

BAB 1

PENDAHULUAN

A Latar Belakang

Pembelian kompulsif adalah perilaku membeli yang tidak terkontrol dan berulang, seringkali tanpa pertimbangan rasional, yang dapat menyebabkan dampak negatif seperti masalah keuangan dan psikologis. Fenomena ini semakin mengemuka di kalangan Generasi Z, yaitu orang yang lahir kisaran tahun 1997 hingga 2012, yang hidup dalam era digital dengan akses mudah ke platform belanja online. Kemudahan akses ini, ditambah dengan penetrasi internet yang tinggi, berpotensi meningkatkan frekuensi dan intensitas pembelian kompulsif di kalangan mereka.

Memahami faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian kompulsif pada Generasi Z sangat penting untuk mengembangkan strategi pencegahan dan intervensi yang tepat. Beberapa penelitian mengungkapkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara narsisme dan harga diri dengan perilaku pembelian kompulsif. Individu dengan tingkat narsisme yang tinggi cenderung terlibat dalam pembelian kompulsif sebagai upaya guna memperoleh pengakuan dan kekaguman dari orang luar. Sementara itu, individu dengan harga diri yang rendah mungkin menjadikan pembelian kompulsif sebagai cara untuk memperbaiki citra diri mereka (Walenta et al., 2022).

Selain faktor psikologis, faktor sosial seperti kelompok acuan dan promosi pemasaran juga berperan dalam mendorong perilaku pembelian kompulsif pada Generasi Z. Kelompok acuan, seperti teman sebaya atau

influencer media sosial, dapat mempengaruhi preferensi dan keputusan pembelian individu. Promosi pemasaran yang agresif dan strategi branding yang ditargetkan pada Generasi Z dapat menciptakan dorongan guna membeli produk tertentu tanpa pertimbangan yang matang (Ramadhan & Simanjuntak, 2018).

Perkembangan teknologi dan kemudahan akses ke platform belanja online juga memfasilitasi perilaku pembelian kompulsif. Fitur-fitur seperti “paylater” atau cicilan tanpa kartu kredit memudahkan Generasi Z dapat melakukan pembelian tanpa perlu pembayaran secara langsung, yang dapat meningkatkan risiko pembelian kompulsif (Setyohadi et al., 2023).

Dengan memahami berbagai faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian kompulsif pada Generasi Z, pihak terkait seperti pemerintah, pendidik, dan pelaku industri dapat merancang program edukasi literasi keuangan dan regulasi yang tepat untuk meminimalkan dampak negatif dari perilaku tersebut. Penting juga bagi individu untuk meningkatkan kesadaran diri dan mengembangkan kontrol diri dalam menghadapi godaan konsumsi yang berlebihan.

Emosi secara negatif seperti kecemasan dan stres juga bisa menyebabkan perilaku pembelian kompulsif. Orang yang merasakan tingkat stres atau kecemasan yang besar mungkin menggunakan belanja sebagai mekanisme coping untuk meredakan perasaan negatif tersebut (Saragih & Pusvitasari, 2022). Selain itu, stres yang berkepanjangan dapat meningkatkan risiko seseorang untuk terlibat dalam pembelian kompulsif. Individu yang tidak

mampu mengelola stres dengan baik mungkin mencari pelarian melalui aktivitas belanja yang tidak terkontrol (Amin, 2015).

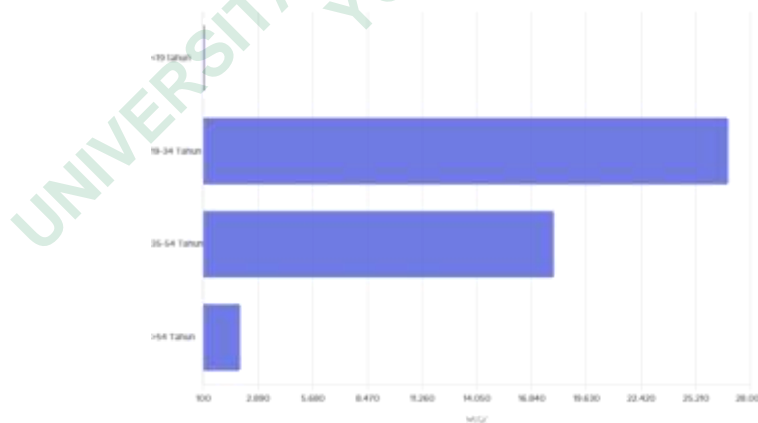
Literasi keuangan merupakan kesanggupan seseorang dalam memahami dan mengelola keuangan pribadi maupun keluarga secara efektif, termasuk keterampilan dalam membuat keputusan keuangan yang bijak, seperti memilih produk keuangan, mengelola utang, menyusun anggaran, serta melakukan kegiatan menabung dan investasi. Bagi Generasi Z, yang lahir kisaran tahun 1997 sampai 2012, literasi keuangan menjadi sangat penting mengingat mereka hidup di era digital dengan akses mudah ke berbagai produk dan layanan keuangan. Pemahaman yang baik tentang literasi keuangan dapat membantu mereka membuat keputusan finansial yang bijak dan menghindari masalah keuangan di masa depan.

Rendahnya literasi keuangan dapat berdampak negatif pada pengelolaan keuangan pribadi. Individu dengan pemahaman keuangan yang terbatas cenderung mengalami kesulitan dalam mengatur anggaran, menabung, atau berinvestasi dengan bijak. Hal ini dapat menyebabkan masalah keuangan seperti utang yang menumpuk atau ketidakmampuan menghadapi kebutuhan finansial mendesak (Yushita, 2017).

Bagi Generasi Z, rendahnya literasi keuangan dapat meningkatkan risiko perilaku konsumtif dan penggunaan produk keuangan yang tidak bijak, seperti pinjaman online dengan bunga tinggi. Kurangnya pemahaman tentang manajemen keuangan dapat membuat mereka rentan terhadap tawaran pinjaman yang tampak mudah namun berpotensi menjerat dalam utang. Ini

diperparah melalui gaya hidup konsumtif yang sering didorong oleh media sosial dan mode terbaru (Prasinta et al., 2023). Selain itu, kurangnya pengetahuan keuangan dapat menyebabkan kurangnya perencanaan keuangan jangka panjang, seperti tabungan untuk pendidikan atau investasi untuk masa depan. Generasi Z mungkin tidak siap untuk menghadapi masalah keuangan di masa depan, seperti biaya pendidikan yang tinggi atau kebutuhan dana darurat (Hariyani, 2022).

Oleh karena itu, sangat penting bagi Generasi Z untuk meningkatkan pengetahuan mereka tentang keuangan. Pendidikan keuangan sejak dini, baik formal maupun informal, dapat membantu Generasi Z memahami pentingnya manajemen keuangan yang baik. Dengan pengetahuan keuangan yang mencukupi, mereka dapat menentukan keputusan yang lebih bijak tentang uang mereka, menghindari hutang, dan mempersiapkan masa depan yang lebih stabil (Octrina et al., 2023).



Gambar 1.1 Persentase pengguna pinjaman online berdasarkan usia

Sumber: Statista, 2023

Menurut data dari Statista, penggunaan pinjaman online oleh generasi muda terus meningkat setiap tahunnya, seiring dengan kemudahan akses dan fleksibilitas layanan yang ditawarkan oleh fintech lending. Grafik yang disajikan dalam gambar 1.1 menunjukkan persentase pengguna pinjaman online berdasarkan kelompok usia, dimana mayoritas penggunanya berasal dari generasi Z.

Penyalahgunaan pinjaman online, juga dikenal sebagai "pinjol", merujuk pada penggunaan layanan pinjaman online secara tidak bijak atau melanggar peraturan. Penggunaan data pribadi tanpa izin, penipuan identitas, dan praktik penagihan yang melibatkan intimidasi adalah contoh penyalahgunaan ini. Penyalahgunaan juga mencakup perilaku pelanggan yang menggunakan pinjaman online untuk memenuhi kebutuhan konsumtif mereka tanpa memiliki perencanaan keuangan yang matang. Generasi Z mengalami fenomena ini semakin marak, terutama di daerah Yogyakarta, yang memiliki akses mudah ke teknologi dan layanan keuangan digital (Uyun et al., 2024).

Tabel 1.1 10 Aplikasi/Layanan Pinjol yang Paling Banyak Digunakan Responden (September 2023)

No	Aplikasi Pinjaman Online	Tahun 2023
1.	Akulaku	46%
2.	Kredivo	43%
3.	EasyCash	18%
4.	AdaKami	18%

No	Aplikasi Pinjaman Online	Tahun 2023
5.	Spinjam	13%
6.	Findaya	12%
7.	Indodana	11%
8.	Mekar	4%
9.	Investree	3%
10.	Danacita	2%

Sumber: Katadata Databoks, 2023

Berdasarkan laporan survei dari Populix yang berjudul *Unveiling Indonesia's Financial Evolution: Fintech Lending and Paylater Adoption*, Akulaku tercatat sebagai *platform* pinjaman online (*fintech lending*) yang paling umum digunakan oleh masyarakat Indonesia. Survei menunjukkan bahwa sebanyak 46% responden telah menggunakan layanan dari Akulaku, menjadikannya pemimpin pasar dalam kategori tersebut.

Kredivo menempati posisi kedua dengan tingkat penggunaan sebesar 43%, disusul oleh EasyCash dan AdaKami yang masing-masing digunakan oleh 18% responden. Sementara itu, layanan SPinjam milik Shopee berhasil menduduki posisi kelima, digunakan oleh 13% responden, yang menurut analisis Populix, keberhasilannya kemungkinan dipengaruhi oleh integrasinya dengan aktivitas e-commerce yang tinggi. Berikutnya, aplikasi Findaya memiliki tingkat penggunaan sebesar 12%, disusul oleh Indodana dengan 11%,

Mekar sebesar 4%, Investree sebesar 3%, serta Danacita dan Amarnya yang masing-masing digunakan oleh 2% responden.

Temuan survei ini juga mengungkap pola frekuensi penggunaan aplikasi pinjol. Sebagian besar pengguna (66%) mengakses layanan pinjaman kurang dari satu kali dalam sebulan, sementara 21% melakukannya satu kali per bulan, dan 13% menggunakan layanan tersebut dua hingga tiga kali dalam sebulan.

Dari segi jumlah pinjaman, mayoritas pengguna meminjam dana kurang dari Rp1 juta (66%), diikuti dengan pinjaman senilai Rp2 juta–Rp3 juta (24%), Rp3 juta–Rp4 juta (5%), Rp4 juta–Rp5 juta (3%), serta lebih dari Rp5 juta (3%). Survei ini dilaksanakan pada 15 hingga 18 September 2023 dengan melibatkan 420 responden yang merupakan pengguna aktif aplikasi pinjaman online, dari total 1.017 responden yang mencerminkan demografi nasional. Sebagian besar responden dari Pulau Jawa (79%), disusul oleh Sumatra (12%) dan wilayah lainnya di Indonesia (9%).

Tabel 1.2 10 Provinsi dengan kredit macet tertinggi per November 2023

No	Provinsi	Tahun 2023
1.	NTB	5,80%
2.	Jawa Barat	3,67%
3.	DKI Jakarta	2,83%
4.	Jawa Timur	2,81%
5.	Kalimantan Selatan	2,77%
6.	Jawa Tengah	2,71%
7.	DIY	2,57%
8.	Sumatra Selatan	2,54%
9.	Lampung	2,53%
10.	Kalimantan Timur	2,20%

Sumber: Harian Jogja, 2024

Menurut data yang dirilis oleh (Otoritas Jasa Keuangan. (2024, n.d.), terdapat sepuluh provinsi di Indonesia yang mencatatkan tingkat kredit bermasalah (non-performing loan/NPL) atau yang dikenal sebagai Tingkat Wanprestasi 90 Hari (TWP90) tertinggi dalam industri financial technology peer-to-peer (P2P) lending atau pinjaman online (pinjol).

Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) menempati posisi pertama sebagai wilayah dengan tingkat kredit macet tertinggi, dengan TWP90 mencapai 5,80% per November 2023. Angka ini jauh melampaui rata-rata nasional industri pinjaman online yang berada pada level 2,81%. Meskipun demikian, terdapat sedikit perbaikan dibandingkan bulan sebelumnya (Oktober 2023), di mana NTB mencatatkan TWP90 sebesar 5,81%, menunjukkan penurunan sebesar 0,01%.

Dari sisi aktivitas pengguna, NTB memiliki 137.555 akun aktif peminjam dengan total pinjaman yang belum dilunasi (outstanding loan) mencapai Rp501,67 miliar selama periode Januari hingga November 2023. Ini menandakan bahwa tingginya kredit macet di NTB tidak hanya terkait persentase, tetapi juga mencerminkan beban pinjaman yang cukup besar secara nominal.

Selain NTB, wilayah lain yang juga mengalami tingkat kredit bermasalah tinggi adalah Jawa Barat, dengan TWP90 sebesar 3,67%. Meski demikian, provinsi ini menunjukkan tren positif, karena terjadi penurunan dibandingkan Oktober 2023 yang mencatat angka 3,75%.

Sementara itu, DKI Jakarta menempati peringkat ketiga dalam daftar provinsi dengan TWP90 tertinggi, yakni mencapai 2,83% per November 2023. Angka ini masih kecil di atas rata-rata nasional, menunjukkan bahwa wilayah metropolitan pun tak luput dari risiko kredit bermasalah dalam industri pinjaman daring.

Beberapa faktor memengaruhi tingkat penyalahgunaan pinjaman online. Pertama, orang kurang memahami risiko dan konsekuensi pinjaman dengan bunga tinggi atau syarat yang memberatkan. Kedua, kemudahan pengajuan dan proses pengajuan yang cepat tanpa persyaratan ketat membuat banyak orang tergoda untuk mengambil pinjaman tanpa mempertimbangkan kemampuan mereka untuk membayar. Ketiga, gaya hidup konsumtif dan kebutuhan mendesak mendorong orang untuk mencari solusi keuangan instan tanpa perencanaan yang matang (Dantowi, 2024).

Perilaku konsumsi, khususnya pembelian kompulsif, sangat dipengaruhi oleh penyalahgunaan pinjaman online. Kemudahan mendapatkan dana cepat melalui situs pinjaman online dapat mendorong orang untuk berbelanja lebih banyak daripada yang mereka bisa bayar. Dengan fitur seperti "beli sekarang, bayar nanti" atau layanan paylater, orang dapat melakukan pembelian impulsif tanpa mempertimbangkan dengan baik, yang dapat menyebabkan masalah keuangan di kemudian hari (Setyohadi et al., 2023).

Generasi Z di Yogyakarta mungkin mengalami perilaku pembelian kompulsif karena penyalahgunaan pinjaman online, kurangnya pengetahuan tentang keuangan, dan masalah psikologis seperti kurangnya kepercayaan diri

dan kontrol diri. Oleh karena itu, sangat penting guna melakukan penelitian tentang pengaruh komponen-komponen ini terhadap pembelian kompulsif Generasi Z di Yogyakarta yang menggunakan aplikasi pinjaman online. Memiliki pemahaman yang mendalam tentang hubungan antara komponen psikologis, literasi keuangan, dan penyalahgunaan pinjaman online dapat membantu dalam membuat rencana pendidikan dan pengobatan yang berguna untuk menghindari perilaku pembelian kompulsif (Kandi & Setyaningsih, 2024).

Generasi Z, yaitu orang yang lahir kisaran tahun 1997 dan 2012, merupakan kelompok populasi terbesar di Yogyakarta. Komisi Pemilihan Umum (KPU) memberitakan bahwa jumlah pemilih dari kalangan Generasi Z pada Pemilu 2024 tercatat signifikan di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) adalah 1.187.300 dari 2.870.874 daftar pemilih tetap (DPT). Ini menunjukkan bahwa Generasi Z adalah kelompok usia terbesar di daerah tersebut. Mereka mempengaruhi banyak aspek kehidupan, seperti perilaku konsumsi dan keuangan, karena sifat unik mereka, seperti kecenderungan mereka terhadap interaksi online dan teknologi digital (Ekananda & Rachma Marcillia, 2019).

Studi yang dilakukan di Yogyakarta menunjukkan bahwa faktor psikologis, literasi keuangan, dan penyalahgunaan pinjaman online berdampak pada pembelian kompulsif Generasi Z. Sangat penting untuk mempunyai pengetahuan mendalam terkait faktor-faktor yang berdampak pada perilaku keuangan mereka karena Generasi Z sangat besar dan sangat banyak menggunakan teknologi finansial. Hal ini dapat membantu dalam pembuatan

kebijakan dan program edukasi keuangan yang tepat sasaran yang bertujuan untuk mencegah perilaku konsumtif yang tidak sehat (Pemkot Ajak Generasi Muda Bijak Kelola Keuangan, n.d.).

Berdasarkan latar belakang yang di atas penelitian ini memiliki kebaruan dibandingkan penelitian sebelumnya dengan beberapa perbedaan signifikan. Pertama, penelitian ini berfokus pada penggunaan aplikasi pinjaman online secara umum, bukan terbatas pada fitur paylater, sehingga cakupan instrumen keuangan digital yang diteliti menjadi lebih luas. Kedua, sasaran demografis bergeser dari masyarakat Jabodetabek ke Generasi Z di Yogyakarta, sehingga menghadirkan konteks sosial dan budaya yang berbeda yang dapat memengaruhi perilaku keuangan dan belanja impulsif. Ketiga, fenomena pinjaman *online misuse* sebagai variabel baru diperkenalkan, menggantikan fokus sebelumnya pada paylater misuse, untuk menangkap bentuk penyalahgunaan layanan keuangan digital yang lebih beragam. Dengan adanya perubahan dalam ruang lingkup wilayah, subjek, dan objek penelitian ini, diharapkan dapat menambah wawasan dalam literatur serta memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai perilaku pembelian kompulsif di era digital.

B Rumusan Masalah

Masalah yang menjadi latar belakang penelitian ini Generasi Z, terutama di Yogyakarta, semakin banyak menggunakan aplikasi pinjaman *online* di era modern. Meskipun aplikasi ini mudah mendapatkan dana, ada kekhawatiran tentang efeknya terhadap perilaku konsumtif, terutama membeli secara paksa.

Hal ini menjadi penting untuk diteliti karena perilaku belanja kompulsif dapat mengakibatkan masalah keuangan yang serius bagi individu, terutama bagi mereka yang belum memiliki pemahaman yang cukup tentang manajemen keuangan. Rumusan masalah dari penelitian ini yaitu:

1. Apakah terdapat pengaruh *psychological factors* terhadap pinjaman *online misuse* pada pengguna aplikasi pinjaman *online* Generasi Z di Yogyakarta?
2. Apakah terdapat pengaruh *financial literacy* terhadap pinjaman *online misuse* pada pengguna aplikasi pinjaman *online* Generasi Z di Yogyakarta?
3. Apakah terdapat pengaruh *psychological factors* terhadap *compulsive buying* pada pengguna aplikasi pinjaman *online* Generasi Z di Yogyakarta?
4. Apakah terdapat pengaruh *financial literacy* terhadap *compulsive buying* pada pengguna aplikasi pinjaman *online* Generasi Z di Yogyakarta?
5. Apakah terdapat pengaruh pinjaman *online misuse* terhadap *compulsive buying* pada pengguna aplikasi pinjaman *online* Generasi Z di Yogyakarta?

C Tujuan Penelitian

Mengacu rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menguji dan menganalisis:

1. Menguji pengaruh *psychological factors* terhadap pinjaman *online misuse* pada pengguna aplikasi pinjaman *online* Generasi Z di Yogyakarta.
2. Menguji pengaruh *financial literacy* terhadap pinjaman *online misuse* pada pengguna aplikasi pinjaman *online* Generasi Z di Yogyakarta.
3. Menguji pengaruh *psychological factors* terhadap *compulsive buying* pada

pengguna aplikasi pinjaman *online* Generasi Z di Yogyakarta.

4. Menguji pengaruh *financial literacy* terhadap *compulsive buying* pada pengguna aplikasi pinjaman *online* Generasi Z di Yogyakarta.
5. Menguji pengaruh pinjaman *online misuse* terhadap *compulsive buying* pada pengguna aplikasi pinjaman *online* Generasi Z di Yogyakarta.

D Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang perilaku konsumen dan keuangan. Secara teoritis, penelitian ini dapat memperkaya literatur mengenai faktor psikologis, literasi keuangan, dan penyalahgunaan pinjaman *online* dalam kaitannya dengan perilaku pembelian kompulsif. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar bagi penelitian selanjutnya dalam mengembangkan model atau teori yang lebih komprehensif mengenai perilaku konsumsi di era digital, khususnya pada Generasi Z.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini dapat memberikan wawasan kepada penyedia layanan pinjaman *online* mengenai dampak produk finansial mereka terhadap perilaku konsumsi pengguna, sehingga dapat menjadi dasar dalam menyusun kebijakan yang lebih bertanggung jawab. Selain itu, penelitian ini juga dapat bermanfaat bagi lembaga keuangan, pemerintah, dan regulator dalam merancang strategi edukasi keuangan yang lebih efektif

guna mengurangi perilaku konsumtif yang berlebihan akibat pinjaman *online*.

3. Manfaat bagi Generasi Z

Bagi generasi Z, penelitian ini dapat meningkatkan kesadaran mengenai pentingnya literasi keuangan dan dampaknya terhadap kebiasaan konsumsi. Dengan memahami faktor psikologis yang mempengaruhi perilaku pembelian kompulsif. Generasi Z dapat lebih bijak dalam mengelola keuangan pribadi dan menghindari jebakan utang dan pinjaman *online*. Selain itu, penelitian ini juga dapat membantu mereka mengembangkan keterampilan pengelolaan finansial yang lebih baik agar dapat mencapai stabilitas keuangan di masa depan.

E Ruang Lingkup

Penelitian ini memusatkan perhatian pada perilaku Generasi Z di wilayah Yogyakarta yang aktif memanfaatkan layanan pinjaman online. Fokus utama kajian mencakup aspek psikologis, tingkat literasi keuangan, serta indikasi penyalahgunaan fasilitas pinjaman digital. Selain itu, penelitian ini juga menelaah bagaimana ketiga faktor tersebut berkontribusi terhadap kecenderungan perilaku pembelian kompulsif (*compulsive buying*) di kalangan responden. Analisis dilakukan melalui survei terhadap responden yang menggunakan layanan pinjaman *online* dengan rentang usia 18-27 tahun.

F Batasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa batasan agar tetap fokus dan terarah, antara lain:

1. Penelitian hanya dilakukan pada individu berusia 18-27 tahun yang berdomisili di Yogyakarta.
2. Hanya layanan aplikasi pinjaman *online* yang digunakan dalam transaksi konsumtif yang menjadi fokus penelitian.
3. Data diperoleh melalui kuesioner *online* dan tidak mencakup wawancara mendalam atau studi kualitatif lainnya.
4. Variabel yang dianalisis hanya mencakup faktor psikologis, literasi keuangan, dan penyalahgunaan pinjaman *online*, tanpa mempertimbangkan faktor eksternal lainnya seperti kebijakan pemerintah atau penengaruh sosial yang lebih luas.