

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Saat ini sebanyak 88,1% pengguna internet di Indonesia memakai layanan e-commerce untuk membeli produk tertentu dalam beberapa bulan terakhir. Persentase ini didominasi generasi Z dan milenial yang berkontribusi terhadap 85% dari total transaksi (Lidwina, 2021). Dimana dari 85% transaksi pada *e-commerce* dilakukan konsumen dengan rentan usia 18 tahun-35 tahun, dengan rincian, usia 18 tahun-25 tahun (36%) dan 26 tahun-40 tahun (49%) (Muazam, 2020). Di sisi lain Otoritas Jasa Keuangan (OJK), menyatakan generasi muda (18 tahun-40 tahun) memiliki tingkat literasi dan inklusi keuangan yang relatif lebih tinggi dibandingkan dengan kelompok usia lainnya. Kedua hal ini menjadi penyebab banyaknya perusahaan membuka kredit konsumen online memiliki efek mendalam pada kehidupan modern dan perilaku konsumsi (Han et al., 2019). Kredit konsumen online adalah salah satu fitur keuangan konsumen dan secara bertahap menjadi metode utama untuk mendapatkan kredit dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari (Hao et al., 2019). Di Indonesia sendiri terdapat beragam kredit konsumen online seperti Kredivo, Akulaku, Homecredit, Paylater dan lain sebagainya.

Kredivo didirikan oleh Akshay Garg selaku CEO perusahaan FinAccel (Rahardyan, 2021), dengan tujuan dijadikannya pilihan bagi masyarakat yang tidak atau belum memiliki Bank konvensional serta memperluas layanan jasa keuangan di Indonesia. Berbeda dengan kredit konvensional, Kredivo merupakan salah satu

penyedia layanan kartu kredit digital guna memberikan kredit instan tanpa menggunakan kartu. Syarat pendaftaran dilakukan dengan sistem *online* tanpa survey serta maksimal waktu *approve* paling lama 24 jam. Hal ini sangat menghemat waktu dan mempermudah bagi masyarakat yang membutuhkan suatu barang saat itu juga, apalagi syarat awal mendaftar aplikasi ini yakni hanya mengisi biodata pribadi, menginput foto KTP dan login di salah satu *e-commerce* yang berpartisipasi dengan Kredivo. Kredivo berpartisipasi dengan 200 lebih merchant *online* dan *offline* yang sudah beroperasi di Indonesia.

Sistem pembayaran yang disediakan oleh Kredivo yakni selama 30 hari dengan bunga 0% dan cicilan selama 3 atau 6 atau 12 bulan dengan bunga sebesar 2,95%. Selain untuk membeli barang-barang di *e-commerce*, Kredivo juga bisa digunakan untuk membayar segala kebutuhan rumah tangga seperti membayar listrik, air, dan sebagainya. Kredivo mengeluarkan beberapa fitur baru guna semakin mempermudah para penggunanya, yaitu fitur tanpa adanya DP jika ingin mengajukan cicilan dan pinjaman uang tunai tanpa jaminan. Aplikasi Kredivo sangat aman dan dapat dipercaya, karena telah terdaftar dan diawasi oleh OJK (Otoritas Jasa Keuangan)

Pengguna utama kredit konsumen online di Indonesia adalah generasi muda, yang mahir berbelanja online. Generasi muda ini dapat segera mendapatkan kredit setelah mendaftar di platform kredit online, dan dapat membayarnya dengan cicilan. Kredit konsumen online mendukung peningkatan tingkat konsumsi masyarakat, tetapi juga dapat menyebabkan banyak masalah ekonomi dan sosial. Munculnya perilaku kredit berisiko (misalnya: pinjaman macet, penyalahgunaan

kredit, dan pinjaman berbunga tinggi) dapat mengancam gaya hidup dan kesehatan mental masyarakat, dan juga sangat mengganggu keseimbangan pasar keuangan konsumen. Meskipun pemerintah, bank, dan lembaga keuangan lainnya telah mengeluarkan berbagai kebijakan peraturan dan langkah-langkah tata kelola untuk mengendalikan kredit konsumen online, masalah masih ada. Perilaku kredit berisiko dari masyarakat adalah salah satu masalah seperti itu, dan dengan demikian telah mendapatkan perhatian dari para pembuat kebijakan, praktisi, dan peneliti keuangan konsumen.

Kredit konsumen online disediakan melalui layanan keuangan berbasis Internet, dan terutama melibatkan konsumsi kartu kredit, pinjaman tunai kecil, dan angsuran (Han et al., 2019; Hao et al., 2019). Kredit konsumen online memberlakukan lebih sedikit pembatasan pada konsumen daripada layanan kredit konsumen tradisional, dan karenanya sangat populer di kalangan generasi muda. Sebagian besar generasi muda di Indonesia memiliki pendapatan dan tabungan yang tidak stabil dan menghadapi banyak risiko yang tidak terduga ketika mendapatkan kredit konsumen online, dan bahkan mungkin terjebak dalam penipuan keuangan, gagal bayar kredit, dan jebakan lainnya. Ketersediaan kredit online yang mudah ini turut membawa risiko yang meningkat juga disertai dengan kondisi ekonomi yang terinflasi dan menurun. Dengan demikian, perilaku kredit konsumen telah menjadi fokus dari banyak penelitian. Beberapa memeriksa penyebab dari perilaku kredit berisiko, seperti sikap kredit afektif (Hayhoe et al., 2000), mencari sensasi (Worthy et al., 2010), status sosial ekonomi orang tua (Xiao et al., 2011), pembelian kompulsif (Palan et al., 2011), kontrol diri (Peltier et al.,

2016; Singh et al., 2018), dan sikap terhadap uang (Aydin dan Selcuk 2019; Sohn et al., 2012). Hubungan antara literasi keuangan dan perilaku kredit konsumen telah dipelajari, dan literasi keuangan individu telah ditemukan memiliki efek signifikan pada investasi (Abreu dan Mendes, 2010; Hilgert et al., 2003; Rooij et al., 2011), perencanaan pensiun (Clark et al., 2017; Lusardi dan Mitchell, 2011), penyalahgunaan kartu kredit (Borden et al., 2008), dan kesejahteraan finansial (Limbu, 2017). Meskipun ada beberapa temuan penting, hanya sedikit peneliti telah menyelidiki mekanisme interaksi antara literasi keuangan dan perilaku kredit berisiko dalam konteks keuangan konsumen.

Perilaku kredit konsumen tradisional, sebagaimana diwakili oleh konsumsi kartu kredit, umumnya menjadi fokus penelitian dan fitur-fitur baru serta masalah kredit konsumen online jarang dipertimbangkan (Lusardi et al., 2010; Palan et al., 2011; Xiao et al., 2011). Namun, ini telah menjadi jenis kredit utama bagi beberapa orang, dan dapat memberikan wawasan tentang perkembangan keuangan konsumen. Dari berbagai penelitian yang telah ada hubungan antara literasi keuangan dan perilaku kredit online mereka tetap sangat ambigu. Pengambilan keputusan mereka dalam hal pilihan kredit tergantung pada literasi keuangan mereka, dan kemampuan mereka untuk belajar dan menerapkan pengetahuan keuangan mempengaruhi kognisi risiko dan preferensi keputusan mereka. Literasi ini juga merupakan faktor penting dalam pemilihan perilaku kredit berisiko (misalnya konsumsi yang mencolok, pembelian kompulsif, dan penyalahgunaan kartu kredit). Pengetahuan tentang kartu kredit, sikap keuangan, dan karakteristik individu lainnya telah ditemukan berdampak pada pencarian kredit mereka (Aydin

dan Selcuk, 2019; Limbu, 2017; Sohn et al., 2012), tetapi beberapa penelitian telah berfokus pada mekanisme di mana literasi keuangan mempengaruhi perilaku kredit.

Sebagian besar masyarakat saat ini tidak memiliki sumber daya keuangan independen atau pengalaman sosial yang memadai, dan tingkat melek finansial masyarakat lebih tergantung pada pendidikan sekolah dan keluarga (Limbu, 2017). Namun, dalam praktiknya beberapa memperoleh pendidikan keuangan yang memadai (Chen dan Volpe, 2002; Xiao dan Porto, 2017). Dengan perkembangan keuangan konsumen, kredit konsumen online menyediakan banyak metode yang nyaman bagi masyarakat untuk menghindari kendala keuangan individu mereka, tetapi juga menantang literasi keuangan mereka. Mereka harus sering mengintegrasikan berbagai pengetahuan keuangan (mis., kebijakan keuangan, suku bunga, dan inflasi) untuk mengidentifikasi keaslian layanan kredit *online*, membandingkan manfaat atau biayanya, dan membuat keputusan konsumsi yang tepat secara efisien (Cwynar et al., 2019; Paskelian et al., 2018). Dengan demikian, masyarakat dengan tingkat melek finansial yang lebih rendah tidak hanya akan memiliki kognisi palsu dan penilaian nilai tentang hak dan tanggung jawab layanan kredit online, tetapi juga dapat terlibat dalam penyalahgunaan kredit dan perilaku kredit berisiko lainnya. Selain itu, tingkat melek finansial yang rendah akan mendorong konsumsi yang mencolok dan pembelian impuls, yang akan meningkatkan kemungkinan perilaku kredit yang berisiko (Aydin dan Selcuk, 2019).

Penelitian terbaru dalam psikologi dan ekonomi perilaku telah menyarankan bahwa *self-efficacy* memainkan peran penting dalam hubungan antara pengetahuan

dan perilaku individu (Braunstein dan Welch, 2002). *Self-efficacy* tidak hanya merupakan hasil dari evaluasi diri pengetahuan individu, tetapi juga merupakan antecedent untuk terlibat dalam perilaku yang diinginkan (Perry dan Morris, 2005). Teori perilaku terencana (TPB) menunjukkan bahwa *self-efficacy* memotivasi individu untuk membuat rencana dan tujuan eksplisit dan memfasilitasi transformasi efektif pengetahuan mereka menjadi perilaku (Ajzen, 2002; Armitage and Conner, 2001). Beberapa peneliti telah menemukan bahwa literasi keuangan memiliki efek tidak langsung pada kredit konsumen (Limbu, 2017). Perry dan Morris (2005) mencatat bahwa pengendalian diri memediasi hubungan antara pengetahuan keuangan dan perilaku manajemen keuangan. Limbu (2017) menyarankan bahwa *self-efficacy* dalam hal penggunaan kartu kredit mereka memediasi dampak pengetahuan mereka pada penyalahgunaan kartu kredit. Literasi keuangan jelas secara langsung mempengaruhi pengambilan keputusan keuangan individu, tetapi juga secara tidak langsung mempengaruhi perilaku konsumen melalui *self-efficacy* keuangan. Tingkat melek finansial yang tinggi dapat meningkatkan kepercayaan diri dan pengendalian diri dan keuangan serta membimbing mereka untuk membuat keputusan konsumsi yang rasional, yang pada gilirannya menahan perilaku kredit berisiko mereka.

Berbagai penelitian telah menunjukkan bahwa *financial stress* memiliki dampak yang signifikan terhadap perilaku kredit konsumen (Archuleta et al., 2013; Baker dan Montalto, 2019; Ross et al., 2006). Sebagian besar masyarakat yang tidak memiliki pendapatan yang stabil, tetapi harus membayar banyak biaya hidup, yang mengharuskan mereka untuk menangani ketegangan antara permintaan konsumsi

dan tekanan keuangan dengan baik (Britt et al., 2015; Joo et al., 2008). Beberapa peneliti berpendapat bahwa *financial stress* memiliki dampak negatif masalah kesehatan mental seperti kecemburuan, kecemasan, dan depresi (Cadaret dan Bennett, 2019; Ross et al., 2006).

Berdasarkan berbagai pernyataan di atas maka penelitian ini dilakukan untuk mengetahui lebih lanjut mengenai Pengaruh Financial Literacy terhadap Risky Credit Behaviour melalui Self Efficacy dengan Financial Stress sebagai moderasi pada pengguna Kredivo di Tangerang.

1.2. Rumusan Masalah

Di Indonesia saat ini banyak terdapat aplikasi-aplikasi yang menawarkan kredit ke masyarakat secara *online*. Hal ini membantu masyarakat untuk memenuhi kebutuhan keuangan secara cepat karena prosedur untuk mendapatkan kredit tersebut mudah dan tidak memerlukan syarat yang terlalu ketat seperti kredit konsumen lainnya. Akan tetapi bunga yang dikenakan lebih tinggi dibandingkan dengan bunga kredit konsumen lain. Tingginya tingkat bunga pada kredit konsumen *online* ini menimbulkan resiko yang lebih dibandingkan dengan kredit konsumen *online* lain. Penelitian yang dilakukan oleh Liu dan Zhang (2021) pada konsumen kredit online di China menemukan bahwa literasi keuangan dan *self-efficacy* memiliki dampak pada *risky credit behavior* di China. Selain itu juga *self-efficacy* ditemukan dapat menjadi mediasi dalam hubungan antara literasi keuangan dan *self-efficacy* memiliki dampak pada *risky credit behavior* di China. Penelitian Liu

dan Zhang (2021) juga menambahkan bahwa *financial stress* dapat memoderasi hubungan antara literasi keuangan dengan *risky credit behavior* di China.

Dari hasil diatas, maka rumusan masalah dapat ditetapkan sebagai berikut;

- a. Apakah literasi keuangan memiliki hubungan terhadap *self-efficacy*?
- b. Apakah literasi keuangan memiliki hubungan terhadap *risky credit behaviour*?
- c. Apakah *self-efficacy* memiliki hubungan terhadap *risky credit behaviour*?
- d. Apakah *self-efficacy* memediasi hubungan antara literasi keuangan dan *risky credit behavior*?
- e. Apakah *financial stress* secara memoderasi efek langsung dari literasi keuangan pada *risky credit behavior*?

1.3. Tujuan Penelitian

Dari hasil rumusan masalah yang ada, maka tujuan ditetapkannya penelitian adalah sebagai berikut:

- a. Mengetahui hubungan antara literasi keuangan dan *self-efficacy*.
- b. Mengetahui hubungan antara literasi keuangan dan *risky credit behaviour*.
- c. Mengetahui hubungan antara *self-efficacy* dan *risky credit behaviour*.
- d. Mengetahui hubungan *self-efficacy* memediasi hubungan antara literasi keuangan dan *risky credit behavior*.
- e. Mengetahui hubungan *financial stress* secara memoderasi efek langsung dari literasi keuangan pada *risky credit behavior*.

1.4. Manfaat Penelitian

Melalui penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memiliki manfaat untuk digunakan oleh pihak-pihak yang lain seperti;

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat dijadikan acuan dalam melakukan penelitian mengenai *risky credit behaviour* generasi muda pada kredit online Kredivo yang disebabkan oleh literasi keuangan, *self-efficacy*, dan *financial stress*.

b. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat dijadikan pedoman untuk memperluas penelitian yang akan dilakukan selanjutnya yang berhubungan dengan literasi keuangan, *self-efficacy*, *financial stress* dan *risky credit behaviour*.

c. Bagi Kalangan Akademisi

Penelitian ini dapat menjadi referensi dalam pengembangan ilmu pengetahuan terkait dengan efek literasi keuangan, *self-efficacy*, *financial stress* dan *risky credit behaviour*.

1.5. Batasan Penelitian

Adapun Batasan penelitian yang dilaksanakan peneliti dalam karya tulis ini terbatas pada konsumen Kredivo dengan batasan pernah mengambil kredit online dengan Kredivo untuk berbelanja online.

1.6. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan didalam penelitian ini disusun menggunakan format sitasi APA untuk memudahkan pembaca mengerti alur dari penelitian dan bisa mendapatkan pengertian, penyusunan dalam penelitian ini terdiri dari:

BAB 1 – PENDAHULUAN

Bagian ini akan memaparkan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian, dan sistematika penulisan dari topik yang dipilih oleh peneliti.

BAB 2 – TINJAUAN LITERATUR

Bagian ini akan berisikan landasan teori, tinjauan pustaka, serta penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik yang diangkat oleh peneliti sebagai dasar pemikiran dalam penelitian dan pengembangan hipotesis yang akan diverifikasi kebenarannya melalui penelitian yang akan dilaksanakan.

BAB 3 – METODOLOGI PENELITIAN

Bagian ini akan memaparkan tentang metode dan data yang digunakan dalam penelitian, beserta dengan model empiris serta cara menguji variabel *dependent* dan variabel *independent* yang terdapat didalam model.

BAB 4 – PEMBAHASAN Bagian ini akan menyajikan hasil dari pengolahan data yang diproses menggunakan metode yang telah ditetapkan dalam model empiris. Hasil ini kemudian akan dianalisis untuk menjawab rumusan masalah dan menarik kesimpulan.

BAB 5 – KESIMPULAN

Bagian ini adalah bagian penutup dari penelitian dan merangkum kesimpulan hasil yang diperoleh dari penelitian, implikasi hasil penelitian, serta saran yang bermanfaat untuk menyempurnakan penelitian oleh peneliti selanjutnya di masa depan.

