

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

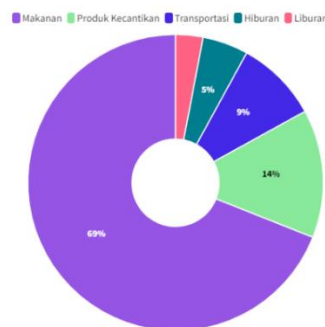
Zaman yang semakin berkembang dan semakin maju tentu menuntut manusia untuk dapat membuat ataupun menciptakan semakin banyak hal baru yang dapat mempermudah aktivitas manusia dalam kesehariannya. Tentu manusia selalu menginginkan cara yang lebih mudah atau praktis untuk bisa menunjang segala kegiatan sehari-hari. Hal ini bersamaan dengan semakin pesatnya perkembangan teknologi saat ini, bahkan hampir seluruh kegiatan manusia selalu beriringan dengan teknologi. Kemudahan yang didapat dengan adanya teknologi yang semakin canggih tentu dapat menunjang segala kegiatan tiap individu dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Perkembangan teknologi yang terjadi bersamaan dengan semakin berkembangnya perekonomian. Masyarakat tentu harus bisa melakukan pengelolaan keuangannya secara baik. Seseorang dengan keinginan yang tinggi untuk melakukan pengeluaran keuangan secara besar tanpa mempertimbangkan kondisi keuangan mereka tentu akan menjurus pada perilaku yang konsumtif. Menurut Sovi Soviati dalam laman Direktorat Jenderal Kekayaan Negara, perilaku konsumtif merupakan perilaku yang menggambarkan dimana seseorang senang melakukan pengeluaran keuangan secara berlebihan tanpa pertimbangan yang matang.

Menurut OJK, generasi z sebagai kelompok usia produktif yang bekerja dan memiliki pendapatan untuk membiayai belanja dan kebutuhan sehari-hari, namun tidak cakap dalam mengatur keuangannya dan cenderung menjadi konsumtif (OJK, 2023). Perilaku konsumtif saat ini banyak terjadi di masyarakat, berdasarkan data dari *finance.detik.com* tahun 2023, mengatakan bahwa perilaku konsumtif di kalangan generasi Z menjadi suatu perilaku yang semakin dinormalisasi, 8 dari 9 sampel generasi Z menyatakan bahwa mereka melakukan *impulsive buying* yang merupakan salah satu bentuk perilaku konsumtif. Kemudian maraknya fitur

paylater dalam beragam aplikasi dompet *digital*, *bank digital*, maupun *e-commerce* turut mempengaruhi adanya kecenderungan perilaku konsumtif di kalangan generasi Z (Feirisa & Rani, 2023). Kemudian, menurut riset yang dilakukan McKinsey and Company menunjukkan bahwa 24% konsumen generasi Z di Negara Indonesia memiliki kecenderungan sifat *shopaholic* dan senang menghabiskan serta memiliki peluang waktu yang banyak bagi mereka untuk membandingkan suatu produk atau jasa secara *online* sehingga mereka bisa melakukan pembelian secara tidak terencana, hal ini menunjukkan adanya perilaku konsumtif pada generasi Z di Indonesia.

Karakteristik yang melekat pada generasi z adalah mengenai perilakunya terhadap uang. Generasi z dikenal sebagai generasi yang boros dan hedon, tidak suka menabung dan lebih memilih menghabiskan uangnya untuk jajan dengan tujuan untuk dipamerkan (*flexing*), hal ini tentu merujuk pada perilaku yang konsumtif (Yonatan, 2024). Perkembangan teknologi tentu mendorong timbulnya gaya hidup konsumtif di kalangan generasi z. kehidupan yang semakin mudah, semua serba instan, selain itu kebiasaan generasi z saat ini yang apabila tidak memiliki uang cenderung akan meminjam, apabila bosan cenderung *scrolling* sosial media. Inovasi teknologi inilah yang menimbulkan rasa nyaman pada generasi z dengan gaya hidupnya yang cenderung boros dan minim literasi keuangan.



Gambar 1. 1 Proporsi Pengeluaran Bulanan Gen Z (2024)

Sumber : *goodstats.id* (2024)

Menurut survey Populix, sebagian besar anggota Gen Z (69%) mengalokasikan pengeluaran mereka untuk makanan. Selain itu, 14% dari responden menggunakan

uang mereka untuk produk kecantikan, 9% untuk transportasi, 5% untuk hiburan, dan 3% untuk liburan. Survei ini melibatkan 875 responden Gen Z di Indonesia dan dilakukan secara online antara tanggal 19 hingga 30 April 2024.

Berdasarkan fenomena tersebut, menurut data dari finance.detik.com diketahui bahwa terdapat 10 kota yang menjadi sumber perekonomian Indonesia. Lebih dari setengah perekonomian Indonesia bersumber dari pulau Jawa dan termasuk Jawa Barat. Salah satu daerah di Jawa Barat yang berperan dalam perekonomian Indonesia adalah Kabupaten Karawang dengan porsi ekonomi sebesar 1,43% (Jefriando, 2017). Kabupaten Karawang sebagai salah satu daerah pusat ekonomi di Jawa Barat memiliki tingkat konsumsi yang terus meningkat setiap tahunnya. Adapun penduduk Kabupaten Karawang per 2024 sebanyak 2.526.002 dengan jumlah penduduk generasi z usia 20-24 tahun sebanyak 197.651 (BPS, 2024).

Karawang adalah salah satu kabupaten di Jawa Barat, Indonesia, yang dikenal dengan sektor industrinya yang berkembang pesat. Seperti di banyak daerah lainnya, tingkat konsumsi warga Kabupaten Karawang dapat bervariasi tergantung pada faktor ekonomi, sosial, dan budaya. Secara umum, masyarakat di daerah industri seringkali memiliki pola konsumsi yang lebih tinggi karena adanya pendapatan yang lebih stabil dan lebih besar dibandingkan dengan daerah yang lebih agraris atau pedesaan.

Berdasarkan penelitian (Nurunnisa, 2024) yang dilakukan pada mahasiswa di Kabupaten Karawang yang termasuk dalam kelompok generasi z, mendapatkan hasil temuan bahwa perilaku konsumtif pada generasi z di Kabupaten Karawang berada dalam kategori tinggi dimana indikator *irrational buying* dan *wasteful buying* masuk dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa generasi z di Kabupaten Karawang dalam berbelanja mengutamakan keiginan daripada kebutuhan sertra melakukan pembelian yang berlebihan sehingga menimbulkan pemborosan.

Kemudian berdasarkan fenomena tersebut, menurut penelitian yang dilakukan oleh (Monica, 2023) salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif adalah literasi keuangan. Ketika seseorang memiliki pemahaman akan literasi

keuangan yang rendah, maka pemahaman akan konsep pengelolaan keuangan seseorang pun dapat dikatakan kurang baik, sehingga dapat menimbulkan adanya perilaku konsumtif, dimana seseorang gemar mementingkan keinginan daripada kebutuhan. Namun sebaliknya, seseorang dengan literasi keuangan yang tinggi tentu memiliki pemahaman akan pengelolaan keuangan yang baik, sehingga terhindar dari perilaku konsumtif (Monica Oktaviani, 2023).

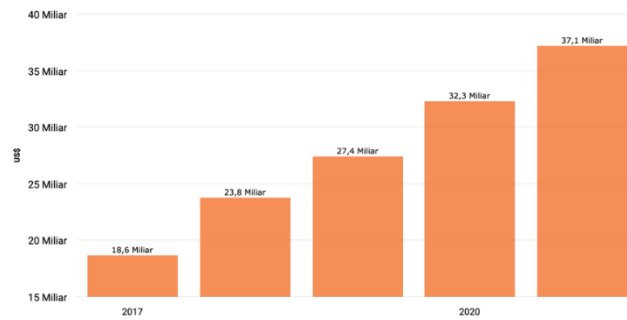
Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) literasi keuangan adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang memengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan untuk mencapai kesejahteraan keuangan masyarakat. Berdasarkan survey yang dilakukan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada 2022 menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan penduduk Indonesia adalah sebesar 49,68%, lebih tinggi jika dibandingkan dengan tahun 2013 sebesar 21,84%, 2016 sebesar 29,70% dan 2019 sebesar 38,03%. (Otoritas Jasa Keuangan, 2022). Angka tersebut menunjukkan angka dibawah 50% yang artinya pelaksanaan edukasi keuangan dalam rangka peningkatan literasi keuangan masyarakat tentu sangat diperlukan.

Selain itu, menurut penelitian yang dilakukan oleh (Miranda, 2018) selain literasi keuangan, tingkat penggunaan *financial technology payment* yang tinggi atau *overused* merupakan faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif di masyarakat, adanya kecenderungan penggunaan *fintech* secara berlebih atau *overused* yang disebabkan karena kemudahan akses yang diberikan serta kepraktisan dalam transaksi yang membuat seseorang cenderung sulit dalam mengontrol diri sehingga menimbulkan perilaku konsumtif (Minanda, Roslan, & Anggraini, 2018). Secara umum, *overused* menunjukkan bahwa sesuatu telah mencapai titik di mana penggunaan yang berlebihan membuatnya kurang berdampak atau bahkan mengganggu.

Beberapa ahli mengatakan bahwa seseorang tergolong *overused fintech payment* ditandai dengan frekuensi penggunaan yang tinggi. Frekuensi penggunaan *fintech* yang tinggi dapat ditandai dengan beberapa indikator spesifik yang menunjukkan tingkat keterlibatan dan interaksi yang sangat tinggi dengan aplikasi

atau layanan *fintech*. Menurut Chris Skinner penulis *Digital Bank : Strategies to Launch or Become a Digital Bank*, menyebutkan bahwa frekuensi akses yang tinggi seperti memeriksa saldo dan melakukan transaksi beberapa kali dalam sehari adalah tanda penggunaan yang intens dan merujuk pada penggunaan berlebih. Kemudian, menurut H. James Wilson dalam artikel *Harvard Business Review*, mengidentifikasi bahwa menghabiskan beberapa jam sehari dalam aplikasi *fintech* dapat menandakan penggunaan yang sangat intens dan berpotensi berlebihan. Kemudian menurut Sherry Turkle dalam buku “*Alone Together : Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*” (2011) yang membahas bagaimana teknologi, termasuk aplikasi *fintech* dapat mempengaruhi perilaku sosial dan emosional. Dalam buku ini, seseorang tergolong *overused* penggunaan *fintech payment* ditandai dengan perilaku konsumtif yang tinggi yang ditandai dengan meningkatnya frekuensi dan volume transaksi yang dilakukan menggunakan *fintech*, serta kurangnya kontrol diri karena tekanan atau dorongan sosial.

Financial technology menurut Bank Indonesia merupakan hasil dari gabungan antara teknologi dengan jasa keuangan, dengan mengubah model bisnis dari konvensional menjadi modern, yang sebelumnya membayar harus secara tatap muka/ secara langsung dengan membawa sejumlah uang kas, namun kini pembayaran atau transaksi dapat dilakukan secara jarak jauh dalam hitungan detik saja (Bank Indonesia, 2018). Dengan memanfaatkan kecanggihan dari *financial technology payment* seperti *mobile banking*, *DANA*, *OVO*, *Go-pay*, *Shopeepay*, dan *fintech payment* lainnya, kemudahan yang diberikan oleh *financial technology payment* ini tentu sangat mempermudah segala aktifitas manusia dalam melakukan *payment* atau transaksi.



Gambar 1. 2 Transaksi Fintech di Indonesia (2017-2021)

Sumber : *databoks.katadata.id 2017*

Berdasarkan gambar atau data di atas, transaksi *Fintech* Indonesia pada tahun 2017 diperkirakan mencapai 18,65 miliar USD. Jumlah ini akan meningkat menjadi 37,15 miliar USD pada tahun 2022, dengan tingkat pertumbuhan tahunan gabungan *Compounded annual growth rate (CAGR)* 2017-2021 sebesar 18,8% (*databoks, 2017*). Besarnya populasi dan banyaknya masyarakat Indonesia yang belum terjangkau oleh lembaga keuangan menjadi tantangan bagi *startup fintech* di tanah air. Kemudian, dapat dipastikan dengan semakin banyaknya penggunaan *fintech* di masyarakat, maka transaksi *fintech* dari tahun ke tahun pun semakin meningkat, dibuktikan dengan semakin banyaknya jumlah perusahaan *fintech* di Indonesia.



Gambar 1. 3 Jumlah Perusahaan Fintech Di Indonesia (2017-2021)

Sumber : *DataIndonesia.id 2021*

Berdasarkan data di atas, Indonesia tercatat memiliki 440 perusahaan *fintech* pada 2017. Jumlahnya kemudian meningkat 32,5% menjadi 583 perusahaan setahun setelahnya. Jumlah perusahaan *fintech* kembali meningkat menjadi 691

Annisa Dwi Aryani, 2024

PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN TINGKAT OVERUSED FINANCIAL TECHNOLOGY PAYMENT TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z DI KABUPATEN KARAWANG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

unit pada 2019 dan 758 unit pada 2020. Angkanya naik lagi 3,56% menjadi 785 perusahaan *fintech* per September 2021. Dapat dikatakan bahwa jumlah perusahaan *fintech* di Indonesia dari tahun ke tahun semakin meningkat, hal ini berarti bahwa tingkat penggunaan atau tingkat adopsi *financial technology payment* juga semakin meningkat di kalangan masyarakat. Menurut laporan survei Asosiasi Fintech Indonesia (Aftech), pada kuartal II 2023 pengguna teknologi finansial atau *fintech* di Indonesia didominasi kelompok berpendapatan menengah. Mayoritas atau 41,5% responden pengguna *fintech* di Indonesia memiliki pendapatan antara Rp5 juta-Rp10 juta per bulannya. *Financial technology payment* menawarkan banyak kemudahan dalam hal *financial*.

Salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah literasi keuangan seseorang, yang lebih mementingkan keinginan daripada kebutuhan, serta melakukan pengeluaran keuangan secara berlebih tanpa pertimbangan yang matang, artinya pemahaman dan pengetahuan seseorang mengenai pengelolaan keuangan dapat dikatakan kurang baik, sehingga menggambarkan kualitas seseorang dalam pengambilan keputusan keuangan. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rahmawati & Mirati, 2022) bahwa apabila seseorang memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi maka perilaku konsumtif seseorang akan rendah, sebaliknya apabila seseorang memiliki tingkat literasi keuangan yang rendah, maka perilaku konsumtif seseorang akan tinggi. Rendahnya literasi keuangan seseorang dapat menimbulkan adanya pengelolaan keuangan yang kurang baik. Seseorang yang lebih memilih untuk membelanjakan uangnya secara berlebih dibandingkan untuk menabung ataupun berinvestasi akan mengarah pada perilaku konsumsi yang berlebihan atau mengarah pada perilaku konsumtif.

Selain itu, penyebab timbulnya perilaku konsumtif adalah adanya penggunaan *fintech payment* yang berlebih pada individu. Tingkat *overused financial technology payment* yang sangat pesat menyebabkan segala aktifitas beriringan dengan teknologi, dimana aktifitas transaksi saat ini pun banyak menggunakan *fintech payment*. Tingginya persentase penggunaan *fintech* di masyarakat menunjukkan bahwa semakin tinggi transaksi yang terjadi melalui *fintech payment*.

Menurut (Mujahidin & Astuti, 2020), *financial technology payment* memberikan

Annisa Dwi Aryani, 2024

PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN TINGKAT OVERUSED FINANCIAL TECHNOLOGY PAYMENT TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z DI KABUPATEN KARAWANG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

kemudahan transaksi di masyarakat sehingga masyarakat berkeinginan untuk melakukan kegiatan konsumsi, karena kemudahan yang diberikan inilah membuat masyarakat cenderung memiliki perilaku konsumsi yang berlebihan yang mengarah pada perilaku konsumtif.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Aulia Rahmi, 2024) dan (Monica Oktaviani M. O., 2023) menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Namun berlawanan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Dzawammadani, 2022) dan (Simarmata & Ivonne Stanley Saerang, 2024) yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Kemudian berdasarkan penelitian (Kurniawan, 2022) dan (Mujahidin & Astuti, 2020) yang menyatakan bahwa tingkat *overused financial technology payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Namun, berlawanan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Agustin & Abidin, 2022) dan (Meilani, 2024) yang menyatakan bahwa tingkat penggunaan *digital payment* atau *fintech payment* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Berdasarkan latar belakang dan *research gap* yang disebutkan di atas, masih terdapat perbedaan atau kesenjangan pada hasil penelitian terdahulu. Maka dari itu, peneliti terdorong untuk mengkaji penelitian dengan judul “**Pengaruh Literasi Keuangan dan Tingkat *Overused Financial Technology Payment* Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Di Kabupaten Karawang**”

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan pokok dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran literasi keuangan pada generasi Z di Kabupaten Karawang?
2. Bagaimana gambaran tingkat *overused financial technology payment* pada generasi Z di Kabupaten Karawang?

3. Bagaimana gambaran perilaku konsumtif generasi Z di Kabupaten Karawang?
4. Bagaimana pengaruh literasi keuangan dan tingkat *overused financial technology payment* terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kabupaten Karawang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitiann ini adalah

1. Untuk mengetahui gambaran literasi keuangan pada generasi Z di Kabupaten Karawang
2. Untuk mengetahui tingkat *overused financial technology payment* pada generasi Z di Kabupaten Karawang
3. Untuk mengetahui gambaran perilaku konsumtif generasi Z di Kabupaten Karawang
4. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan dan tingkat *overused financial technology payment* terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kabupaten Karawang

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Ilmiah
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi terbaru dan dapat meningkatkan pengetahuan mengenai bagaimana literasi keuangan dan tingkat *overused financial technology payment* mempengaruhi perilaku konsumtif generasi z di Kabupaten Karawang.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana pengembangan ilmu yang dapat dipelajari secara teoritis dalam perkuliahan.
 - c. Diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya.
2. Kegunaan Praktis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran di masyarakat khususnya generasi Z di Kabupaten Karawang untuk bisa meningkatkan

literasi keuangan agar dapat lebih bijak dalam mengambil keputusan keuangan.

- b. Diharapkan dapat memberikan serta meningkatkan kesadaran bagi generasi Z di Kabupaten Karawang untuk bisa menggunakan *fintech payment* secara bijak.
- c. Diharapkan dapat memberikan kesadaran bagi generasi Z di Kabupaten Karawang untuk bisa mengurangi perilaku konsumsi secara berlebihan atau konsumtif dengan cara meningkatkan pemahaman literasi keuangan serta bijak dalam penggunaan *fintech payment* di era yang serba *digital* saat ini, juga diharapkan dapat mengelola keuangan secara bijaksana.