

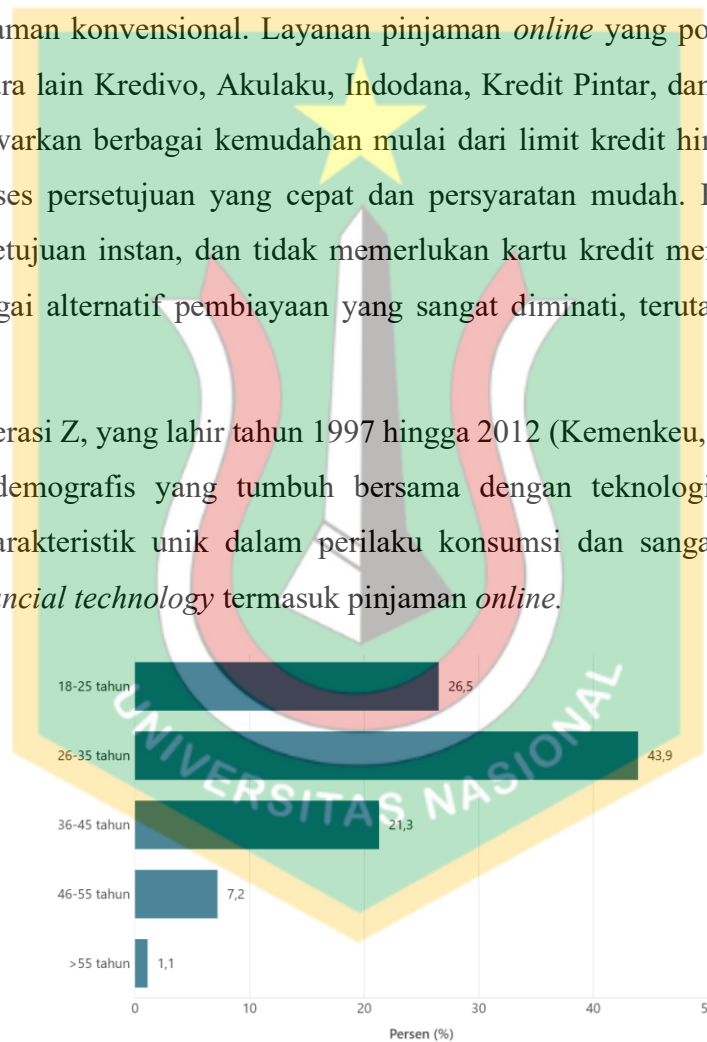
# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan *financial technology* di Indonesia telah menghadirkan revolusi dalam layanan keuangan digital, khususnya melalui kehadiran aplikasi layanan pinjaman *online* yang menawarkan kemudahan akses kredit tanpa prosedur rumit seperti pinjaman konvensional. Layanan pinjaman *online* yang populer di Indonesia saat ini antara lain Kredivo, Akulaku, Indodana, Kredit Pintar, dan Shopee *PayLater* yang menawarkan berbagai kemudahan mulai dari limit kredit hingga Rp30-50 juta dengan proses persetujuan yang cepat dan persyaratan mudah. Kemudahan akses, proses persetujuan instan, dan tidak memerlukan kartu kredit menjadikan pinjaman *online* sebagai alternatif pembiayaan yang sangat diminati, terutama oleh kalangan muda.

Generasi Z, yang lahir tahun 1997 hingga 2012 (Kemenkeu, 2021), merupakan kelompok demografis yang tumbuh bersama dengan teknologi digital sehingga memiliki karakteristik unik dalam perilaku konsumsi dan sangat familiar dengan layanan *financial technology* termasuk pinjaman *online*.

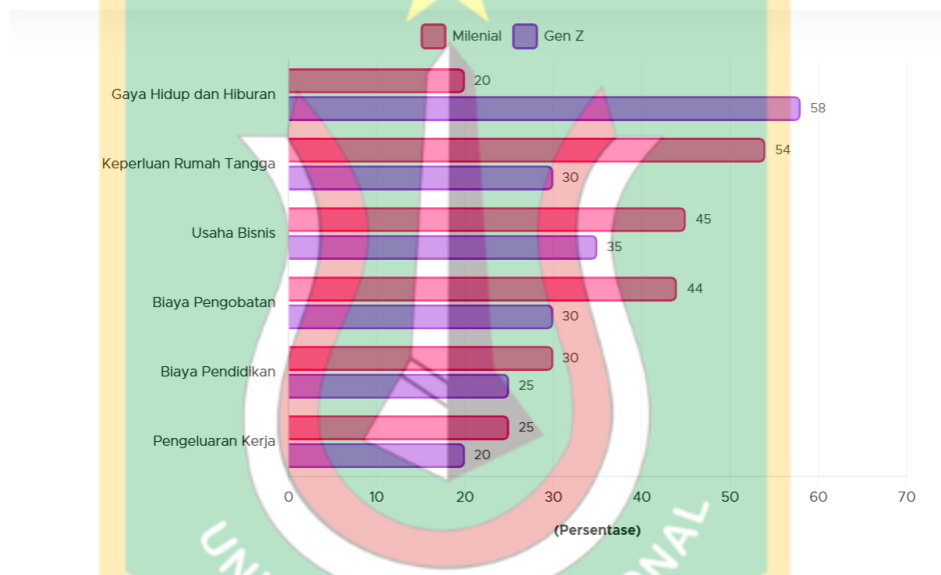


(Sumber: Katadata Insight Center, 2024)

**Gambar 1.1 Tingkat Penggunaan Pinjaman *Online* Berdasarkan Kelompok Umur**

Laporan perilaku pengguna pinjaman *online* tahun 2024 yang disusun oleh Katadata *Insight Center* Bersama Kredivo menunjukkan bahwa kelompok umur 26-35 tahun menjadi pengguna terbesar dengan proporsi 43,9%, sementara kelompok umur 18-25 tahun menyumbang 26,5 %, data ini menunjukkan bahwa Generasi Z dan Milenial mendominasi penggunaan pinjaman *online*.

Survei terkini menunjukkan bahwa 58% Generasi Z menggunakan pinjaman *online* untuk memenuhi gaya hidup dan hiburan menunjukkan perbedaan dengan Generasi Milenial yang lebih fokus pada kebutuhan rumah tangga dengan persentase 54%, terlihat pada gambar di bawah ini.



(Sumber: Goodstats, 2024)

**Gambar 1.2 Penggunaan Pinjaman *Online* pada Generasi Milenial dan Generasi Z**

Berdasarkan laporan dari Otoritas Jasa keuangan atau OJK, total *outstanding* pinjaman di *fintech peer to peer* (P2P) *lending* atau pinjaman *online* mencapai Rp80,07 triliun dengan tingkat kredit macet sebesar 2,78% per Februari 2025. Secara regional, Jawa Barat menempati posisi pertama dengan total pinjaman *online* sebesar Rp20,23 triliun, diikuti oleh DKI Jakarta sebesar Rp12,55 triliun, Jawa Timur sebesar Rp10,02 triliun, Jawa Tengah sebesar Rp6,7 triliun, dan Banten sebesar Rp6 triliun (CNN Indonesia, 2025). Data ini dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut.

**Tabel 1.1 Jumlah Total Penggunaan *Online* 5 Provinsi Terbanyak di Indonesia**

<b>Provinsi</b>	<b>Total Pinjaman <i>Online</i></b>
Jawa Barat	Rp20,23 triliun
DKI Jakarta	Rp12,55 triliun
Jawa Timur	Rp10,02 triliun
Jawa Tengah	Rp6,7 triliun
Banten	Rp6 triliun

(Sumber: CNN Indonesia, 2025)

Tingginya penggunaan pinjaman online di wilayah perkotaan seperti Jakarta menunjukkan besarnya potensi penggunaan layanan tersebut di kalangan mahasiswa sebagai bagian dari Generasi Z yang belum memiliki penghasilan tetap namun memiliki kebutuhan konsumsi yang tinggi dan tekanan sosial yang kuat untuk mengikuti tren.

Hedonisme adalah orientasi hidup yang mengutamakan kesenangan duniawi dan kepuasan material sebagai prioritas utama dalam kehidupan, yang sering kali tidak selaras dengan kemampuan finansial seseorang. Hedonisme merupakan pandangan hidup yang menganggap kesenangan dan kenikmatan materi sebagai tujuan utama kehidupan, di mana seseorang cenderung mencari kepuasan pribadi melalui konsumsi produk dan jasa yang memberikan kesenangan sesaat tanpa memikirkan konsekuensi jangka panjang (Bahtiar & Prasetya, 2021).

Gaya hidup hedonisme di kalangan mahasiswa Generasi Z tercermin dari tingginya penggunaan aplikasi layanan pinjaman *online* seperti Kredivo untuk membeli *smartphone*, Akulaku untuk *fashion* dan elektronik, Indodana untuk kebutuhan *lifestyle*, Kredit Pintar untuk dana cepat, dan Shopee *PayLater* untuk belanja *online* berbagai produk non-esensial. Arinda (2021) menjelaskan bahwa konformitas sosial mendukung mahasiswa untuk mengadopsi gaya hidup hedonisme agar dapat diterima dalam lingkungan pergaulan mereka, di mana tekanan untuk tampil menarik di media sosial sangat kuat. Fenomena yang sangat kuat ini di kalangan Generasi Z memperburuk situasi, karena mereka merasa harus selalu mengikuti tren dan aktivitas teman-teman mereka agar tidak tertinggal secara sosial, bahkan mereka rela jika harus berutang melalui layanan pinjaman *online*.

Laporan Kredivo (2024) menunjukkan bahwa produk yang paling banyak dibeli menggunakan *PayLater* adalah pulsa dan voucher (21,2%), makanan (91,76%), produk kesehatan dan kecantikan (15,8%), serta *smartphone* dan aksesorisnya (11,7%), yang mencerminkan pola konsumsi hedonis. Ketika dana pribadi tidak mencukupi untuk memenuhi keinginan hedonis tersebut, mahasiswa dengan mudah mengakses aplikasi layanan pinjaman *online* melalui *smartphone* mereka tanpa mempertimbangkan konsekuensi berupa bunga tinggi, denda keterlambatan, dan risiko gagal bayar yang dapat merusak kredibilitas keuangan mereka di masa depan.

Penelitian Setiyaningsih *et al* (2024) menunjukkan bahwa hedonisme berpengaruh positif signifikan terhadap niat melakukan pinjaman *online*. Hal ini disebabkan oleh mahasiswa lebih mengutamakan kesenangan pribadi akan mendorong niat melakukan pinjaman *online*. Sementara itu, penelitian Pabubung (2023) menunjukkan bahwa hedonisme tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan pinjaman *online* pada mahasiswa di Yogyakarta karena kesenangan dan kepuasan bukan merupakan faktor utama yang dicari oleh mahasiswa.

Proses penilaian kognitif untuk menyatukan perilaku yang terstruktur, meningkatkan hasil dan tujuan tertentu yang sudah ditargetkan dikenal sebagai *self control*. *Self control* atau kontrol diri merupakan kemampuan individu untuk mengendalikan emosi, dan perilaku demi mencapai tujuan jangka panjang yang lebih bermanfaat dibandingkan kepuasan sesaat, yang sangat krusial dalam penggunaan pinjaman *online*. *Self control* ini diperlukan agar seseorang dapat mengontrol dirinya dan menentukan sikap keuangan yang tepat agar mereka tidak mudah melakukan pembelian berlebih, termasuk tawaran kredit instan yang sangat mudah diakses melalui aplikasi *mobile* (Maghfiroh, 2023).

Keyakinan diri yang merupakan bagian dari *self control* berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku keuangan yang bertanggung jawab, termasuk kemampuan untuk menahan keinginan untuk menggunakan layanan pinjaman *online* untuk kebutuhan yang tidak penting (Arofah & Kurniawati, 2021). Mahasiswa dengan *self control* yang baik cenderung memiliki perencanaan keuangan yang lebih matang, dapat

membedakan antara kebutuhan dan keinginan, mampu menolak tekanan sosial untuk berperilaku konsumtif, serta lebih selektif dalam memutuskan apakah benar-benar perlu menggunakan pinjaman *online* atau tidak. Sebaliknya, mahasiswa dengan *self control* yang rendah lebih rentan terhadap perilaku konsumtif impulsif dan cenderung mudah terpengaruhi oleh iklan-iklan agresif dari aplikasi layanan pinjaman *online* yang menjanjikan kemudahan “bayar nanti” tanpa memikirkan risiko dan kewajiban pembayaran di masa depan yang akan membebankan keuangan mereka.

Penelitian Putri dan Andarini (2022) menunjukkan bahwa *self control* berpengaruh positif terhadap pinjaman *online* yang berarti kecenderungan dalam menggunakan layanan pinjaman *online* pun meningkat. Sedangkan, hasil penelitian Permatasari (2025) menjelaskan bahwa *self control* tidak berpengaruh signifikan terhadap pinjaman *online*. Penelitian ini menunjukkan bahwa *self control* yang rendah tidak selalu mempengaruhi keputusan mahasiswa untuk menggunakan layanan pinjaman *online* karena pinjaman *online* telah dianggap sebagai cara praktis mendapatkan uang untuk memuaskan kesenangan sesaat.

Literasi keuangan adalah pengetahuan umum yang harus dimiliki oleh masyarakat tentang cara mengelola keuangan dan membuat keputusan keuangan yang tepat dan bertanggung jawab berdasarkan pemahaman tentang konsep-konsep keuangan dasar, termasuk pemahaman tentang layanan pinjaman *online* (Landang *et al* 2025). Berdasarkan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2024, tingkat literasi keuangan penduduk Indonesia mencapai 65,43% sementara tingkat inklusi keuangan berada di 75,02%, yang menunjukkan masih terdapat selisih sebesar 9,59% di mana masyarakat sudah menggunakan produk keuangan namun belum memahami dengan baik risikonya (Otoritas Jasa Keuangan, 2024).

Literasi keuangan adalah pengetahuan mengenai cara mengelola keuangan yang dapat mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang saat membuat keputusan tentang keuangan mereka. Setiap individu diharapkan dapat membuat keputusan finansial yang lebih cerdas untuk mencapai kesejahteraan finansial (Prasetya &

Elwisam 2024). Literasi keuangan yang baik memungkinkan mahasiswa untuk mengevaluasi total biaya yang harus dibayar termasuk bunga dan biaya admin, serta membuat keputusan yang rasional berdasarkan situasi keuangan pribadi mereka (Bhushan & Medury, 2013). Data menunjukkan bahwa golongan dengan penghasilan rendah termasuk mahasiswa cenderung memiliki tingkat literasi keuangan yang rendah, yang membuat mereka rentan terhadap praktik keuangan yang merugikan termasuk penggunaan pinjaman dengan bunga tinggi yang tidak mereka pahami (OJK, 2024).

Penelitian Perkasa dan Zoraya (2024), menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap pinjaman *online*. Penelitian Priyadi dan Rinawati (2025) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap penggunaan pinjaman *online PayLater*. Hal ini disebabkan karena semakin tinggi pemahaman mahasiswa mengenai keuangan seperti manajemen anggaran, risiko kredit dan perencanaan keuangan maka semakin kecil kemungkinan mereka untuk penggunaan pinjaman *online PayLater* secara impulsif. Sementara itu, penelitian Aji dan Bagana (2024) menunjukkan literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat pinjaman *online*. Ini berarti tinggi rendahnya literasi keuangan mahasiswa tidak mempengaruhi keinginan mereka untuk melakukan pinjaman *online*. Kemungkinan ada faktor lain yang lebih mendominasi keputusan mahasiswa, misalnya, faktor psikologis seperti kebutuhan uang yang mendesak atau norma sosial di lingkungan kampus yang memaksa mahasiswa untuk melakukan pinjaman *online*.

Penggunaan pelayanan pinjaman *online* yang tidak bijak dapat menimbulkan berbagai dampak negatif yang serius dan jangka panjang bagi mahasiswa, mulai dari masalah finansial hingga gangguan kesehatan mental dan akademik yang dapat menghancurkan masa depan mereka. Hal yang sangat mengkhawatirkan adalah ketika mahasiswa terpaksa mengambil pinjaman *online* dari aplikasi lain untuk membayar pinjaman lama yang jatuh tempo. Dampak psikologis yang ditimbulkan juga sangat signifikan dan serius, di mana mahasiswa yang terlilit hutang pinjaman *online* mengalami stres, kecemasan berlebih setiap kali mendekati tanggal jatuh tempo,

depresi karena merasa tidak ada jalan keluar, dan gangguan tidur karena terus memikirkan cara membayar hutang. Semua itu mempengaruhi performa akademik mereka secara drastis dengan penurunan IPK, kesulitan konsentrasi belajar, bahkan ada yang terpaksa cuti kuliah atau *drop out*. Penagihan yang agresif dan tidak etis dari beberapa penyedia pinjaman *online*, termasuk penyebaran data pribadi peminjam dan penghubungan kontak darurat seperti keluarga atau teman, serta pengiriman pesan dan panggilan telepon secara berulang, juga dapat menimbulkan beban psikologis yang berat bagi mahasiswa sebagai peminjam.

Dampak negatif penggunaan pinjaman *online* sangat merugikan, baik terhadap diri sendiri maupun orang lain. Contoh kasus nyata akibat pinjaman *online*, pada tahun 2023 terjadi kasus pembunuhan mahasiswa UI oleh seniornya yang terlilit utang pinjaman *online*. Diduga senior tersebut memiliki utang sebesar Rp15 juta, ia tidak mampu membayar utang tersebut, oleh sebab itu ia merencanakan pembunuhan karena ingin menguasai harta korban untuk melunasi utang pinjaman *online*.

Berdasarkan latar belakang di atas, terdapat perbedaan pada hasil penelitian-penelitian terdahulu, sehingga perlu dilakukan penelitian yang menganalisis pengaruh hedonisme, *self control*, dan literasi keuangan terhadap perilaku penggunaan pinjaman *online* pada mahasiswa Generasi Z. Penggunaan mahasiswa Generasi Z sebagai subjek penelitian dikarenakan adanya fenomena pinjaman *online* yang terus berkembang pesat dengan total utang mencapai Rp30,36 triliun per November 2024 dengan Generasi Z sebagai pengguna mayoritas (Metro TV, 2025). Pengambilan sampel dari mahasiswa di Jakarta dilakukan karena Jakarta menduduki peringkat kedua total pinjaman *online* terbanyak berdasarkan data CNN Indonesia (2025) serta merupakan kota yang dikenal dengan biaya hidup yang tinggi. Kondisi tersebut membuat mahasiswa menjadi salah satu sasaran utama berbagai layanan pinjaman *online*.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, rumusan masalah penelitian ini antara lain sebagai berikut.

1. Apakah hedonisme berpengaruh terhadap penggunaan pinjaman *online* pada Mahasiswa Generasi Z di Jakarta?
2. Apakah *self control* berpengaruh terhadap penggunaan pinjaman *online* pada Mahasiswa Generasi Z di Jakarta?
3. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap penggunaan pinjaman *online* pada Mahasiswa Generasi Z di Jakarta?

### C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

#### 1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Menguji dan menganalisis pengaruh hedonisme terhadap penggunaan pinjaman *online* pada Mahasiswa Generasi Z di Jakarta.
2. Menguji dan menganalisis pengaruh *self control* terhadap penggunaan pinjaman *online* pada Mahasiswa Generasi Z di Jakarta.
3. Menguji dan menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap penggunaan pinjaman *online* pada Mahasiswa Generasi Z di Jakarta.

#### 2. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini antara lain sebagai berikut.

- a. Bagi kalangan akademis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan bahan kajian untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan perilaku penggunaan pinjaman *online*, khususnya pada Mahasiswa Generasi Z.
- b. Bagi *platform* layanan pinjaman *online*, hasil penelitian dapat menjadi *insight* dalam memahami profil dan perilaku pengguna remaja, sehingga dapat mengembangkan fitur-fitur yang mendorong penggunaan yang bertanggung jawab dan menyediakan edukasi finansial yang lebih baik.

- c. Bagi mahasiswa Generasi Z, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan refleksi mengenai perilaku konsumtif dan penggunaan pinjaman *online*, serta mendorong mereka untuk lebih memahami dan belajar tentang pengelolaan keuangan yang baik agar terhindar dari utang.

