tingkat literasi dan inklusi keuangan nasional yang mencapai 49,7% dan 85%.

Membiasakan perilaku keuangan pribadi yang baik perlu dipahami oleh Generasi Z untuk menciptakan kesejahteraan finansial. Kesejahteraan finansial bisa terbentuk dari beberapa variabel. *Financial knowledge* merupakan variabel yang pertama, pendidikan finansial sangat penting untuk dipelajari, seseorang bisa memahami segala bentuk kegiatan transaksi keuangan, berbagai macam media pembayaran, memahami cara melakukan alokasi keuangan pribadi, memahami bagaimana cara berinvestasi, bahkan sampai dengan memahami beberapa jenis instrumen investasi. Pengetahuan keuangan dapat diartikan sebagai pemahaman ilmu ekonomi yang dihubungkan dengan pengetahuan keuangan yang diperoleh melalui pendidikan formal, meliputi kelas, seminar, perkuliahan, dan bimbingan belajar tambahan, yang tujuannya untuk mengembangkan keterampilan dan alat keuangan yang memungkinkan pengelolaan keuangan yang efektif dan efisien untuk terwujudnya kehidupan yang Sejahtera (Rahmawati & Marcella, 2023). Menurut penelitian Baptista & Dewi (2021), pengetahuan keuangan mempunyai pengaruh positif terhadap kebiasaan keuangan seorang individu. Pengetahuan finansial yang lebih tinggi menjadikan financial behaviour manajemen yang lebih baik dan pada akhirnya menciptakan kesejahteraan finansial.

Setelah menguasai *financial knowledge* variabel selanjutnya adalah *financial attitude* yaitu bagaimana menyikapi uang itu sendiri dalam kehidupan sehari-hari. Terkadang

sikap boros terjadi dari ketidak mampuan dalam memahami dan menyikapi uang itu sendiri kemudian mengontrolnya untuk memenuhi kebutuhan. Kemudahan penggunaan metode pembayaran e-wallet membuat pengguna menjadi sering berbelanja. Pengguna e-wallet yang senang berbelanja kurang mampu membedakan antara keinginan dan kebutuhan, apalagi dengan meningkatnya gaya hidup lingkungan sosial. Penelitian yang dilakukan oleh Emalia & Hardini (2023), menemukan hasil bahwa sikap keuangan seseorang mempengaruhi perilakunya dalam mengelola keuangannya, semakin baik sikap keuangannya maka akan semakin baik pula perilakunya dalam mengelola keuangannya dan pada akhirnya seseorang mampu mencapai kesejahteraan finansial.

Variabel berikutnya adalah *locus of control* yang merupakan keyakinan individu terhadap perilaku seseorang dan sejauh mana mereka dapat mengendalikan peristiwa yang mempengaruhi mereka (She et al., 2022). *Locus of control* sendiri memiliki pengertian sebagai faktor psikologis yang membuat seseorang yakin akan penguasaan diri dalam memutuskan suatu hal dalam suatu peristiwa yang dapat berasal dari diri sendiri (internal) dan dari faktor luar seperti lingkungan (eksternal) terhadap kejadian suatu peristiwa yang terjadi (Nada & Wijaya, 2021). Penelitian ini akan melakukan replikasi model penelitian (She et al., 2022) yang menggunakan *financial behaviour* sebagai variabel mediasi untuk mengetahui hubungan *financial knowledge*, *financial attitude*, dan *locus of control* terhadap *financial well-being*. Sampel yang digunakan dalam penelitian (She et al., 2022) adalah pekerja muda di Malaysia. Sampel penelitian ini yang akan diteliti dalam penelitian kali ini adalah Generasi Z di Indonesia yang sudah bekerja, memiliki penghasilan pribadi, dan memiliki akun e-wallet. Penelitian ini menggunakan untuk mendalami hubungan variabel *financial knowledge*, *financial attitude*, *locus of control*, dan *financial behaviour* terhadap *financial well-being*.

1.2 Pertanyaan Riset

Dari penjelasan latar belakang masalah sebelumnya, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah penelitian sebagai berikut :

1. Apakah *financial knowledge* (FK) mempunyai pengaruh signifikan dengan *financial behavior* (FB) generasi Z?
2. Apakah *financial knowledge* (FK) mempunyai pengaruh signifikan dengan *financial well-being* (FWB) generasi Z?
3. Apakah *financial attitude* (FA) mempunyai pengaruh signifikan dengan *financial behavior* (FB) generasi Z?
4. Apakah *financial attitude* (FA) mempunyai pengaruh signifikan dengan *financial well-being* (FWB) generasi Z?
5. Apakah *locus of control* (LC) mempunyai pengaruh signifikan dengan *financial behavior* (FB) generasi Z?
6. Apakah *locus of control* (LC) mempunyai pengaruh signifikan dengan *financial well-being* (FWB) generasi Z?
7. Apakah *financial behavior* (FB) mempunyai pengaruh signifikan dengan *financial well-being* (FWB) generasi Z?

Penulis juga ingin mengetahui apakah variabel Finansial behavior mampu menjadi mediasi variabel *financial knowledge*, *financial attitude*, dan *locus of control* terhadap *financial well being*.

1. Apakah *financial behavior* (FB) mampu memediasi *financial knowledge* (FK) dengan *financial well-being* (FWB)?
2. Apakah *financial behaviour* (FB) mampu memediasi *financial attitude* (FA) dengan *financial well-being* (FWB)?

3. Apakah *financial behavior* (FB) mampu memediasi *locus of control* (LC) dengan *financial well-being* (FWB)?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang yang sudah dijelaskan sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui dan menganalisis apakah *financial knowledge* (FK) memiliki hubungan positif dengan *financial behavior* (FB) generasi Z.
2. Mengetahui dan menganalisis apakah *financial knowledge* (FK) memiliki hubungan positif dengan *financial well-being* (FWB) generasi Z.
3. Mengetahui dan menganalisis apakah *financial attitude* (FA) memiliki hubungan positif dengan *financial behavior* (FB) generasi Z.
4. Mengetahui dan menganalisis apakah *financial attitude* (FA) memiliki hubungan positif dengan *financial well-being* (FWB) generasi Z.
5. Mengetahui dan menganalisis apakah *locus of control* (LC) memiliki hubungan positif dengan *financial behavior* (FB) generasi Z.
6. Mengetahui dan menganalisis apakah *locus of control* (LC) memiliki hubungan positif dengan *financial well-being* (FWB) generasi Z.
7. Mengetahui dan menganalisis apakah *financial behavior* (FB) memiliki hubungan positif dengan *financial well-being* (FWB) generasi Z.
8. Mengetahui dan menganalisis apakah *financial behavior* (FB) memediasi *financial knowledge* (FK) dengan *financial well-being* (FWB).
9. Mengetahui dan menganalisis apakah *financial behaviour* (FB) memediasi *financial attitude* (FA) dengan *financial well-being* (FWB).
10. Mengetahui dan menganalisis apakah *financial behavior* (FB) memediasi *locus of control* (LC) dengan *financial well-being* (FWB).

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan dan diharapkan mendapatkan beberapa manfaat bagi akademisi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada ilmu manajemen keuangan khususnya pada pembahasan *financial well-being*, *financial behaviour*, *financial knowledge*, *financial attitude*, dan *locus of control*. Serta dapat memberi gagasan dan wawasan baru pada penelitian selanjutnya. Penelitian ini juga diharapkan mampu menjadi bahan bacaan dan referensi untuk menambah pengetahuan, pengertian, pemahaman, terkait hubungan antar variabel yang digunakan pada penelitian. Pada akhirnya penulis berharap dapat memberikan manfaat edukasi pengetahuan finansial bagi pembaca.

