

**PEMAHAMAN LITERASI KEUANGAN BAGI
PENGGUNA SHOPEE PAYLATER PADA
GENERASI ZERO (Gen-Z)**

Oleh

FATMAWATI YUNINGSIH

E1120026

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat ujian
guna memperoleh gelar sarjana**



**PROGRAM SARJANA
UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO
GORONTALO
2024**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

PEMAHAMAN LITERASI KEUANGAN BAGI PENGGUNA SHOPEE PAYLATER PADA GENERASI ZERO (Gen-Z)

Oleh

FATMAWATI YUNINGSIH

E1120026

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar
Sarjana dan telah disetujui oleh Tim Pembimbing pada tanggal
Gorontalo, 20 Maret 2024**

Pembimbing I



Dr. Bala, S.I.P., S.Psi., SE., MM
NIDN 0002057501

Pembimbing II



Shella Budiawan, SE., M.Ak
NIDN 0921089202

HALAMAN PERSETUJUAN

PEMAHAMAN LITERASI KEUANGAN BAGI PENGGUNA *SHOPEE PAYLATER* PADA GENERASI ZERO (Gen-Z)

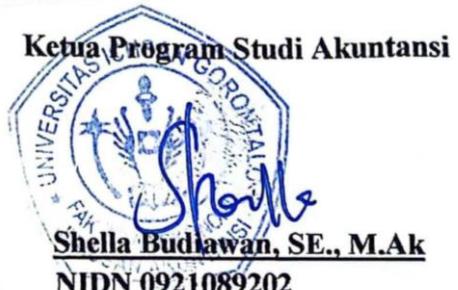
OLEH
FATMAWATI YUNINGSIH
E11.20.026

Diperiksa Oleh Dewan Penguji Strata Satu (S1)

Universitas Ichsan Gorontalo
Gorontalo, 27 Maret 2024

1. **Rahma Rizal, SE.Ak., M.si**
(Ketua penguji)
 2. **Rizka Yunika Ramly, SE., M.Ak**
(Anggota penguji)
 3. **Rusdi Abdul Karin, SE., M.Ak**
(Anggota penguji)
 4. **Dr. Bala Bakri, S.IP., S.Psi., SE., MM., M.Psi**
(Pembimbing utama)
 5. **Shella Budiawan, SE., M.Ak**
(Pembimbing pendamping)

Mengetahui



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul, “Pemahaman Literasi Keuangan Bagi Pengguna Shopee PayLater Pada Generasi Zero (Gen-Z)”, sesuai dengan yang direncanakan. Skripsi ini dibuat untuk memenuhi salah satu syarat guna untuk memperoleh gelar sarjana. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, serta dukungan teman-teman, skripsi ini tidak dapat penulis selesaikan.

Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada: Muh. Ichsan Gaffar, SE., M.Ak selaku Ketua Yayasan Pengembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (YPIPT) Ichsan Gorontalo, Bapak Dr. Abd Gaffar La Tjokke, M.Si selaku Rektor Universitas Ichsan Gorontalo. Bapak Dr. Musafir, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi. Bapak Dr. Bala Bakri, S.IP., S.Psi., SE., M.Si.,M.Psi selaku pembimbing I, yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Ibu Shella Budiawan, SE., M.Ak selaku Ketua Program Studi Akuntansi dan pembimbing II, yang telah membimbing dan memberikan arahan kepada penulis selama mengerjakan skripsi ini. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Ichsan Gorontalo yang telah mendidik dan memberikan ilmunya kepada penulis.

Penulis juga mengungkapkan rasa terima kasih kepada kedua orang tua, dan saudara yang senantiasa mengiringi setiap langkah penulis dengan doa yang tiada henti, memberikan dukungan baik moral maupun materil. Tidak lupa

teman-teman terkasih, Rahmatia Firja, S.T.P, Kartika Resmi Banur Amirah, Nurul Fajria, Helmalia Putri, yang turut mendoakan dan memberikan semangat. Seluruh teman-teman seperjuangan program studi akuntansi angkatan 2020 kelas reguler, Putri Lestari Jaya, Farah Diba yang telah membersamai penulis, dan semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini, saya ucapkan banyak terima kasih.

Saran dan kritik, penulis harapkan dari dewan pengaji dan semua pihak untuk penyempurnaan penulisan skripsi ini lebih lanjut. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan. Dengan segala kerendahan hati, penulis berharap semoga seluruh bantuan, bimbingan, arahan, dukungan yang diberikan oleh berbagai pihak akan memperoleh imbalan dari Allah SWT.

Amin.

Gorontalo, Maret 2024

Penulis

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya (Skripsi) ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana) baik di Universitas Ichsan Gorontalo maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Gorontalo, 22 Maret 2024

Yang membuat pernyataan



Fatmawati Yuningsih

NIM E1120026

MOTO DAN PERSEMBAHAN

“Allah yang memilih dan memberinya untukmu, maka Dia pula yang akan menuntunmu, mengantarkanmu menyelesaikannya”.

“Jika jalur bumi terasa sulit, ingatlah masih ada jalur langit yang bisa membuat kamu akan lebih mudah dalam menjalani apapun. Kekuatan doa adalah energi terhebat yang dimiliki setiap manusia, karena melibatkan pihak yang paling sempurna”.

-Zeniora Education

“be strong because the beginnings to great things are always the hardest”
-anonim

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur dan cinta, karya tulis ini penulis persembahkan teristimewa kepada kedua orang tua, Mama dan Papa yang berusaha memberikan segala yang terbaik kepada setiap anaknya. Semoga ini bisa menjadi bukti kecil rasa terima kasih Nisa, dan menjadi awal dari segala kebahagiaan dan kebanggan untuk kita semua.

Untuk setiap manusia yang menemukan ini ditengah tumpukkan skripsi lainnya, semoga Allah senantiasa memudahkan setiap langkah dalam mewujudkan impian dan cita-cita. Selamat menikmati setiap prosesnya. Segala sesuatu yang diusahakan, pasti akan akan sampai.

ABSTRACT

FATMAWATI YUNINGSIH. E1120026. UNDERSTANDING OF FINANCIAL LITERACY FOR SHOPEE PAYLATER USERS BY GENERATION ZERO (GEN-Z)

This research aims to determine Gen Z's understanding of financial literacy in using Shopee PayLater. This research applies a qualitative method with a phenomenological approach. The selection of informants is purposive, with research data collection techniques conducted through semi-structured interviews and documentation. The results of this study indicate that the Shopee PayLater feature is considered Good by Gen-Z because of the various advantages offered, such as reasonable interest, practicality, fast, and safety. The surrounding environment and self-awareness also influence the use of Shopee PayLater. Financial literacy plays a vital role in financial management, but improvement is still needed in the protection dimension, still at a sufficient literate level. Nevertheless, the financial level of Gen-Z Shopee PayLater users is Good, especially in terms of basic financial knowledge, savings and loans, and investment, included in the Well-Literate category.

Keywords: financial literacy, Shopee PayLater, Gen-Z



ABSTRAK

FATMAWATI YUNINGSIH. E1120026. PEMAHAMAN LITERASI KEUANGAN BAGI PENGGUNA SHOPEE PAYLATER PADA GENERASIZERO (GEN-Z)

Penelitian ini bertujuan mengetahui tingkat pemahaman Gen Z terhadap literasi keuangan dalam penggunaan Shopee PayLater. Penelitian ini menerapkan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Pemilihan informan menggunakan teknik *purposive sampling*, dengan teknik pengumpulan data penelitian yang dilakukan melalui wawancara semi terstruktur dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan fitur Shopee PayLater dinilai baik oleh Gen-Z karena berbagai kelebihan yang ditawarkan, seperti bunga yang wajar, praktis, cepat, dan aman. Lingkungan sekitar dan kesadaran diri juga memengaruhi penggunaan Shopee PayLater. Literasi keuangan berperan penting dalam pengelolaan keuangan, namun masih diperlukan peningkatan dalam dimensi proteksi yang masih berada pada tingkat *sufficient literate*. Meskipun demikian, tingkat keuangan Gen-Z pengguna Shopee PayLater tergolong *baik*, terutama dalam hal pengetahuan keuangan dasar, simpanan dan pinjaman, serta investasi, yang termasuk dalam kategori *well literate*.

Kata kunci: literasi keuangan, Shopee PayLater, Gen-Z



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
PERNYATAAN	vi
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	11
1.3.1 Maksud Penelitian	11
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II.....	13
KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	13
2.1 Kajian Pustaka.....	13
2.1.1 Theory Of Planned Behavior.....	13
2.1.2 Keterkaitan <i>Theory of Planned Behavior</i>	16
2.1.3 Literasi Keuangan.....	17
2.1.3.1 Dimensi Literasi Keuangan	19
2.1.4 Literasi Keuangan Digital	20
2.1.5 Sistem Layanan Informasi Keuangan (SLIK)	22
2.1.6 Shopee Pay Later	27
2.1.6.1 Mekanisme dan Ketentuan Sistem Pembayaran Shopee Pay Later	28
2.1.7 Generasi	29

2.1.7.1	Generasi Zero.....	32
2.1.8	Kesiapan Gen Z	37
2.1.8.1	Gaya Hidup	37
2.1.8.2	Perilaku Keuangan	38
2.2	Penelitian Terdahulu.....	39
2.3	Kerangka Pemikiran	43
BAB III.....		45
OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....		45
3.1	Objek Penelitian	45
3.2	Metode Penelitian.....	45
3.2.1	Operasionalisasi Variabel	46
3.2.2	Informan Penelitian	48
3.2.3	Jenis dan Sumber Data.....	50
3.2.3.1	Jenis Data.....	50
3.2.3.2	Sumber Data	50
3.2.4	Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.2.5	Teknik Analisis Data	52
BAB IV		55
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		55
4.1	Gambaran Umum Shopee	55
4.1.1	Visi dan Misi	56
4.2	Hasil Penelitian	56
4.2.1	Pengalaman Shopee PayLater	56
4.2.2	Pemahaman Literasi Keuangan	62
4.3	Pembahasan.....	75
4.3.1	Pengalaman Penggunaan Shopee PayLater	75
4.3.2	Pemahaman Literasi Keuangan	77
4.3.3	Sintesis: Pemahaman Literasi Keuangan Bagi Generasi Zero (Gen-Z).....	80
BAB V.....		84
KESIMPULAN DAN SARAN		84

5.1	Kesimpulan	84
5.2	Saran	85
	DAFTAR PUSTAKA	86
	LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	7
Gambar 1.2	8
Gambar 2.1.....	14
Gambar 2.2.....	23
Gambar 2.3.....	44
Gambar 4.1.....	58
Gambar 4.2	59
Gambar 4.3	60
Gambar 4.4	66
Gambar 4.5	75

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.....	39
Tabel 3.1.....	48
Tabel 3.2.....	49
Tabel 4.1.....	81

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sejak tahun 2021 pada masa pandemi, minat masyarakat dalam berbelanja online mengalami peningkatan, dan terus berlanjut di kondisi pasca pandemi seperti sekarang. Berdasarkan hasil riset *We Are Social* yang diunggah oleh CNBC Indonesia, sepanjang tahun 2022 hingga awal 2023 sebanyak 178,9 juta masyarakat Indonesia melakukan belanja online dan hal ini terus mengalami kenaikan dari tahun ke tahun. Kemudian didukung oleh hasil riset *dari Alvara Research Center* yang dirilis oleh data Indonesia, produk pakaian menjadi barang yang paling sering dibeli oleh Gen Z, presentasenya mencapai 56 persen lebih tinggi 12,7 persen dibandingkan dengan generasi milenial yaitu 43,3 persen.

Hasil sensus penduduk BPS (Badan Pusat Statistik) 2020 mencatat mayoritas penduduk Indonesia sebanyak 27,94 persen atau 74,93 juta jiwa dari total populasi didominasi oleh Generasi Z. (Laturette & dkk, 2021) menyatakan generasi Z adalah orang-orang yang lahir pada tahun 1995-2010, dengan karakteristik fasih teknologi, berinteraksi dengan sosial media, ekspresif yang cenderung toleran dan multitasking. Hal ini menjadikan era industri 4.0 merupakan bagian yang tidak terpisahkan pada masyarakat, khususnya generasi zero. Era dimana sistem digitalisasi dan otomatisasi hadir di dalam semua aktivitas manusia, dan menimbulkan kebiasaan-kebiasaan baru sebagai bentuk perubahan dan penyesuaian gaya hidup.

Sebagai generasi yang hidup dan tumbuh dengan kemajuan teknologi, kondisi ini membuat Gen Z memiliki kesempatan untuk mengakses berbagai informasi secara digital dengan mudah dan cepat, mulai dari sisi pendidikan hingga ekonomi. Generasi Z yang mendapat sebutan sebagai *digital native* yaitu, generasi atau orang-orang yang lahir sebelum teknologi ditemukan. Mereka adalah penutur asli teknologi yang mampu menggunakan teknologi sama alaminya dengan bernapas menurut Tapscott (Rastati, 2018). Generasi Z juga disebut sebagai generasi yang minim batasan. Berdampingan dengan sosial media sejak dini menyebabkan generasi Z dapat menjalin hubungan pertemanan dan berinteraksi dengan siapapun dan kapanpun mereka inginkan.

Sejalan dengan kemudahan terhubung kepada banyak orang dari berbagai belahan dunia, menyebabkan Gen Z memiliki pola pikir yang luas. Tidak ketinggalan karakter *Fear Of Missing Out* (FOMO) yang sering disandingkan dengan generasi yang lahir tahun 1995-2010 ini, yaitu gaya hidup yang berubah-ubah disebabkan karena adanya rasa takut ketinggalan tren yang tengah berlangsung saat ini. Pada kondisi ini, Gen Z memiliki rasa ingin tahu yang tinggi akan berbagai hal baru. Keterbukaan generasi zero dalam menerima berbagai pandangan akan suatu hal, ternyata juga memberikan dampak yang kurang baik. Gen Z kesulitan dalam mendefinisikan diri mereka sendiri, serta menyerap informasi di tengah kondisi yang berubah secara cepat dan acak.

Disisi lain generasi Z juga harus bersiap dalam menghadapi era Revolusi Industri 5.0 sebagai bentuk penyempurnaan Industri 4.0, ditandai dengan perkembangan teknologi internet yang begitu pesat. Dimana teknologi adalah

bagian dari manusia dan internet tidak hanya digunakan sebagai sarana untuk bertukar informasi tetapi juga untuk menjalani kehidupan, serta adanya peran-peran manusia yang tergantikan oleh robot. Pemanfaatan teknologi memberikan pengaruh dalam kehidupan masyarakat diberbagai bidang, termasuk bidang ekonomi. Transaksi konvensional yang mengharuskan penjual dan pembeli bertemu langsung secara fisik, saat ini mulai bergeser ke transaksi digital. Hal ini tercermin dari munculnya layanan *e-commerce* atau *marketplace*, dengan berbagai fitur pembayaran yang dapat dilakukan secara online. (Alwendi, 2020) mendefinisikan *E-Commerce (electronic commerce)* adalah proses transaksi jual beli dengan menggunakan alat elektronik, seperti telepon dan internet. Memberikan kemudahan serta akses yang cepat adalah hal yang ditawarkan pada masyarakat.

Dunia digital mengubah banyak unsur kehidupan manusia, bahkan gaya hidup manusia. Hadirnya *e-commerce* berhasil menjadikan belanja online sebagai sebuah kebiasaan baru masyarakat modern sejak beberapa tahun terakhir. Dari data SimilarWeb, *shopee* menempati peringkat pertama sebagai *e-commerce* dengan jumlah kunjungan situs terbanyak mencapai 158 juta, periode Januari hingga Maret 2023. Berdasarkan survey kolaborasi antara JEO Kompas.com dengan Universitas Multimedia Nusantara (UMN) Consulting bertajuk *Gen Z - Lifestyle and Consumption Habits 2021*, diperoleh hasil yang menyatakan bahwa *shopee* menjadi *marketplace* paling digemari oleh generasi Z. Angka yang diperoleh mencapai 71,64 persen, disusul Tokopedia urutan kedua dengan perolehan angka 19,45 persen. Selisih antara keduanya cukup jauh, sekitar 52

persen. Keberhasilan *shopee* dalam meraih popularitas tidak lepas dari kemudahan yang ditawarkannya melalui berbagai fitur menguntungkan. Salah satunya adalah adanya dompet digital, memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi secara mudah dan efisien. Selain itu, layanan pengiriman pesan antar bayar di tempat dan *shopee* gratis ongkir juga memberikan nilai tambah bagi pengguna, meningkatkan kenyamanan dan kepercayaan dalam berbelanja online. Tidak hanya itu, strategi promosi yang dilakukan melalui penawaran diskon besar-besaran, telah berhasil menarik minat pengguna *e-commerce* untuk melakukan transaksi.

Hadirnya *e-commerce* juga mendukung munculnya industri keuangan berbasis *Financial Technology (fintech)* seperti *pay later*. Dalam meningkatkan keunggulan bersaing yang kompetitif serta mutu pelayanan, beberapa *platform-commerce* satu diantaranya adalah *shopee* menawarkan metode pembayaran dengan mengusung konsep “Beli Sekarang Bayar Nanti” atau dikenal dengan layanan *pay later* yang di lakukan secara digital melalui dompet elektronik, sehingga pembeli dapat mengambil barangnya terlebih dahulu dari penjual dan pembayaran dilakukan pada periode yang telah ditentukan sebelumnya. Fitur Shopee PayLater yang disediakan oleh PT. Lentera Dana Nusantara merupakan metode pembayaran menggunakan talangan dari perusahaan aplikasi terkait, kemudian pengguna membayar tagihan ke perusahaan aplikasi (Nursinta & dkk, 2022). Metode pembayaran *pay later* dapat digunakan dengan cara melakukan pendaftaran, verifikasi hingga mendapatkan limit kredit berdasarkan skoring kredit, dengan pemberlakuan denda ketika pembeli terlambat membayar tagihan.

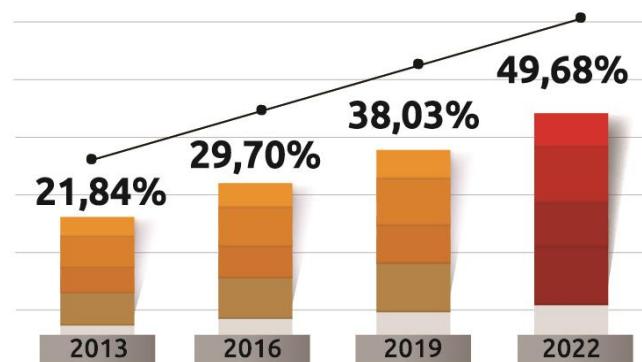
Adapun data mengenai pengguna *pay later* ditinjau dari segi usia yang didasarkan pada hasil riset Katadata Insight Center (KIC) bersama Kredivo 2021, generasi milenial (23-38 tahun) berada di posisi pertama yaitu 68 persen, di urutan kedua ditempati oleh generasi Z (13-22 tahun) yaitu 16 persen, urutan ketiga generasi X (39-54 tahun) sebesar 15 persen dan yang terakhir *baby boomer* (55-70 tahun) sebanyak 1 persen. Suku bunga rendah serta jangka waktu pembayaran yang cukup panjang, menjadikan *pay later* sebagai alternatif pembayaran yang paling diminati saat ini. Riset yang dilakukan oleh IDN Research Institute yang bekerja sama dengan Populix, menunjukkan bahwa metode pembayaran *buy now pay later* lebih disukai Gen Z, dengan presentase penggunaan sebesar 6 persen pada kelas ekonomi atas dan menengah serta 3 persen pada kelas ekonomi bawah.

Namun dominasi populasi generasi digital yang fasih dalam menggunakan teknologi digital, tidak menjamin literasi keuangan yang tinggi di masyarakat. Gaya hidup generasi yang berfokus pada apa yang dialami di masa kini, tanpa memikirkan risiko di masa depan atau biasa disebut *You Only Live Once* (YOLO) mendorong timbulnya permasalahan dalam finansial. Berbagai tawaran menarik yang dilakukan oleh *e-commerce* mendorong suatu individu untuk melakukan pembelian impulsif yang seringkali hanya didasari rasa ketertarikan, dan berujung melakukan pinjaman *online* demi memperoleh barang yang diinginkan. Sulitnya membedakan antara kebutuhan dan keinginan serta ketidakpahaman terkait kondisi keuangan, mendorong munculnya perilaku konsumtif pada generasi muda khususnya Gen Z yang sulit untuk dikendalikan. Proses perencanaan keuangan individu merupakan bagian penting yang harus

dipahami oleh Gen Z. Oleh karena itu, dibutuhkan peran literasi keuangan dalam menangani hal tersebut. Demikian pula dikatakan oleh (Marlina & dkk, 2019) dengan pengelolaan keuangan yang baik maka tidak akan terjebak pada perilaku berkeinginan yang tidak terbatas. Penelitian (Hasbiah Rizqi, 2021) mengemukakan bahwa perilaku keuangan generasi Z mampu dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya yaitu literasi keuangan dan gaya hidup yang dimiliki.

Sebagai lembaga yang memiliki peran dalam mengenalkan dan mengawasi lembaga jasa keuangan yang ada di Indonesia, OJK juga memiliki peran dalam peningkatan literasi keuangan di Indonesia. Berdasarkan hasil survei nasional literasi keuangan dan inklusi keuangan 2022 yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK)

Grafik 1.1
Tingkat Literasi Keuangan Masyarakat Indonesia



Sumber : Otoritas Jasa Keuangan (OJK), 2022

Dari gambar di atas dapat dilihat indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia dari tahun 2013 – 2022 terus mengalami peningkatan. Pada tahun 2022 indeks literasi keuangan diperoleh 49,68 persen, angka ini menunjukkan adanya peningkatan 11,65 persen jika dibandingkan dengan tahun 2019 sebesar 38,03

persen. Sedangkan dari sisi kelompok usia, tingkat literasi keuangan usia 18 – 29 tahun yang termasuk dalam generasi Zero masih sangat rendah.

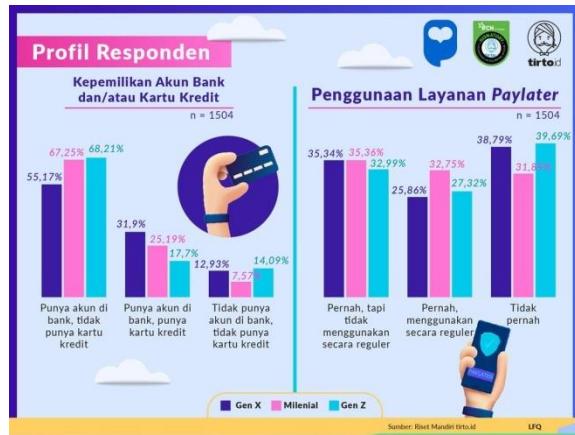
Gambar 1.1
Tingkat Literasi Keuangan Berdasarkan Kelompok Usia



Sumber : Otoritas Jasa Keuangan (OJK), 2022

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh tirto.id bersama Jakpat periode Oktober 2022 dengan jumlah responden 1.506 orang dalam rentang usia 15 tahun – 71 tahun, generasi milenial menjadi generasi yang mendominasi penggunaan layanan *pay later* secara teratur yaitu 32,75 persen, disusul Gen Z yang sebagian besar adalah pelajar maupun mahasiswa yaitu 27,32 persen. Angka tersebut hanya memiliki selisih 5,43 persen dibandingkan dengan generasi milenial, dan generasi X diposisi ketiga sebesar 25,86 persen. Namun jika dilihat secara menyeluruh dari penggunaan *pay later* tidak secara reguler, maka jumlah antar generasi cukup seimbang di kisaran 60 persen. Dari gambar di bawah, juga dapat diketahui bahwa penggunaan layanan *pay later* lebih besar dari penggunaan layanan kartu kredit. Hal ini, tidak lain karena kecepatan dan kepraktisan saat bertransaksi serta proses aktivasi yang mudah.

Gambar 1.2
Pengguna Layanan Pay Later



Sumber : tirto.id, 2022

Sebagai pengguna layanan *pay later*, selain kemudahan terdapat juga risiko yang harus diketahui oleh pengguna khususnya Gen Z. Generasi yang didominasi usia 17 – 20 tahun, dan sebagian besar belum memiliki penghasilan tetap namun sudah memiliki kebutuhan. Ketika fitur layanan *pay later* tidak digunakan secara bijak, maka layanan *pay later* yang seharusnya bisa menjadi solusi bagi mereka yang mengalami kesulitan keuangan, dan membutuhkan pinjaman dengan cepat untuk memenuhi kebutuhan bisa berubah menjadi sebuah masalah. Menurut (Aria, 2019) risiko yang ditimbulkan apabila praktik *pay later* tidak di dukung dengan edukasi keuangan, yaitu pertama, dapat mendorong perilaku konsumtif. Kemudahan untuk transaksi bayar belakangan menimbulkan perilaku impulsif pada diri seseorang, artinya pengguna akan membeli produk dalam jumlah banyak bahkan untuk produk yang tidak dibutuhkan. Dalam survei yang dilakukan oleh tirto.id menyatakan bahwa Gen Z seringkali membeli produk yang mengarah pada kebutuhan tersier atau gaya hidup semata, seperti membeli

baju-baju keluaran terbaru, aksesoris, parfum, *make up* dan lain-lain hanya untuk mengikuti tren. Kedua, kondisi keuangan pribadi menjadi tidak beraturan disebabkan adanya tanggungan berupa cicilan serta ketidakmampuan dalam mengatur keuangan pribadi. Sering kali uang yang telah disisihkan untuk menutupi tagihan *pay later* harus tersalurkan pada keperluan yang tidak terduga dan lebih darurat, sehingga hal tersebut dapat menimbulkan risiko gagal bayar yang tinggi dan berujung utang yang menumpuk dalam jumlah besar. Ketiga, mempengaruhi status kolektibilitas pada BI *checking* atau SLIK (Sistem Layanan Informasi Keuangan), yaitu sistem informasi yang dikelola oleh OJK untuk mendukung pelaksanaan tugas pengawasan dan layanan informasi di bidang keuangan (OJK, 2017). Melalui BI *checking* akan terlihat riwayat lancar atau tidaknya pembayaran dari setiap kredit yang diajukan. Riwayat tersebut akan diukur dengan menggunakan skala 1-5 atau biasa disebut dengan kolektibilitas (Kol). Tunggakan transaksi pada *pay later* yang lebih dari 6 bulan bisa menyebabkan seseorang berada pada status Kol 5, artinya kredit tidak lancar. Situasi ini, berdampak pada sulitnya mendapatkan pekerjaan dan pengajuan kredit lain yang sifatnya lebih penting.

Teknologi dan pendidikan merupakan dua hal yang berbeda, akan tetapi memiliki keterkaitan yang saling mempengaruhi satu sama lain. Sebagai generasi muda, kita perlu belajar agar memiliki kemampuan untuk melindungi diri sendiri dalam menghadapi kemajuan digital yang pesat. Salah satu hal yang harus disiapkan Gen Z dalam menghadapi tren penggunaan *financial technology* seperti halnya *pay later* adalah edukasi terkait keuangan untuk membangun kesadaran

akan perencanaan keuangan dan pengelolaan keuangan. Menurut (Nursinta & dkk, 2022) literasi keuangan merupakan dukungan yang sangat penting bagi stabilitas keuangan dan ekonomi individu. Pernyataan tersebut didukung penelitian yang dilakukan oleh (Andi & dkk, 2022) dalam jurnalnya, menyebutkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang, maka semakin baik pula keterampilannya dalam pengelolaan keuangan.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana pemahaman literasi keuangan mempengaruhi Gen Z dalam menggunakan Shopee PayLater. Dengan gaya hidup generasi Z yang tinggi serta masih berada pada masa pencarian jati diri, juga mudah terpengaruh oleh lingkungan sosial, kemudian didukung sifat layanan transaksi digital yang praktis, membuat layanan *pay later* semakin menarik di mata Gen Z. Hal ini tidak dapat dipungkiri bahwa Gen Z akan menghadapi risiko finansial lebih besar di masa mendatang akibat gaya pengelolaan yang kurang sehat, karena kesulitan keuangan tidak hanya berkaitan dengan rendahnya pendapatan akan tetapi juga dapat disebabkan kegagalan mengelola keuangan seperti penyalahgunaan kredit dan kurangnya perencanaan keuangan. Dengan ini peneliti mengangkat judul **“Pemahaman Literasi Keuangan Bagi Pengguna Shopee PayLater Pada Generasi Zero (Gen-Z)”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena yang dikemukakan di atas, maka penulis membuat perumusan masalah yaitu : Bagaimana pemahaman literasi keuangan Gen Z dalam penggunaan pinjaman *online* pada Shopee PayLater.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud penelitian ini adalah melakukan penelitian terhadap Pemahaman Literasi Keuangan Bagi Pengguna Shopee PayLater Pada Generasi Zero.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang dikemukakan di atas, maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat pemahaman Gen Z terhadap literasi keuangan dalam penggunaan Shopee PayLater.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, bagi pihak-pihak yang berkepentingan antara lain :

1) Manfaat Teoritis

Secara teoritis peneliti mengharapkan penelitian bermanfaat untuk menambah pengetahuan serta keilmuan dalam bidang akuntansi multiparadigma, khususnya tentang literasi keuangan dalam penggunaan Shopee PayLater di era 4.0.

2) Manfaat Praktis

(1) Bagi Akademisi

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai sarana informasi terkait literasi keuangan bagi mahasiswa/i dalam berbelanja *online* dengan menggunakan fitur Shopee PayLater yang ada di aplikasi *shopee*, serta untuk referensi dan bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya.

(2) Bagi Masyarakat

Penelitian ini bermanfaat untuk mengedukasi masyarakat khususnya generasi Z untuk lebih bijaksana dan mengetahui bagaimana pentingnya peran literasi keuangan dalam melakukan transaksi *online* terutama pada penggunaan *pay later*.

(3) Bagi lembaga terkait

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai saran atau masukan dalam rangka praktik transaksi online khususnya fitur layanan *pay later* ke arah yang lebih baik.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Theory Of Planned Behavior

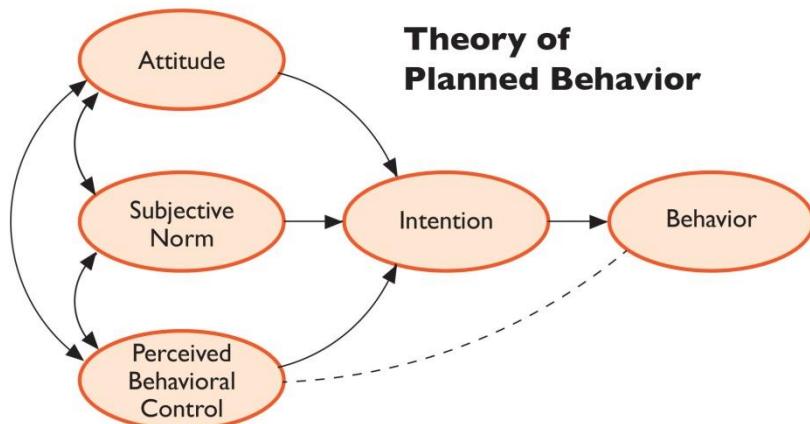
Teori Perilaku yang Direncanakan atau *Theory of Planned Behavior* (TPB) adalah teori yang dikemukakan oleh Ajzen, 1991. Teori ini merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dicetuskan pertama kali oleh Martin Fishbein dan Ajzen pada tahun 1975. Teori ini mengasumsikan bahwa perilaku seseorang tidak hanya dikendalikan oleh dirinya sendiri (kontrol penuh individual), tetapi juga membutuhkan kontrol ketersediaan sumber daya dan kesempatan bahkan keterampilan tertentu, sehingga perlu ditambahkan konsep kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) yang dipersepsikan akan memengaruhi niat dan perilaku (Azizah, 2020). Faktor kontrol perilaku mengubah *Theory of Reasoned Action* menjadi *Theory of Planned Behavior*. Menurut (Arianti, 2021) *Theory of Planned Behavior* terdapat alasan yang dapat memengaruhi tindakan yang diambil oleh individu, yaitu *behavioral belief*, yaitu keyakinan akan hasil dari suatu perilaku dan evaluasi atau penilaian terhadap hasil perilaku tersebut. Keyakinan dan evaluasi atau penelitian terhadap hasil dari suatu perilaku tersebut kemudian akan membentuk variabel sikap (*attitude*). Kedua adalah *normative belief*, yaitu keyakinan individu terhadap harapan normatif individu atau orang lain yang menjadi referensi seperti keluarga, teman, atasan, atau konsultan pajak untuk menyetujui atau menolak melakukan suatu perilaku yang diberikan. Menurut (Hasbiah Rizqi, 2021) *Theory of Planned Behavior*

menjelaskan bahwa sikap, norma subjektif, dan kontrol atas perilaku memengaruhi niat seseorang.

Hubungan ketiga komponen dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB) dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 2.1

Kerangka *Theory of Planned Behavior*, Ajzen



Sumber : dictio.id, 2017

Dengan demikian, komponen sikap (*attitude*), norma subjektif (*subjective norm*), dan kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavioral control*) saling terkait dan berkerjasama dalam membentuk niat individu, dan niat tersebut kemudian memengaruhi perilaku akhir. Namun demikian, berdasarkan kerangka di atas kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavioral control*) dapat memengaruhi perilaku (*behavior*) secara langsung tanpa melalui niat berperilaku (*intention*) yang ditunjukkan oleh tanda panah terputus.

Menurut (Lamorte, 2022) *Theory of Planned Behavior* terdiri dari 6 (enam) konstruksi yang secara bersama-sama mencerminkan kontrol yang dimiliki seseorang terhadap perilakunya, yaitu:

1) Sikap

Merujuk pada sejauh mana seseorang menilai apakah perilaku yang diinginkan itu disukai atau tidak. Penilaian ini melibatkan pertimbangan mengenai hasil dari perilaku tersebut.

2) Niat berperilaku

Niat berperilaku mengacu pada faktor motivasi yang memengaruhi perilaku tertentu. Semakin kuat niat untuk melakukan perilaku tersebut, semakin besar kemungkinan perilaku tersebut akan dilakukan.

3) Norma subjektif

Norma subjektif berkaitan dengan keyakinan individu mengenai apakah mayoritas orang mendukung atau menentang suatu perilaku. Hal ini berkaitan dengan keyakinan individu tentang pandangan teman sebaya dan orang-orang dianggap penting dalam hidup mereka, mengenai keterlibatannya dalam perilaku tersebut.

4) Norma sosial

Normal sosial mengacu pada kode perilaku adat yang berlaku dalam suatu kelompok, masyarakat atau konteks budaya yang lebih luas. Norma sosial dianggap normatif, atau standar dalam sekelompok orang dan memengaruhi perilaku individu.

5) Kekuasaan yang dirasakan

Kondisi ini mengacu pada persepsi adanya faktor-faktor yang dapat mendukung atau menghambat kinerja suatu perilaku. Kekuasaan yang

dirasakan mempengaruhi kontrol terhadap yang dirasakan seseorang terhadap masing-masing faktor tersebut.

6) Kontrol perilaku yang dirasakan

Faktor ini mencerminkan persepsi individu tentang kemudahan atau kesulitan dalam melakukan perilaku yang diinginkan. Tingkat kontrol perilaku yang dirasakan dapat bervariasi berdasarkan situasi dan tindakan, sehingga seseorang dapat memiliki persepsi yang berbeda-beda tentang kontrol perilaku tergantung pada situasinya. Konstruksi teori ini ditambahkan kemudian, dan menimbulkan pergeseran dari *Theory of Reasoned Action* ke *Theory of Planned Behavior*.

Dari beberapa pemaparan teori di atas, dapat disimpulkan bahwa *Theory of Planned Behavior* adalah teori yang menyatakan bahwa hubungan antara sikap, norma subjektif, dan persepsi akan memengaruhi niat individu untuk melaksanakan suatu tindakan atau perilaku.

2.1.2 Keterkaitan *Theory of Planned Behavior*

Theory of Planned Behavior digunakan sebagai dasar kerangka penelitian dalam studi literasi keuangan untuk menjelaskan dan lebih memahami niat perilaku individu terkait praktik keuangan. Menurut (Lajuni & dkk, 2018) dalam konteks ini, *Theory of Planned Behavior* membantu dalam menguji berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan dan perilaku keuangan, termasuk sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Aspek-aspek tersebut memiliki peran signifikan dalam membentuk literasi dan perilaku keuangan pada tingkat individu. *Theory of Planned Behavior* berusaha menjelaskan hubungan

sikap-perilaku dengan melihat pentingnya memeriksa hubungan sikap dan perilaku atau dengan menjelaskan bagaimana sikap digabungkan dengan faktor-faktor lain yang mempengaruhi perilaku.

Fishbein & Ajzen, 1975 menyatakan bahwa sikap dan norma sosial akan memengaruhi perilaku dengan mendukung pembentukan keputusan atau niat untuk bertindak. Oleh karena itu, TPB (*Theory of Planned Behavior*) menekankan bahwa norma sosial harus diukur bersama dengan sikap untuk mencakup pengaruh sosial dan pribadi pada perilaku (dalam Lajuni & dkk, 2018).

Teori ini memiliki hubungan pada penelitian, dibuktikan bahwa pemahaman literasi keuangan memerlukan aspek-aspek yang terdapat dalam *Theory of Planned Behavior* seperti sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan untuk mengetahui dan memahami faktor-faktor yang memengaruhi perilaku keuangan individu, serta keputusan keuangan generasi Z sebagai pengguna Shopee PayLater dan niat terhadap penggunaan layanan Shopee PayLater.

2.1.3 Literasi Keuangan

Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2017) mendefinisikan literasi keuangan sebagai serangkaian proses atau kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan tingkat pengetahuan, keterampilan, dan kepercayaan diri konsumen dan masyarakat luas sehingga mereka mampu mengelola keuangan dengan lebih baik (dalam Andi dkk, 2022). Menurut (Yushita, 2017) literasi keuangan adalah kemampuan (kecakapan) seseorang dalam membuat keputusan yang efektif berhubungan dengan keuangannya.

Literasi keuangan juga merupakan kemampuan dalam merencanakan masa depan, kemampuan mencakup untuk membedakan pilihan keuangan, membahas mengenai uang dan masalah keuangan, dan memiliki kecakapan dalam pengambilan keputusan keuangan sehari-hari dalam berbagai peristiwa kehidupan, termasuk peristiwa di ekonomi secara umum (Saraswati & Nugroho, 2021). Menurut (Hidayat, 2022) literasi keuangan adalah alat pengetahuan untuk mengetahui keuangan yang bertujuan agar tercapainya kesejahteraan dalam keuangan, literasi keuangan juga bertujuan agar terhindar dari yang namanya masalah dalam keuangan baik pribadi maupun non pribadi.

Literasi keuangan memiliki kaitannya dengan kesejahteraan individu, pengetahuan dan kemampuan membuat keputusan-keputusan keuangan yang benar dalam jangka panjang. Berdasarkan studi terdahulu, terdapat kesamaan definisi literasi keuangan yakni menitikberatkan terhadap pengetahuan dan keterampilan individu dalam menghadapi permasalahan keuangan, dan pembuatan keputusan di sepanjang waktu. Hal ini menandakan bahwa mengelola atau mengatur keuangan bukan hanya menjadi tugas Ibu rumah tangga atau bagian keuangan suatu perusahaan, tetapi juga dari aspek keuangan pribadi sebagai seorang individu mulai dari anak sekolah sampai dengan para orang tua penting untuk melakukan pengelolaan keuangannya masing-masing.

Berdasarkan survei Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) tahun 2013, literasi keuangan masyarakat diklasifikasi dalam 4 tingkatan berdasarkan (OJK, 2017), yaitu:

1) *Well Literate* (21,84%)

Memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan, serta memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan.

2) *Sufficient Literate* (75,69%)

Memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan.

3) *Less Literate* (2,06%)

Hanya memiliki pengetahuan tentang lembaga jasa keuangan, produk dan jasa keuangan.

4) *Not Literate* (0,41%)

Tidak memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, serta tidak memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan.

2.1.3.1 Dimensi Literasi Keuangan

Chen & Volpe, 1998 (dalam Yushita, 2017) menyatakan *financial literacy* mencakup beberapa dimensi keuangan yang harus dikuasai, antara lain:

1) Pengetahuan Keuangan Dasar (*Basic Financial Knowledge*)

Pengetahuan dalam mengatur pendapatan dan pengeluaran serta memahami konsep dasar keuangan. Pengetahuan tersebut mencakup perhitungan tingkat bunga sederhana, bunga majemuk, pengaruh inflasi, biaya

peluang (*opportunity cost*), nilai waktu uang, likuiditas suatu aset, dan lain-lain.

2) Simpanan dan Pinjaman (*Saving And Borrowing*)

Akumulasi dana berlebih yang diperoleh dengan sengaja mengonsumsi lebih sedikit dari pendapatan. Pemilihan tabungan memiliki enam faktor yang perlu dipertimbangkan yaitu tingkat pengembalian, inflasi, pertimbangan pajak, likuiditas, keamanan, pembatasan dan *fee*.

3) Proteksi (*Insurance*)

Suatu alat untuk mengurang risiko keuangan, dengan cara pengumpulan unit-unit eksposur dalam jumlah yang memadai untuk membuat agar kerugian individu dapat diperkirakan. Kemudian, kerugian yang dapat diramalkan itu dipikul merata oleh mereka yang tergabung.

4) Investasi (*Infestation*)

Investasi merujuk pada tindakan menyimpan atau menempatkan uang dengan tujuan agar uang tersebut dapat bekerja dan menghasilkan pendapatan yang lebih banyak. Seseorang dapat menginvestasikan uangnya dengan beberapa cara, seperti menempatkan dana ke dalam surat berharga termasuk saham, obligasi dan reksadana. Investasi bisa juga dilakukan dengan membeli *real estate* atau properti.

2.1.4 Literasi Keuangan Digital

Menurut (OJK, 2022) Literasi Keuangan Digital atau *Digital Financial Literacy* (DFL) merupakan pengetahuan, keterampilan, keyakinan, dan kompetensi untuk menggunakan produk dan layanan keuangan digital dengan

aman untuk membuat keputusan yang baik. Literasi keuangan digital akan memudahkan seseorang mengakses produk dan layanan jasa keuangan, baik melalui aplikasi lembaga jasa keuangan tersebut maupun aplikasi yang dimiliki oleh usaha teknologi finansial (*fintech*) dan *e-commerce* yang juga memberikan layanan jasa keuangan. Menurut Morgan et al. (2019), literasi keuangan digital merupakan konsep yang bersifat multi dimensi (dalam Widyastuti, 2022).

Morgan et al. (2019) menyatakan terdapat empat dimensi yang mencerminkan literasi keuangan digital (dalam Widyastuti, 2022), yaitu:

- 1) Pengetahuan Tentang Produk dan Layanan Keuangan Digital

Dimensi pertama yaitu pengetahuan tentang produk dan layanan keuangan digital yang menggunakan internet dan telepon seluler. Dalam hal ini terdapat empat kategori produk keuangan yang bersifat digital yaitu: pembayaran *online* (menggunakan uang elektronik, *crypto asset*, atau dompet elektronik), manajemen aset (menggunakan internet *banking*, *mobile trading* seperti Bareksa dan lain-lain), pembiayaan alternatif (seperti *peer to peer lending*, *crowdfunding*, dan lain-lain) dan produk keuangan digital lainnya.

- 2) Kesadaran Akan Risiko Keuangan Digital

Risiko yang dihadapi oleh pengguna layanan keuangan digital lebih beragam dibandingkan menggunakan layanan keuangan tradisional. Risiko yang dihadapi oleh pengguna layanan digital meliputi: *phishing*, *spyware*, *pharming*, dan *SIM card swap*.

3) Pengetahuan Tentang Kontrol Terhadap Risiko Keuangan Digital

Dimensi ini menggambarkan pemahaman pengguna layanan digital keuangan tentang cara melindungi diri dari risiko yang timbul dari penggunaan tersebut. Mereka harus memahami bagaimana menggunakan program komputer dan aplikasi seluler untuk menghindari *spamming*, *pishing*, dan lain-lain. Mereka juga dituntut untuk memahami cara melindungi *personal identification number* (PIN) dan informasi pribadi lainnya, saat menggunakan layanan keuangan yang disediakan melalui sarana digital.

4) Pengetahuan Tentang Hak Konsumen Serta Prosedur Ganti Rugi

Pengguna layanan keuangan digital harus memahami hak-hak mereka dan tahu kemana dan bagaimana cara mendapatkan ganti rugi, jika mereka menjadi korban penipuan atau kerugian lainnya. Mereka juga harus memahami hak mengenai data pribadi mereka, dan bagaimana mereka bisa mendapatkan ganti rugi terhadap penggunaan data yang tidak sah.

2.1.5 Sistem Layanan Informasi Keuangan (SLIK)

Sejak tanggal 1 Januari 2018, layanan BI *Checking* telah beralih dari Bank Indonesia ke Otoritas Jasa Keuangan dengan nama Sistem Layanan Informasi Keuangan. Mengutip dari laman (OJK, 2017) SLIK atau Sistem Layanan Informasi Keuangan merupakan sistem informasi yang pengelolaannya di bawah tanggung jawab OJK, yang bertujuan untuk melaksanakan tugas pengawasan dan pelayanan informasi keuangan, salah satunya penyediaan informasi debitur (iDeb).

Gambar 2.2**Skor Kredit SLIK OJK**

Sumber : Data diolah, 2023

Melalui SLIK, pihak debitur dapat mengetahui status kolektibilitas (Kol) yang dikategorikan berdasarkan riwayat kreditnya. Menurut (Prihatina, 2022) kolektibilitas merupakan klasifikasi status keadaan pembayaran angsuran bunga atau angsuran pokok dan bunga kredit oleh debitur serta tingkat kemungkinan diterimanya kembali dana yang ditanamkan dalam surat-surat berharga atau penanaman lainnya. Selanjutnya sesuai dengan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 40/POJK.03/2019 tentang Penilaian Kualitas Aset Bank Umum, Status kolektibilitas kredit perbankan dapat diuraikan yakni:

1) Kol-1 (LANCAR)

Kol-1 atau Kolek 1 adalah status kolektibilitas tertinggi yang tergolong *Performing Loan* (PL) dan ditandai dari riwayat pembayaran angsuran bunga atau angsuran pokok dan bunga kredit tiap bulannya tepat atau kurang dari tanggal jatuh tempo pembayaran bulannya (tanpa cela). Kol-1 merepresentasikan karakter/watak yang baik debitur karena kelancaran

membayar kewajibannya. Atau dengan kata lain apabila debitur selalu membayar pokok dan bunga tepat waktu. Perkembangan rekening baik, tidak ada tunggakan, serta sesuai dengan persyaratan kredit.

2) Kol-2 (DALAM PERHATIAN KHUSUS)

Kol-2 atau Kolek 2 dalam dunia perbankan disingkat DPK, merupakan status kolektibilitas yang tergolong *Performing Loan* (PL) dimana ditandai oleh keterlambatan membayar debitur melebihi tanggal jatuh tempo sampai dengan sekurang-kurangnya 90 hari sejak tanggal jatuh tempo atau 3 bulan lamanya (debitur menunggak pembayaran pokok dan/atau bunga antara 1-90 hari). Penetapan status DPK secara manual juga diberikan apabila debitur masih dipertimbangkan memiliki aliran kas yang baik namun kurang mampu dalam membayar kewajibannya. Dalam praktik perbankan, umumnya DPK oleh pihak bank sudah dianggap buruk walaupun secara teoretis masih tergolong *Performing Loan* (PL). Penyelesaian kredit bermasalah dengan status Kol-2 dapat dilakukan melalui penagihan biasa atau melaksanakan restrukturisasi tergantung kesepakatan antara debitur dengan kreditur.

3) Kol-3 (KURANG LANCAR)

Kol-3 atau Kolek 3 merupakan status kolektibilitas debitur yang terlambat membayar lebih dari 90 hari sejak tanggal jatuh tempo bulanannya sampai dengan sekurang-kurangnya 120 hari atau 3-4 bulan lamanya (debitur menunggak pembayaran pokok dan/atau bunga antara 91-120 hari). Penetapan status Kol-3 secara manual dapat diberikan oleh bank apabila debitur masih memiliki itikad baik meskipun kemampuan membayarnya

kurang memadai namun bank meyakini debitur masih memiliki aliran kas yang cukup baik. Pada tahap status ini, bank berkewajiban mengeluarkan Surat Peringatan (SP) pertama dan mulai melakukan perhitungan akrual terhadap tunggakan pokok dan bunga berjalan, tunggakan penalti berjalan, tunggakan administrasi pembukuan, dan tunggakan-tunggakan lainnya melalui penerbitan anjak piutang. Apabila masih memungkinkan debitur untuk mampu membayar kewajibannya, restrukturisasi dapat dilaksanakan.

4) Kol-4 (DIRAGUKAN)

Kol-4 atau Kolek 4 merupakan status kolektibilitas yang menandakan keterlambatan membayar melebihi 120 hari sejak tanggal jatuh tempo bulanannya atau maksimum 4 bulan ke atas (debitur menunggak pembayaran pokok dan/atau bunga antara 121-180 hari). Pada tahap status kolektibilitas ini, bank sudah harus mengambil asumsi angsuran pokok dan bunga kredit tidak terbayarkan dan bersiap mengambil kesimpulan penyelesaian kredit bermasalah melalui pelelangan agunan sesuai pasal 6 Undang-Undang No 4 Tahun 1996 tentang HAK TANGGUNGAN ATAS TANAH BESERTA BENDA-BENDA YANG BERKAITAN DENGAN TANAH yang berbunyi:

“Apabila debtor cidera janji, pemegang Hak Tanggungan pertama mempunyai hak untuk menjual obyek Hak Tanggungan atas kekuasaan sendiri melalui pelelangan umum serta mengambil pelunasan piutangnya dari hasil penjualan tersebut.”

Hak Tanggungan adalah hak jaminan atas tanah untuk pelunasan utang tertentu, yang memberikan kedudukan diutamakan kepada kreditor tertentu

terhadap kreditor-kreditor lain. Dalam arti, bahwa jika debitor cidera janji, kreditor pemegang Hak Tanggungan berhak menjual melalui pelelangan umum tanah yang dijadikan jaminan menurut ketentuan peraturan perundangan undangan yang bersangkutan, dengan hak mendahulu daripada kreditor-kreditor yang lain (Uraian penjelasan Undang-Undang No 4 Tahun 1996).

Kol 4 dapat naik status menjadi kol 5 jika bank meyakini bahwa selain tidak mampu membayar cicilannya, debitur juga tidak memiliki itikad baik untuk menyelesaikan kewajibannya tersebut. Pada tahap ini pula, bank berkewajiban mengeluarkan Surat Peringatan-2 dan Surat Peringatan-3 kepada debitur.

5) Kol-5 (MACET)

Kol-5 atau Kolek 5 merupakan kolektibilitas terendah yang tergolong *Non-Performing Loan* (NPL) yang merepresentasikan angsuran pokok dan bunga kredit tidak terbayarkan oleh debitur dengan menunggak pembayaran pokok dan/atau bunga lebih dari 180 hari, sehingga bank berkewajiban melaksanakan penyelesaian kredit bermasalah paling terakhir yaitu melelang agunan untuk menutup PPAP yang terbentuk 100 persen dari aktiva produktif untuk mengcover resiko terburuk kredit. Penyisihan Penghapusan Aset Produktif (PPAP) adalah cadangan yang harus dibentuk sebesar persentase tertentu dari baki debet berdasarkan penggolongan kualitas Aset Produktif.

Status kolektibilitas Kol-5 atau Kolek 5 lebih populer dengan sebutan Kredit Macet. Bank berhak melakukan pelelangan agunan setelah mengeluarkan Surat Peringatan (SP) sebanyak 3 kali, menerbitkan anjak

piutang, dan melaporkan riwayat penanganan dan penyelesaian kredit, mulai dari riwayat penagihan, negosiasi dan restrukturisasi (bila terdapat restrukturisasi). NPL secara total pada suatu unit kerja perbankan disyaratkan harus di bawah 3 persen sebagai ambang batas coverage Kol-5. Secara makro, bila dibiarkan dapat menyebabkan kondisi perekonomian moneter di Indonesia memburuk dan memiliki *trickle down effect* terhadap perekonomian keseluruhan.

2.1.6 Shopee Pay Later

Shopee PayLater adalah produk layanan pinjaman yang disediakan oleh PT Commerce Finance serta pihak lain yang bekerja sama dengan PT Commerce Finance dan diawasi langsung oleh OJK (Otoritas Jasa Keuangan), dengan fasilitas 3 periode cicilan mulai dari 1 kali, 3 kali, 6 kali, dan 12 kali cicilan yang dilakukan sesuai tanggal jatuh tempo setiap bulannya. Shopee PayLater memberi kemudahan dengan barang dapat diterima terlebih dahulu namun pembayaran dapat dilakukan bulan depan dengan cicilan (Shopee, 2020).

Layanan pinjam meminjam uang berbasis teknologi informasi seperti yang ada pada Shopee PayLater telah diatur pada Pasal 1 angka (3) Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) No.77/POJK.1/2016 yang menyatakan bahwa, Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi adalah penyelenggaraan layanan jasa keuangan untuk mempertemukan pemberi pinjaman dengan penerima pinjaman dalam rangka melakukan perjanjian pinjam meminjam dalam mata uang rupiah secara langsung melalui sistem elektronik dengan menggunakan jaringan internet (OJK, 2016).

2.1.6.1 Mekanisme dan Ketentuan Sistem Pembayaran Shopee Pay Later

Untuk memanfaatkan fitur *pay later* dari *platform* Shopee, harus terlebih dahulu memenuhi sejumlah persyaratan. Pengguna diharuskan memiliki akun Shopee yang sudah terdaftar dan diverifikasi dengan informasi yang valid. Selain itu, akun Shopee harus berusia minimal 3 bulan, sering digunakan untuk melakukan transaksi, dan pengguna harus memastikan bahwa aplikasi Shopee yang mereka gunakan telah diperbarui ke versi terbaru. Namun, terdapat batasan limit berdasarkan evaluasi internal Shopee dan riwayat transaksi pengguna. Setelah memenuhi persyaratan, saat melakukan pembayaran pengguna dapat memilih Shopee PayLater sebagai metode pembayaran (Shopee, 2020).

Menurut (Shopee, 2020) transaksi menggunakan Shopee PayLater dikenakan biaya penanganan 1% kemudian biaya cicilan (suku bunga dan biaya-biaya) minimal 2,95% dari jumlah total pembayaran, yang diselesaikan dalam waktu 1 bulan, 3, 6, dan 12 bulan. Jika terjadi keterlambatan pembayaran, pengguna akan dikenakan denda sebesar 5% dari total tagihan.

Berikut cara mengaktifkan Shopee PayLater untuk mendapatkan pinjaman dari *marketplace* Shopee:

- 1) Klik tab Saya kemudian pilih Shopee PayLater
- 2) Klik Aktifkan Sekarang
- 3) Masukan kode OTP yang dikirimkan melalui SMS dan klik lanjutkan
- 4) Unggah foto KTP
- 5) Masukkan kontak darurat, lalu klik lanjutkan
- 6) Kemudian verifikasi wajah

- 7) Tunggu verifikasi diterima
- 8) Setelah mengikuti cara diatas, maka Shopee PayLater berhasil diaktifkan. Selanjutnya pengguna dapat menggunakan pinjaman tersebut untuk berbelanja.

2.1.7 Generasi

Generasi adalah suatu susunan sosial dimana didalamnya terdapat sekelompok orang yang memiliki kesamaan umur dan pengalaman historis yang sama, Manheim (dalam Putra, 2016). Demikian pula didefinisikan oleh Kupperschmidt yang mengatakan bahwa generasi adalah sekolompok individu yang mengidentifikasi kelompoknya berdasarkan kesamaan tahun kelahiran, umur, lokasi dan kejadian-kejadian dalam kehidupan kelompok individu tersebut yang memiliki pengaruh signifikan dalam fase pertumbuhan mereka. Dalam teori generasi menurut Mannheim, generasi terbagi menjadi beberapa kelompok setelah perang dunia ke II dan berhubungan dengan masa kini (dalam Mardiya, 2019), yaitu:

- 1) Baby Boomers (kelahiran 1946-1965)

Generasi ini dimulai dari orang-orang yang lahir setelah Perang Dunia II, yaitu antara tahun 1946 hingga 1965. Istilah “*Baby Boom*” merujuk pada lonjakan tinggi dalam tingkat kelahiran manusia pasca Perang Dunia II. Namun, pada tahun 1964 pil pengontrol kehamilan diperkenalkan dan mulai populer dan mengakhiri era “*Baby Boom*”. Generasi *baby boomers* banyak yang terpengaruh oleh budaya hippies karena dinamika budaya yang terjadi

pada tahun 1960-an. Budaya tersebut memengaruhi pandangan politik, mode, literatur, film, dan filosofi generasi Baby Boomers.

2) Generasi X (kelahiran 1965-1980)

Pada masa ini, tingkat kelahiran bayi jauh lebih rendah dibandingkan dengan masa Baby Boomers. Oleh karena itu, mereka sering disebut sebagai “baby busters”, mengacu pada penurunan drastis dalam tingkat kelahiran setelah periode baby boom. Namun, seiring waktu label “Generasi X” menjadi populer dan terus digunakan hingga sekarang. Nama ini diambil dari judul novel yang sangat terkenal, *“Generation X: Tales for An Accelerated Culture”*, ditulis oleh Douglas Coupland, seorang penulis asal Kanada. Douglas pernah dianggap sebagai juru bicara generasi X, meskipun dia menolak gelar tersebut. Dalam novelnya yang terbit tahun 1991, ia berusaha menggambarkan pandangan dunia generasi yang lahir setelah tahun 1960-an. Pada masa generasi X, budaya “*young urban professional*” (yuppie) atau para eksekutif muda yang bekerja di kota menjadi sangat populer. Para yuppies memiliki motivasi yang kuat untuk meraih kesuksesan karir mereka pada usia muda.

3) Generasi Y (kelahiran 1981-1995)

Generasi Y, atau yang dikenal sebagai millennials, adalah kelompok yang tumbuh dengan keyakinan bahwa mereka memiliki kemampuan khusus dan mampu mencapai segala hal yang mereka inginkan. Generasi Y memiliki sifat optimis, percaya diri, dan memiliki kemampuan hebat dalam bekerja sama dalam tim. Istilah “millennials” merujuk pada generasi ini karena

mereka memasuki usia dewasa pada awal milenium baru. Istilah ini diperkenalkan melalui buku yang ditulis oleh William Strauss dan Neil Howe berjudul "*Millennials Rising*", penemu teori generasi Strauss-Howe. Generasi Y mengalami perubahan besar dari dunia analog ke dunia digital. Selain itu, mereka juga tumbuh seiring dengan berkembangnya nilai-nilai kesetaraan dan hak asasi manusia, yang berdampak pada pandangan mereka yang lebih demokratis.

4) Generasi Z (kelahiran 1995-2012)

Generasi Z juga dikenal sebagai iGen, merujuk kepada individu yang lahir antara tahun 1995 hingga 2012. Karakteristik mereka sangat berbeda jika dibandingkan dengan generasi sebelumnya, terutama para milenial. Banyak dari mereka tumbuh besar dengan iPhone atau perangkat pintar serupa, suatu pengalaman yang tidak dialami oleh generasi sebelumnya. Istilah "iGen" sendiri diambil dari buku yang ditulis oleh Jean M. Twenge berjudul "*iGen: Why Today's Super-Connected Kids Are Growing Up Less Rebellious, More Tolerant, Less Happy — and Completely Unprepared for Adulthood*". Ia berpendapat bahwa kecenderungan iGen dalam menghabiskan lebih banyak waktu di depan layar gawai ketimbang berinteraksi langsung dengan manusia lainnya dapat membuat mereka sulit meraih kebahagiaan dan cenderung lebih pesimistik dibandingkan dengan generasi sebelumnya.

5) Generasi Alpha

Generasi Alpha merupakan anak-anak yang dilahirkan oleh generasi milenial. Sebanyak 2,5 juta anak generasi Alpha lahir di dunia setiap

minggunya. Generasi yang paling akrab dengan teknologi digital dan generasi yang diklaim paling cerdas dibandingkan dengan generasi sebelumnya. Hal ini dikemukakan oleh mark Mc Crindle melalui tulisan di majalah *Business Insider*, Christina (dalam Fadlurrohim & dkk, 2019).

Setelah Mannheim, teori generasi dikembangkan oleh William Straus dan Neil Howe dengan membagi generasi berdasarkan kesamaan rentang waktu kelahiran dan kesamaan kejadian-kejadian historis. Namun menurut Mannheim (dalam Putra, 2016), ada tiga atribut yang lebih jelas mengidentifikasi generasi dibanding dengan tahun kelahiran, atribut tersebut antara lain:

- 1) *Percieved membership*: persepsi individu terhadap sebuah kelompok dimana mereka tergabung didalamnya, khususnya pada masa–masa remaja sampai dengan masa dewasa muda.
- 2) *Common belief and behaviors*: sikap terhadap keluarga, karir, kehidupan personal, politik, agama dan pilihan–pilihan yang diambil terkait dengan pekerjaan, pernikahan, anak, kesehatan, kejahatan.
- 3) *Common location in history*: perubahan pandangan politik, kejadian yang bersejarah, contohnya seperti: perang, bencana alam, yang terjadi pada masa–masa remaja sampai dengan dewasa muda.

2.1.7.1 Generasi Zero

Generasi Z adalah generasi yang lahir saat teknologi sedang berkembang dengan pesat-pesatnya, salah satu cirinya adalah mereka sangat dekat dengan berbagai macam teknologi sejak lahir (Rembulan & Firmansyah, 2020). Menurut (Sakitri, 2021) Gen Z merupakan generasi yang erat dengan teknologi

(*digital native*), sebagaimana mereka lahir di era ponsel pintar, tumbuh bersama dengan kecanggihan teknologi komputer, dan memiliki keterbukaan akan akses internet yang lebih mudah dibandingkan dengan generasi terdahulu.

Setiap generasi terdiri dari banyak individu unik yang mempunyai pendapat, nilai, perilaku, dan rencana masa depan masing-masing serta memiliki karakteristik berbeda sesuai tahun kelahirannya. Termasuk generasi Z, dengan ciri khasnya sendiri yang membedakan mereka dengan generasi-generasi sebelumnya. Menurut Stillman (dalam Lingga Sekar Arum, dkk 2023) terdapat 7 karakteristik ideal generasi Z di Amerika dan negara-negara lainnya, antara lain:

1) Figital

Figital dalam konteks ini merujuk pada generasi Z yang tidak membatasi kegiatan dan ruang lingkup mereka antara dunia nyata dengan dunia *digital*. Perkembangan teknologi pada era generasi Z berlangsung dengan cepat dan merupakan hal yang wajar terjadi. Semua informasi dan fasilitas tersedia secara mudah melalui berbagai aplikasi dan situs *online*. Meskipun penggunaan dunia digital dapat mengurangi interaksi fisik dengan orang di sekitar, generasi Z umumnya tidak begitu mempedulikannya. Efisiensi waktu juga menjadi alasan utama. Dunia digital dan teknologi telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, memungkinkan mereka untuk memenuhi berbagai kebutuhan dengan mudah hanya melalui beberapa klik.

2) Hiper-kustomisasi

Hiper-kustomisasi dalam konteks ini, mengacu pada keinginan generasi Z untuk mengekspresikan keunikan dan kelebihan diri mereka sebagai identitas, bukan sekedar mengikuti label berdasarkan agama, suku, dan ras. Gen-Z menilai keunikan mereka dari aspek-aspek yang menonjol dari dalam diri mereka, dan hal ini menjadi ukuran seberapa istimewa mereka dibandingkan dengan orang lain dalam lingkungan sekitar.

Generasi Z tidak ingin dikategorikan ke dalam kelompok tertentu, dan sulit untuk diatur. Mereka cenderung ingin melangkah keluar dari norma dan tren yang umumnya dianut oleh orang lain. Bahkan sejak masa remaja, generasi zero sudah memiliki ambisi untuk menentukan sendiri cita-cita dan tujuan mereka di masa depan, serta merencanakan langkah-langkah yang harus diambil untuk mencapainya.

3) Realistik

Pengaruh orang tua dari generasi X, yang cenderung memiliki pemikiran pesimis karena pengalaman hidup yang tidak sesuai dengan impian mereka, memberikan dampak pada pola pikir generasi Z. Generasi Z terbawa untuk tidak memiliki harapan yang terlalu tinggi terhadap masa depan, bukan karena skeptis, melainkan realistik. Oleh sebab itu, generasi Z lebih memprioritaskan pembelajaran melalui pengalaman praktis daripada teoritis. Mereka lebih suka memahami cara menjual produk atau menemukan solusi untuk masalah dalam kehidupan sehari-hari.

Sejalan dengan karakteristik ini, Gen-Z bersedia untuk sejalan dengan karakteristik sebelumnya, dimana generasi Z bersedia untuk menyesuaikan diri sebagai bentuk persiapan untuk memenuhi kebutuhan mereka di masa depan. Meskipun mereka mungkin terlihat kurang optimis dalam hal impian, tindakan yang mereka ambil cenderung lebih nyata dan berdampak positif pada lingkungan sekitar mereka (Stillman, 2018). Semakin cepat mereka terlibat dalam dunia kerja, semakin banyak pengalaman yang dapat mereka peroleh.

4) *Fear of Missing Out (FOMO)*

Dikenal sebagai generasi digital, generasi Z turut mengumpulkan segala informasi di internet yang dirasa penting dan bermanfaat bagi pekerjaan mereka. Mereka takut tertinggal atas informasi tersebut yang pada akhirnya dapat menghambat dan merugikan hasil kerjanya. Ditambah dengan tingginya rasa ingin tahu yang membuat generasi Z gelisah apabila tidak diinjeksi berita-berita hangat. Hal inilah yang menciptakan kekhawatiran generasi Z apabila tertinggal dari orang-orang di sekitarnya. Mereka juga ingin memahami dan mengambil intisari dari apa yang orang lain sedang kerjakan. Bisa dibilang hal tersebut merupakan sebuah peluang bagi generasi Z untuk meningkatkan daya saing.

5) *Weconomist*

Generasi Z, yang sering disebut sebagai “*weconomist*” atau ekonomi berbagi, adalah salah satu generasi yang sangat mendukung kolaborasi, terutama dalam konteks ekonomi. Generasi zero memiliki peran penting

dalam industri digital, seperti Gojek, Grab dan Disney⁺ Hotstar. Generasi Z cenderung terbuka dan dapat menjalin kemitraan tanpa terikat oleh ikatan yang kuat, selama sesuai dengan kesepakatan yang ada.

6) *Do It Yourself* (D.I.Y.)

Generasi Z adalah generasi digital yang mandiri. Mandiri bagi mereka artinya tidak memerlukan bantuan atau pendampingan saat mempelajari hal baru. Cukup dengan mencari video pengajaran di YouTube, mereka dapat menyelesaikan segalanya sendiri. Namun, sifat ini membuat mereka terlihat sebagai individu yang kurang memiliki kemampuan bekerja dalam tim. Generasi Z lebih suka fokus pada pekerjaan yang dapat diselesaikan secara individual dan mempercayakan tugas lain kepada rekan kerja. Sifat inilah yang mendorong minat besar Gen-Z untuk menjadi wirausaha, memungkinkan mereka menjalankan *passion* mereka tanpa terikat dalam lingkungan kerja yang dianggap kaku.

7) Terpacu

Generasi Z dikenal sebagai generasi yang realistik dan tidak terlalu memimpikan hal-hal besar, namun mereka memiliki keinginan kuat untuk membawa perubahan positif pada lingkungan sekitar, terutama melalui teknologi yang ada di genggaman mereka saat ini. Mereka bersedia melakukan tindakan yang lebih besar untuk memberikan manfaat kepada banyak orang yang membutuhkan bantuan. Dengan semangat yang membara ini, generasi Z mampu membangun dan memperkenalkan citra diri mereka ke

dunia, dengan tujuan melakukan tindakan besar yang akan berdampak di masa depan.

2.1.8 Kesiapan Gen Z

2.1.8.1 Gaya Hidup

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang serta dapat mencerminkan pola kosumtif, yang ditunjukkan dalam kegiatan, minat, bagaimana membelanjakan uangnya dan bagaimana mengalokasikan waktu (Azizah, 2020). Menurut (Pulungan & dkk, 2018) gaya hidup dianggap sebagai identitas dan pengakuan status sosial seseorang yang jelas terlihat dari perilakunya yang selalu mengikuti perkembangan mode sebagai bagian utama untuk pemenuhan kebutuhan hidup sehari-hari. Bahkan gaya hidup menjadi lebih penting dari kebutuhan pokok.

Menurut Solomon (dalam Hasbiah Rizqi, 2021) terdapat tiga indikator untuk mengukur variabel gaya hidup yaitu:

- 1) *Activities* atau aktivitas adalah mengenai bagaimana seseorang menggunakan waktunya di kehidupan sehari-hari berkaitan dengan aktivitas yang dilakukan.
- 2) *Interests* atau minat adalah ketertarikan yang berasal dalam diri seseorang untuk memenuhi keinginannya.
- 3) *Opinions* atau opini adalah pendapat seseorang yang diperoleh dari perspektif dalam memahami suatu hal.

2.1.8.2 Perilaku Keuangan

(Herdjiono & Damanik, 2016) menyatakan perilaku keuangan merujuk pada tindakan dan keputusan yang diambil individu dalam mengelola keuangan mereka. Seseorang dengan tingkat *financial attitude* baik akan menunjukkan pola pikir yang baik tentang uang yaitu persepsinya tentang masa depan (*obsesion*), tidak menggunakan uang untuk tujuan mengendalikan orang lain atau sebagai penyelesai masalah (*power*), mampu mengontrol situasi keuangan yang dimiliki (*effort*), menyesuaikan penggunaan uang sehingga mampu mencukupi kebutuhan hidupnya (*inadequancy*), tidak ingin menghabiskan uang (*retention*), dan memiliki pandangan yang selalu berkembang tentang uang atau tidak berpandangan kuno (*securities*) sehingga akan mampu melakukan kontrol terhadap konsumsinya, mampu menyeimbangkan pengeluaran dan pemasukan yang dimiliki (*cash flow*), menyisihkan uang untuk tabungan dan investasi, serta mengelola utang yang dimiliki untuk kesejahteraannya.

Menurut Potrich et al (dalam Puspita, 2019) perilaku keuangan didefinisikan sebagai perilaku individu yang relevan dengan manajemen keuangan. Dalam definisi yang lain disebutkan bahwa perilaku keuangan dapat dijelaskan untuk mengevaluasi perilaku individu mengenai manajemen keuangan melalui tiga dimensi, yaitu:

- 1) Penggunaan kartu kredit yang mengarah kepada perilaku individu mengenai opsi kredit dan pembayaran kredit .
- 2) Konsumsi terencana yang mengarah kepada perilaku individu mengenai kontrol keuangan, penyusunan rencana biaya, dan pengendalian biaya.

- 3) Tabungan yang mengarah kepada perilaku individu mengenai perencanaan tabungan, pengalokasian cadangan keuangan, konsistensi.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No.	Nama	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Lia Ayu Nursinta, Subagyo dan Moch. Wahyu Widodo, (2022)	Pemahaman Literasi Keuangan Dalam Penggunaan Pinjaman Online Pada <i>E-commerce Shopee Pay Later</i>	Hasil temuan penelitian ini menunjukkan mahasiswa manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri angkatan 2018, memiliki pemahaman literasi keuangan yang baik dalam hal tabungan, pinjaman dan pengelolaan keuangan, membuktikan pengukurannya pada <i>well literate</i> . Sementara itu, dalam hal investasi dan asuransi, pemahaman mahasiswa menunjukkan

			tingkat literasi yang mencukupi (<i>sufficient literate</i>), menandakan pemahaman literasi keuangan yang cukup baik.
2	Kazia Laturette, Luky Patricia Widianingsih dan Lucky Subandi, (2021)	Literasi Keuangan Pada Generasi Z	Hasil penelitian menunjukan bahwa setelah mengikuti pelatihan literasi keuangan, pemahaman literasi keuangan siswa/siswi tidak mengalami perubahan signifikan dibandingkan sebelum pelatihan. Namun, secara rata-rata terdapat peningkatan dalam pemahaman mereka. Selain itu, terdapat perbedaan dalam penerapan literasi keuangan sebelum dan setelah pelatihan literasi keuangan.

3	Andi Kusuma Negara, Hendra Galuh Febrianto dan Amalia Indah Fitriana, (2022)	Mengelola Keuangan Dalam Pandangan Gen Z	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan dan keterampilan pengelolaan keuangan pada Generasi Z khususnya mahasiswa program studi Manajemen di Universitas Muhammadiyah Tangerang berada pada tingkat sedang.</p> <p>Penelitian ini juga menemukan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kemampuan pengelolaan keuangan individu Generasi Z. Namun, rata-rata tingkat literasi keuangan mahasiswa masih cukup rendah, sehingga perlu ditingkatkan.</p> <p>Mahasiswa juga masih</p>
---	--	--	---

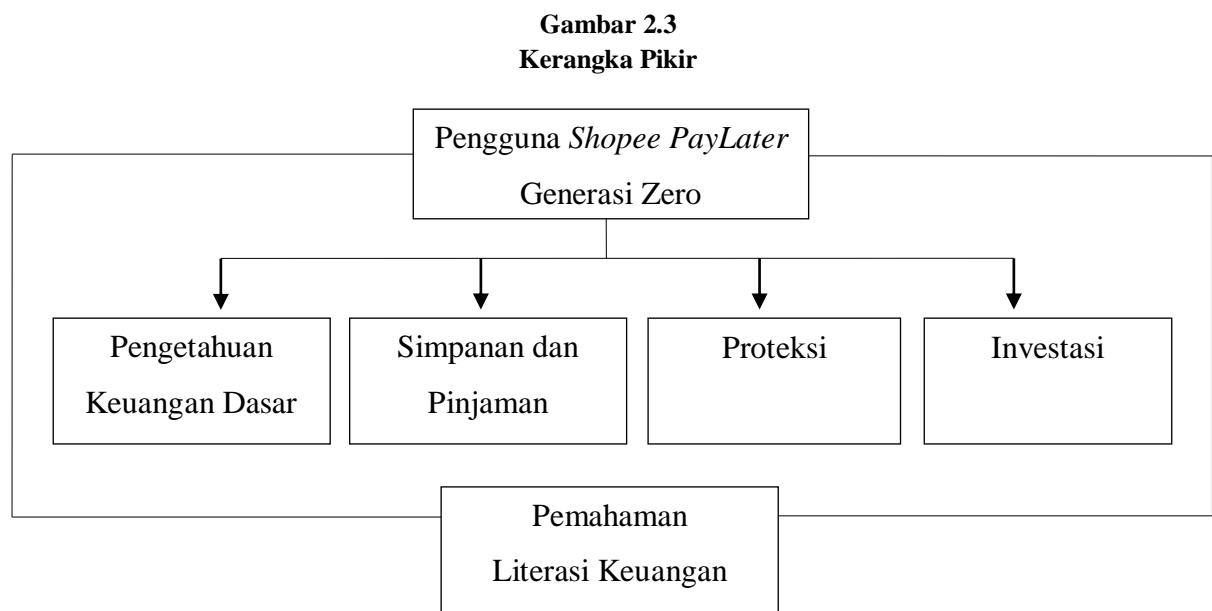
			memiliki kesulitan dalam mengelola pengeluaran, memposisikan kredit dengan benar, menabung secara tepat, dan memahami investasi.
4	Fikqi Indra Adi Waluyo dan Maria Asumpta Evi Marlina, (2019)	Peran Literasi Keuangan Dalam Pengelolan Keuangan Mahasiswa	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan berperan bagi mahasiswa dalam beberapa tahapan. Tahapan tersebut adalah tahap penentuan sumber dana, penggunaan dana, manajemen risiko, dan perencanaan masa depan.

Berdasarkan empat penelitian di atas yang sudah dilakukan sebelumnya, dapat dijelaskan bahwa terdapat perbedaan antara penelitian terdahulu dengan peneliti sekarang, yaitu bahwa penulis ingin mengetahui peran literasi keuangan bagi generasi Z terhadap penggunaan sistem pembayaran Shopee Paylater, kemudian subjek penelitian tidak hanya berfokus pada satu kelompok maupun satu wilayah saja.

2.3 Kerangka Pemikiran

Menurut (Lurette & dkk, 2021) dalam penelitiannya menyatakan bahwa generasi Zero memiliki prinsip YOLO (*You Only Live Once*) atau kamu hanya hidup sekali, menjadikan Gen Z memiliki perilaku keuangan yang sering kali menggunakan pendapatan hanya untuk memenuhi kebutuhan periode saat ini, tanpa memprioritaskan kebutuhan di masa yang akan datang. Kondisi tersebut mendorong munculnya permasalahan keuangan dalam kehidupan sehari-hari, akibat rendahnya kemampuan generasi Z dalam mengelola keuangan pribadi. Literasi keuangan memiliki peran dalam kehidupan Gen Z untuk bisa mengelola keuangan secara efektif. Hal ini didukung dengan pernyataan *Organisation for Economic Co-operation and Development* (OECD) (Lajuni & dkk, 2018) bahwa literasi keuangan merupakan pengetahuan yang berkaitan dengan masalah keuangan dan keterampilan tentang bagaimana memanfaatkan pengetahuan keuangan dengan baik karena hal ini diakui sebagai hal yang penting bagi individu dan bangsa. Dengan pemahaman yang baik terkait literasi keuangan, generasi Zero dapat memilih serta memanfaatkan produk dan/atau layanan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan individu, mampu membuat keputusan ekonomi yang lebih bijaksana, serta tidak lagi terjebak dalam penawaran pinjaman *online* ilegal. Menurut Chen & Volpe, 1998 dimensi literasi keuangan terdiridari pengetahuan keuangan dasar, simpanan dan pinjaman, proteksi, dan investasi, sebagai indikator pengukuran literasi keuangan.

Berdasarkan uraian di atas, maka kerangka pemikiran digambarkan sebagai berikut :



BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian dan kerangka pemikiran yang sudah diuraikan dalam bab sebelumnya, maka yang menjadi objek peneliti adalah Pemahaman Literasi Keuangan Bagi Pengguna Shopee PayLater Pada Generasi Zero (Gen-Z).

3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang mempelajari bagaimana perilaku sosial dapat dideskripsikan sebagaimana adanya, dengan pendekatan fenomenologi. Pendekatan penelitian ini dikembangkan dari filsafat fenomenologi. Menurut (Hasbiansyah, 2008) fenomenologi berasal dari bahasa Yunani ‘*pahainomenon*’, yang artinya membiarkan sesuatu datang mewujudkan dirinya sebagaimana adanya. Makna tersebut muncul dengan cara membiarkan realitas/fenomena/pengalaman itu mengungkapkan dirinya sendiri secara alami. Di sisi lain, makna itu timbul sebagai hasil interaksi antara subjek dengan fenomena yang dialaminya. Subjek penelitian diberi kesempatan untuk mengungkapkan berbagai dimensi pengalamannya yang terkait dengan suatu fenomena atau peristiwa. Menurut (Fadli, 2021) fenomenologi merupakan pendekatan yang berusaha untuk mengungkap, mempelajari serta memahami fenomena dan konteksnya yang khas dan unik dialami oleh individu hingga tataran keyakinan individu yang bersangkutan.

Menurut Edmund Husserl (dalam Hasbianyah, 2008), pendekatan fenomenologi menunda semua asumsi dan penilaian terhadap suatu fenomena untuk menghasilkan pengetahuan tanpa dipengaruhi keraguan. Penundaan ini disebut dengan *epoché* atau *bracketing*. Konsep *epoché* adalah membedakan wilayah data (subjek) dengan interpretasi peneliti, memungkinkan subjek untuk mengungkapkan pengalamannya, sehingga dapat diperoleh pemahaman terdalam dari hakikat pengalaman tersebut.

Dalam aplikasinya, pendekatan ini dimaksudkan untuk melihat dan mengetahui pemahaman serta pengalaman subjektif individu terkait literasi keuangan dan penggunaan Shopee PayLater. Bagaimana generasi Zero sebagai pengguna Shopee PayLater secara pribadi merasakan, memahami, dan berinteraksi dengan aspek-aspek literasi keuangan.

3.2.1 Operasionalisasi Variabel

Untuk menentukan data yang akan diperlukan dalam penelitian ini, maka terlebih dahulu perlu mengoperasionalisasikan variabel-variabel yang telah digambarkan dalam kerangka pemikiran. Hal ini dilakukan untuk menentukan instrumen-instrumen yang relevan dari masing-masing variabel terkait. Oleh karena itu, untuk memberikan kemudahan dalam proses pengukuran variabel penelitian ini, variabel yang dibahas didefinisikan sebagai berikut.

Literasi keuangan merupakan kebutuhan dasar bagi setiap individu agar terhindar dari masalah keuangan. Definisi literasi keuangan menurut (Yushita, 2017) adalah kemampuan (kacakapan) seseorang dalam mengelola dan membuat keputusan yang efektif berhubungan dengan keuangannya. Menurut

(Saraswati & Nugroho, 2021) literasi keuangan merupakan kemampuan dalam merencanakan masa depan, kemampuan mencakup untuk membedakan pilihan keuangan, dan memiliki kecakapan dalam pengambilan keputusan keuangan sehari-hari dalam berbagai peristiwa kehidupan, termasuk peristiwa di ekonomi secara umum.

Terdapat empat aspek yang digunakan dalam mengukur tingkat literasi keuangan menurut Chen & Volpe (1998) (dalam Yushita, 2017) yaitu:

- 1) Pengetahuan keuangan dasar, terkait pengaturan pendapatan dan pengeluaran, serta pemahaman konsep dasar keuangan. Hal ini melibatkan pemahaman terhadap perhitungan tingkat bunga sederhana, bunga majemuk, dampak inflasi, biaya peluang nilai waktu uang, likuiditas aset, dan faktor-faktor lainnya.
- 2) Simpanan dan pinjaman. Proses mengumpulkan dana berlebih dengan sengaja mengonsumsi lebih sedikit dari pendapatan, dengan mempertimbangkan enam faktor, yaitu tingkat pengembalian, inflasi, pertimbangan pajak, likuiditas, keamanan, pembatasan, dan biaya.
- 3) Proteksi, instrumen untuk mengurangi risiko keuangan dengan mengumpulkan unit-unit eksposur dalam jumlah yang cukup untuk memperkirakan kerugian individu.
- 4) Investasi, tindakan menyimpan atau menempatkan uang dengan tujuan agar uang tersebut dapat menghasilkan pendapatan lebih banyak. Salah satu caranya bisa dengan menempatkan dana dalam surat berharga seperti saham.

Berikut adalah tabel operasionalisasi variabel yang akan diteliti:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator
Literasi Keuangan	Aspek Pengukuran	1) Pengetahuan keuangan dasar
		2) Simpanan dan pinjaman
	Literasi Keuangan	3) Proteksi
		4) Investasi

Sumber: Chen & Volpe, 1998 (dalam Yushita, 2017)

3.2.2 Informan Penelitian

Dalam penelitian kualitatif tidak menggunakan istilah populasi, melainkan istilah informan. Hal ini didasarkan pada sifat penelitian yang berangkat dari fenomena atau situasi sosial atau perilaku seseorang atau sekelompok orang bahkan kasus (Kemendikbud, 2022). Informan berkaitan dengan orang yang nantinya akan diwawancara secara mendalam terkait permasalahan yang akan diteliti.

Informan selaku subjek dalam penelitian ini akan diambil menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* atau disebut *purposeful sampling* merupakan teknik yang berdasarkan kepada ciri-ciri yang dimiliki oleh subjek, sesuai dengan tujuan penelitian yang akan dilakukan (Adhandayani, 2020). Informan yang dipilih merupakan generasi zero yang menggunakan fitur *pay later* pada aplikasi Shopee.

Adapun karakteristik yang akan dijadikan informan penelitian ini antara lain memiliki akun Shopee, pengguna Shopee PayLater minimal 1 tahun,

termasuk dalam kategori Gen-Z dengan rentang usia berada pada kisaran 18 tahun sampai dengan 25 tahun, hal ini karena rentang usia tersebut mencakup kelompok yang senang berbelanja dengan tingkat kebutuhan yang tinggi dan keinginan dalam mengekspresikan diri melalui gaya hidup. Sebagaimana survei yang dilakukan oleh tirto.id tahun 2022, Gen-Z menempati peringkat kedua pengguna *pay later* untuk memenuhi kebutuhan tersier mereka. Berdasarkan ciri-ciri informan yang diuraikan di atas, maka dalam penelitian ini yang akan menjadi informan berjumlah 3 orang, yang memiliki pengalaman nyata dalam menggunakan layanan Shopee PayLater sebagai alat transaksi keuangan. Hal ini dilakukan untuk bisa mendapatkan informasi dan pandangan yang lebih beragam terkait praktik keuangan, khususnya pemahaman literasi keuangan pengguna Shopee PayLater, serta kecenderungan penggunaan layanan bayar nanti pada Gen-Z.

Tabel 3.2
Informan Penelitian

No.	Nama	Frekuensi	Usia	Keterangan
1	Anzar Zulfayzar	2 Tahun	21	Informan
2	Dhea Ananda	3 Tahun	21	Informan
3	Rahmatia Firja	1 Tahun	22	Informan

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

3.2.3.1 Jenis Data

Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Data kualitatif, merupakan data yang disajikan dalam bentuk kata verbal bukan dalam bentuk angka. Kata-kata tersebut terkait dengan perbuatan, perilaku, dan tindakan subjek penelitian, serta berbagai makna yang terkandung di dalamnya (Harahap, 2020).
- b. Data kuantitaif, merujuk pada informasi atau penjelasan yang dapat diukur atau dihitung secara langsung, yang dinyatakan dalam bentuk bilangan atau angka. Dalam konteks ini, data kuantitatif yang dibutuhkan adalah indeks literasi keuangan di Indonesia dan tingkat pengguna *pay later*.

3.2.3.2 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian merupakan subjek dari mana data dapat diperoleh. Untuk menunjang penelitian ini, penulis menggunakan dua sumber data yaitu:

- a. Data Primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari hasil wawancara bersama informan sebagai subjek penelitian. Kata-kata dan tindakan orang-orang yang diamati atau diwawancarai merupakan sumber data utama (Rijali, 2018). Sumber data utama dalam penelitian ini adalah generasi Zero yang menggunakan fitur Shopee PayLater sebagai informan/subjek penelitian.
- b. Data Sekunder, yaitu informasi yang diperoleh dari sumber lain, dan tidak diperoleh langsung dari subjek penelitian. Dalam penelitian ini, data sekunder

yang digunakan adalah data yang berasal dari buku elektronik, artikel, dan jurnal penelitian yang relevan dengan topik penelitian ini.

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Data merupakan fakta atau bahan-bahan keterangan yang penting dalam penelitian. Menurut (Subadi, 2006) sumber utama dalam peneltian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan (aktivitas), dan selebihnya seperti dokumen (yang merupakan data tambahan). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1) Wawancara Semi Terstruktur

Wawancara dilakukan dengan subjek penelitian melalui wawancara mendalam untuk memperoleh realitas yang ada sebagaimana yang dirasakan oleh subjek penelitian, sehingga dapat diperoleh data yang akurat. Wawancara tersebut dilakukan secara semi terstruktur. Wawancara (*interview*) merupakan salah satu cara pengambilan data yang dilakukan melalui kegiatan komunikasi lisan dalam bentuk terstruktur, semi terstruktur, dan tidak terstruktur. Wawancara semi terstruktur akan diarahkan dengan sejumlah pertanyaan, namun tidak tertutup kemungkinan memunculkan pertanyaan baru yang idenya muncul secara spontan sesuai dengan konteks pembicaraan yang dilakukan (Harahap, 2020). Metode ini digunakan agar wawancara bisa berlangsung lebih mudah serta komunikatif. Informan lebih bebas dalam menjawab pertanyaan sepanjang tidak keluar dari konteks.

2) Dokumentasi

Louis Gottschalk (Nilamari, 2014) menyatakan dokumen (dokumentasi) adalah setiap proses pembuktian yang didasarkan atas jenis sumber apapun, baik yang bersifat tulisan, lisan, gambaran, atau arkeologis. Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data berupa dokumen terkait, serta sebagai bukti fisik yang memberikan gambaran tentang situasi pelaksanaan penelitian melalui foto.

3.2.5 Teknik Analisis Data

Menurut Noeng Muhamad (dalam Fadli, 2021) mengemukakan pengertian analisis data sebagai upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi, wawancara, dan lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan bagi orang lain. Dalam mendapatkan data dan hasil analisis yang objektif, diperlukan adanya pengecekan keabsahan temuan, dan pada umumnya analisis data menggunakan metode triangulasi sebagai teknik pemeriksaan keabsahan data. Untuk memeriksa keabsahan data dalam penelitian ini dilakukan triangulasi sebagai berikut:

1) Triangulasi Sumber Data

Triangulasi sumber data adalah metode menguji data dari berbagai sumber informan yang akan diambil datanya. Menurut (Alfansyur & Mariyani, 2020) dengan menggunakan teknik yang sama peneliti dapat melakukan pengumpulan data terhadap beberapa sumber perisetan (informan), yang selanjutnya data tersebut harus dideskripsikan, lalu dikategorikan, serta dilihat tentang pandangan yang sama maupun berbeda, termasuk data mana yang

spesifik. Sehingga dapat diperoleh kesimpulan yang akurat dan tepat. Triangulasi sumber data dilakukan dengan menanyakan kebenaran data atau informasi kepada informan satu dengan informan yang lainnya. Melalui teknik triangulasi sumber, penulis berusaha membandingkan data hasil wawancara yang diperoleh dari setiap informan atau sumber untuk mencari dan menelusuri kebenaran informasi yang telah didapatkan.

2) Triangulasi Metode

Triangulasi metode, adalah teknik yang digunakan untuk menguji daya dapat dipercaya sebuah data yang dilakukan dengan cara mencari tahu dan mencari kebenaran data terhadap sumber yang sama melalui teknik yang berbeda (Alfansyur & Mariyani, 2020). Informasi dan data yang diperoleh dibandingkan dengan cara atau metode yang berbeda. Melalui berbagai perspektif diharapkan dapat diperoleh hasil yang mendekati kebenaran. Menurut (Rahardjo, 2010) peneliti dapat menggabungkan metode wawancara bebas dan wawancara terstruktur, maupun wawancara dan observasi atau pengamatan untuk mengecek kebenarannya. Selain itu, peneliti juga bisa menggunakan informan yang berbeda untuk mengecek kebenaran informasi tersebut. Dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode wawancara dan dokumentasi.

3) Triangulasi Teori

Triangulasi teori, adalah hasil atau kesimpulan dari penelitian kualitatif berbentuk rumusan informasi atau *thesis statement* (Rahardjo, 2010). Triangulasi teori dalam menguji keabsahan data dilakukan dengan membandingkan hasil akhir yang diperoleh menggunakan sudut pandang atau perspektif teori

tertentu yang relevan, untuk kemudian dianalisis. Sehingga dapat ditarik kesimpulan yang lebih utuh dan menyeluruh, serta menghindari bias individual peneliti atas temuan atau kesimpulan yang dihasilkan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Shopee

Shopee adalah salah satu *platform e-commerce* terkemuka di kawasan Asia Tenggara, yang didirikan oleh Chris Feng. Shopee pertama kali diluncurkan pada tahun 2015 secara bersamaan di Singapura, Thailand, Vietnam, Malaysia, Filipina, dan Indonesia di bawah naungan Garena, yang selanjutnya berubah nama menjadi SEA Group. PT Shopee Internasional Indonesia resmi diperkenalkan kepada publik pada Desember 2015 dalam bentuk aplikasi *mobile*, dan terus berkembang sampai saat ini.

Kehadiran Shopee sebagai salah satu aplikasi belanja *online* di Indonesia yang menyediakan berbagai macam produk, mulai dari *fashion*, hingga kebutuhan sehari-hari, membawa pengalaman baru dalam berbelanja bagi masyarakat Indonesia. Shopee hadir dalam bentuk aplikasi seluler sehingga lebih fleksibel dan efisien untuk digunakan, dengan berbagai fitur menarik seperti ShopeePay, SPayLater, SPinjam, yang memudahkan dan memfasilitasi pengguna dalam melakukan kegiatan belanja *online*. Terdapat pula Shopee Live, Shopee Video, program afiliasi, dan kerjasama dengan selebriti atau *influencer* untuk memperluas jangkauan pasar, serta *games* guna memberikan pengalaman berbelanja yang lebih menyenangkan dan menarik bagi para pengguna, didukung pula dengan promo juga diskon besar-besaran.

4.1.1 Visi dan Misi

Dikutip dari laman (Shopee), visi dan misi dari Shopee Indonesia adalah:

a) Visi:

Kegiatan belanja *online* harus terjangkau, mudah, dan menyenangkan.

b) Misi:

Menyediakan pengalaman berbelanja *online* yang mudah, aman, dan cepat bagi pelanggan melalui dukungan pembayaran dan logistik yang kuat.

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Pengalaman Shopee PayLater

Shopee sebagai salah satu aplikasi belanja *online* berhasil menarik generasi Z sebagai konsumen mereka dengan menghadirkan beragam promo dan fitur yang memudahkan dalam bertransaksi, termasuk Shopee PayLater. Setelah melakukan wawancara pada ketiga informan penelitian, secara daring maupun tatap muka, penggunaan Shopee PayLater tidak lepas dari rasa penasaran, proses aktivasi yang mudah, serta cicilan dengan tawaran bunga rendah, yang semakin memudahkan Gen-Z untuk melakukan belanja *online*. Pernyataan ini didukung dari hasil wawancara terhadap ketiga informan, sebagai berikut:

“...selain aktivasinya yang mudah di situ juga kan saya bisa membeli barang. Saya membeli sekarang terus dibayar bulan depan atau per 3 bulan...” ungkap saudari Tia Firja (Wawancara, 14/01/2024)

“...cash tunda, jadi bisa beli sekarang bayar nanti. Baru abis itu tertarik di fitur cicilannya. Ternyata bisa di cicil juga, karena sebelumnya beli sekarang bayar nanti dulu kan...” ungkap saudari Dhea Ananda (Wawancara, 15/01/2024)

“...awalnya penasaran dengan fiturnya. Kedua sama bunganya yang rendah, dan gampang pengajuannya, serta persyaratannya yang sangat mudah...” ungkap saudara Anzar Zulfayzar. (Wawancara, 22/01/2024)

Frekuensi penggunaan Shopee PayLater seringnya 2 sampai 3 kali transaksi dalam sebulan, dengan jangka waktu yang relatif berbeda-beda. Namun, informan mengungkapkan bahwa seringnya memilih bayar sekarang bayar nanti, artinya jangka waktu satu bulan dengan alasan tidak ingin terikat dengan utang dan meminimalisir bunga yang harus dibayar. Adapun informan Rahmatia dan Anzar mengungkapkan bahwa penggunaan limit Shopee PayLater tidak hanya dipakai untuk membeli barang mereka sendiri, akan tetapi juga ada yang berasal dari teman dengan jangka waktu yang dipilih biasanya adalah cicilan 6 atau 12 bulan.

“...rata-rata satu bulan. Iya Cuma ada yang biasanya kalau ada teman yang mau mengambil barang, seperti barang elektronik itu biasa 6 bulan sampai 12 bulan. Kalau untuk barang saya sendiri hanya satu bulan, beli sekarang bayar nanti. Karena lebih banyak yang dibayar dari harga barang aslinya kalau lebih dari 1 bulan...” ungkap saudari Rahmatia Firja. (Wawancara, 14/01/2024)

Berikut bukti transaksi informan Rahmatia di tahun pertama menggunakan Shopee PayLater.

Gambar 4.1

Data Transaksi

Total 1 transaksi	01 Jan - 31 Jan
Bayar Nanti	
Long Dress Rajut Body	[redacted]
30 Jan 2022	[redacted]
Total 4 transaksi	01 Feb - 28 Feb
Cicilan	
SLANG REM TDR 35INC VARIASI	[redacted]
[1/6]	[redacted]
Kaliper RCB Matic Honda	[redacted]
[1/6]	[redacted]
BNB Bedcover Rumbai Set FATA	[redacted]
[1/6]	[redacted]
FATA - Sprei Sorong 2in1 Ja	[redacted]
[1/3]	[redacted]

Sumber: Informan penelitian

“...paling lama ada yang 12 bulan, tapi bukan barang nya saya. Rata-ratanya cuman sebulan, karena tidak mau terikat dengan utang...” ungkap saudara Anzar Zulfayzar.(Wawancara, 22/01/2024)

Informan mengungkapkan keuntungan yang dirasakan selama menggunakan Shopee PayLater adalah memudahkan untuk membeli sesuatu ketika mereka belum memiliki uang di tangan dan saat kondisi mendesak. Karena adanya fitur beli sekarang bayar nanti. Terdapat pula kerugian yang dirasakan oleh informan diantaranya bunga yang berlaku dan pengenaan denda. Informan Dhea Ananda bahkan mengatakan bahwa dirinya juga merasa lebih boros.

“...keuntungannya kayak ada barang yang diinginkan, tapi dalam satu bulan itu belum ada uang, dengan adanya SPayLater yang memberikan jangka sebulan, kalaupun ada barang yang urgent sekali untuk dipakai dalam acara, bisa menggunakan SPayLater untuk

memudahkan. Kerugiannya itu, boros, tidak bisa kontrol diri...” jelas informan Dhea Ananda. (Wawancara, 15/01/2024)

Lebih lanjut informan Dhea Ananda mengungkapkan pengalamannya dalam menggunakan Shopee PayLater.

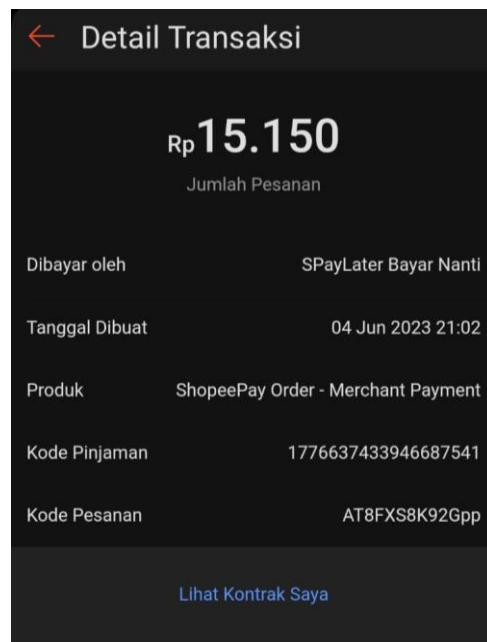
“...kalau dalam kehidupan sehari-hari misalnya yang lebih urgent, lebih mendadak misalnya isi pulsa, pulsa tagihan listrik kalau tiba-tiba habis, kalau tidak punya uang ditangan kan bisa langsung pesan, bayar nanti...” (Wawancara, 15/01/2024)

“...misalnya kalau gaji belum ada, pake dulu SPayLater untuk kebutuhan dan beberapa hobi, selain itu juga fleksibel. Bisa dilakukan di mana saja...” ungkap saudari Anzar Zulfayzar. (Wawancara, 22/01/2024).

Adapun bukti transaksi Shopee PayLater yang digunakan untuk membeli salah satu kebutuhan, yaitu pulsa.

Gambar 4.2

Bukti Transaksi



Sumber: Informan penelitian

Walaupun bunga merupakan sebuah kerugian, namun informan Rahmatia dan Anzar mengatakan bahwa mereka tidak sepenuhnya merasa keberatan akan bunga yang dikenakan, karena mereka tahu hal itu merupakan konsekuensi yang harus ditanggung dan cukup rendah jika dibandingkan dengan aplikasi lainnya.

“...tidak masalah, karena itu kan memang sudah konsekuensi...” ungkap saudari Rahmatia Firja. (Wawancara, 14/01/2024)

“...kalau bunganya kan memang wajib kita bayar, karena kita meminjam. Karena saya meminjam dari satu platform, itu bukan kerugian dan dari sekian banyak aplikasi pinjaman, Shopee salah satunya yang paling rendah bunganya. Dari hasil riset...” ungkap saudara Anzar Zulfayzar. (Wawancara, 22/01/2024)

Berikut bukti rincian tagihan yang menampilkan biaya cicilan yang harus ditanggung informan selaku pengguna Shopee PayLater periode cicilan 6 bulan.

Gambar 4.3

Rincian Cicilan

Rincian Cicilan	
←	Rincian Cicilan
Rp 239.876	
Tersusunan Biaya Cicilan	
Jumlah transaksi	Rp203.768
Biaya Cicilan	Rp36.108
Dibayar oleh	SPayLater Cicilan
Periode	6
Waktu Dibuat	13 Mar 2022 22:51
Produk	[REDACTED]
Kode Pinjaman	1672470206666186790
Kode Pesanan	2203079K80E3CW
Rincian Cicilan	
1/6 Rp39.979	Lunas
Tanggal jatuh tempo 11 Apr 2022	
2/6 Rp39.979	Lunas
Tanggal jatuh tempo 11 Mei 2022	

Sumber: informan penelitian

Pengenaan denda tentu tidak lepas dari aktivitas pengguna yang terlambat membayar, seperti halnya informan Anzar yang mengaku pernah terlambat membayar kurang lebih 3 kali selama menggunakan Shopee PayLater.

“...ada pernah, 2 kali. Pertama karena belum ada internet banking. Kedua ketiduran, jadi terlewat satu hari. Terus pernah lagi satu kali, terlambat 2 hari. Gara-gara gaji lambat cair. Total 3 kali kalau tidak salah. Terlambat bayarnya biasanya cuman sehari atau dua hari, tidak sampe berminggu-minggu atau berbulan-bulan...” ungkap saudara Anzar Zulfayzar. (Wawancara, 22/01/2024)

Dalam menggunakan Shopee PayLater, kedua informan yaitu saudari Rahmatia Firja dan Dhea Ananda menyatakan bahwa sempat mendiskusikan dengan lingkungan sekitar.

“...oh, ada. Itu dengan kaka saya. Tapi sebenarnya kaka saya sudah melarang saya untuk menggunakannya. Bisa sih menggunakannya tapi kayak itu, beli sekarang bayar nanti. Jangka waktu 1 bulan. Karena kalau untuk lebih dari itu, kaka saya melarang...” jelas saudari Rahmatia Firja. (Wawancara, 14/01/2024)

“...kalau diskusi itu pernah, sama teman. Jadi kalau tidak salah itu, ada teman satu kelas SMK yang bilang untuk coba pakai SPayLater, coba dulu satu kali. Soalnya kata dia, itu memudahkan. Baru saya bilang, saya tidak bisa ambil cicilan, takut. Terus dia bilang bisa bayar cash, nanti satu bulan begitu...” jelas saudari Dhea Ananda. (Wawancara, 15/01/2024)

Sedikit berbeda dengan kedua informan di atas, saudara Anzar Zulfayzar yang sudah menggunakan SPayLater kurang lebih 2 tahun, memilih untuk tidak mendiskusikan dengan lingkungan sekitar, melainkan percaya pada diri sendiri, serta memanfaatkan FAQ (*Frequently Asked Questions*) yang disediakan oleh pihak Shopee dan dapat diakses oleh pengguna.

“...tidak sama sekali. Hanya atas kesadaran diri sendiri, berasal dari pengen beli suatu barang tapi tidak punya uang atau uang yang belum cukup. Kalau lingkungan sekitar ada beberapa yang berpengaruh, tergantung. Cuman coba *research*, membandingkan dengan aplikasi

lain. Kalau SPayLater itu kan ada FAQ, jadi baca itunya...” jelas saudara Anzar Zulfayzar. (Wawancara, 22/01/2024)

Dari hasil wawancara yang dilontarkan ketiga informan,dapat peneliti maknai bahwa secara tidak langsung lingkungan sekitar, yang mencakup keluarga atau teman turut berperan dalam meyakinkan keputusan informan menggunakan Shopee PayLater. Manfaat maupun pengalaman yang dialami teman-teman atau keluarga pengguna dalam menggunakan Shopee PayLater, mendorong keyakinan informan untuk menggunakan layanan tersebut. Selain itu, kesadaran diri juga membantu informan dalam membuat keputusan yang lebih bijaksana dan sesuai dengan kondisi keuangan.

4.2.2 Pemahaman Literasi Keuangan

Pemahaman literasi keuangan merujuk pada kemampuan seseorang untuk memahami konsep-konsep dasar terkait keuangan pribadi dan pengelolaan uang, yang meliputi pemahaman tentang bagaimana mengelola pendapatan, menggunakan produk keuangan seperti tabungan, pinjaman dan investasi, serta terkait proteksi. Dalam wawancara tentang pemahaman literasi keuangan menunjukkan bahwa ketiga informan sudah cukup mengetahui terkait literasi keuangan, baik melalui bangku perkuliahan maupun lingkungan sekitar secara tidak langsung. Hal ini dibuktikan dengan hasil wawancara berikut:

“...yang saya ketahui terkait tentang pemasukan dan pengeluaran keuangan...” ungkap saudari Rahmatia Firja. (Wawancara, 14/01/2024)

“...istilahnya jarang dengar, mungkin sekilas saat bekerja. Cuman kalau yang disebutkan tadi kayak asuransi, investasi, keuangan, paham...” ungkap saudara Anzar Zulfayzar. (Wawancara, 22/01/2024)

“...kalau yang saya tahu, literasi keuangan itu bagaimana cara kita mengelola keuangan. Kalau untuk literasi keuangan dalam perkuliahan itu ada yang namanya mata kuliah manajemen investasi dan pasar modal, di semester 5. Jadi, kami dikasih tau cara literasi keuangan bagaimana biar keuangannya kita itu bisa digunakan untuk investasi, kebutuhan sehari-hari. Dari uang yang kita punya, diajarkan bagaimana pembagian pos-pos uang yang tepat...” ungkap saudari Dhea Ananda. (Wawancara, 15/01/2024)

Saudari Dhea selaku mahasiswi juga mengungkapkan dengan mempelajari konsep literasi keuangan, bisa lebih fokus dalam mengelola keuangan dan menyadari pentingnya alokasi dana yang tepat, bahwa sebagian harus disimpan untuk masa depan. Pernyataan ini didukung oleh hasil wawancara berikut:

“...jadi lebih terarah dalam mengelola keuangan. Kalau dulu kan masih asal-asal. Tapi saat belajar itu, kayak oh ternyata ada sebagian yang harus disisihkan, ada sebagian yang harus ditabung untuk masa depan...” ungkap saudari Dhea Ananda. (Wawancara, 15/01/2024)

Dari pernyataan wawancara di atas, dapat diketahui bahwasannya pendidikan, serta lingkungan dimana informan berada memiliki peran penting dalam pembentukan literasi keuangan di kalangan generasi muda. Pengeluaran yang sebelumnya dilakukan tanpa pertimbangan yang matang, perlahan menjadi terarah.

1) Pengetahuan Keuangan Dasar

Pengetahuan keuangan dasar mencakup konsep-konsep dasar tentang keuangan pribadi dan pengelolaan uang, perhitungan bunga sederhana yang diperlukan generasi Z sebagai bekal untuk menggunakan layanan keuangan seperti Shopee PayLater dengan bijak dan bertanggung jawab. Berikut hasil wawancara peneliti bersama ketiga informan:

“...pernah melakukan pencatatan menggunakan hp, tapi cuman bertahan 2 minggu. Karena ternyata lebih dari itu pegeluaran untuk kebutuhan, jadi sekarang sudah tidak mencatat. Uang yang di dapat nantinya hanya langsung dipisahkan saja untuk pengeluaran dan khusus untuk PayLater, karena itu sudah kewajiban tiap tanggal 11...” ungkap saudari Rahmatia Firja. (Wawancara, 14/01/2024)

“...saya tidak melakukan pencatatan, cuman langsung hitung pakai kalkulator. Jadi, pengeluaran dalam kegiatan satu bulan ini di fokuskan menggunakan dana dari orang tua. Karena kalau uang beasiswa itu saya lebih fokuskan untuk investasi. Kalau untuk pos pengeluaran, metode nya itu 50 persen kebutuhan sehari-hari, 30 persen gaya hidup, 10 persen sedekah, dan 10 persen dana darurat. Uang beasiswa full murni untuk tabungan investasi...” ungkap saudari Dhea Ananda. (Wawancara, 15/01/2024)

“...dibagi sih, pengeluaran bulanan. Di pos-pos kan saja, nominalnya ditentukan tergantung dari kebutuhannya saya. Tapi tidak dalam bentuk persentase karena belum tentu cukup seperti metode persentasi itu...” ungkap saudara Anzar Zulfayzar. (Wawancara, 22/01/2024)

Dari hasil wawancara di atas, dapat kita ketahui bahwa ketiga informan memiliki kesadaran dalam mengelola keuangan guna memenuhi kebutuhan, yang dilakukan dengan cara langsung membagi pendapatan sesuai dengan pos-pos keuangan yang sudah ditentukan sebelumnya, tidak dengan menerapkan pencatatan. Hal ini juga diterapkan dalam alokasi anggaran untuk Shopee PayLater, dengan cara mengumpulkan uang jauh-jauh hari sebelum tanggal jatuh tempo. Pernyataan dibuktikan dengan hasil wawancara berikut:

“...kalau untuk saya sendiri punya misalkan barang yang saya ambil seharga seratus lima puluh ribu, nanti uang yang saya sisihkan di ATM saya itu seratus ribu, kemudian lima puluh ribunya nanti di hari-H dari uang yang ada...” jelas saudari Rahmatia Firja. (Wawancara, 14/01/2024)

“...untuk SPayLater itu termasuk dalam alokasi 30% yang gaya hidup. Kalau mau pakai SPayLater itu, kayak sebulan itu uang untuk gaya hidup sudah habis tapi ternyata ada sesuatu yang lebih *urgent*...” jelas saudari Dhea Ananda. (Wawancara, 15/01/2024)

Sebagai seorang karyawan swasta yang sudah menggunakan SPayLater kurang lebih 2 tahun, terlambatnya pembayaran gaji juga menjadi salah satu alasan menggunakan Shopee PayLater. Saudara Anzar mengatakan dalam membayar *pay late*, uang yang dipakai dapat berasal dari bonus atau tip yang dia dapatkan, dan dalam penggunaanya harus disesuaikan dengan kebutuhan. Hal ini diungkapkan oleh saudara Anzar sendiri saat diwawancara:

“...manajemen nya tidak bergantung pada gaji utama. Tidak selalu dari gaji, biasanya ada yang namanya tip, atau biasanya ada kerjaan diluar pekerjaan utama. Gara-gara belum terbayarkan, yang seharusnya sudah bisa dibayarkan hari ini, saya bisa gunakan hari ini uangnya, tapi belum dikasih. Jadi, saya gunakan SPayLater duluan. Bisa termasuk dalam gaji utama, yang di pos kan ke gaya hidup. Tergantung kebutuhannya saya membeli barang itu untuk apa, kalau untuk kebutuhan biasanya saya sudah porsikan. Lebih tepatnya menyesuaikan kebutuhan sih kalau mau pakai paylater. Saya beli barang itu tidak seratus persen untuk hiburan, ada beberapa yang kayak dijadikan uang lagi...” (Wawancara, 22/01/2024)

Sering kali dalam pengalokasian anggaran, dana yang disediakan ternyata tidak lebih besar dari pengeluaran. Ketika hal itu terjadi, informan akan menyesuaikan anggaran lainnya seperti tabungan untuk memenuhi kebutuhan saat itu, dan lebih berhemat. Informan juga mengungkapkan hal yang bisa dilakukan adalah dengan mengontrol keinginan dan gaya hidup.

“...lebih hemat. Biasanya kalau harga sabun mandi yang harusnya 30 ribu harus cari yang lebih murah di harga 20 ribu, terus makan nya, bensin nya...” ungkap saudari Rahmatia Firja. (Wawancara, 14/01/2024)

“...sebenarnya menyesuaikan saja sih, kalau tabungan di bulan itu lebih ya dikasih kurang sedikit. Kalau mau kontrol, kontrol di keinginan sih. Misalnya bulan ini *budget* yang mau dibeli kayak Rp500.000 ribu, sedangkan *budget* tiap bulan itu Rp300.000 ribu, jadi harus sadar diri yang mana yang dibutuhkan duluan. Motivasi nya supaya bisa mengontrol keuangan, dan tahu mana yang harus lebih

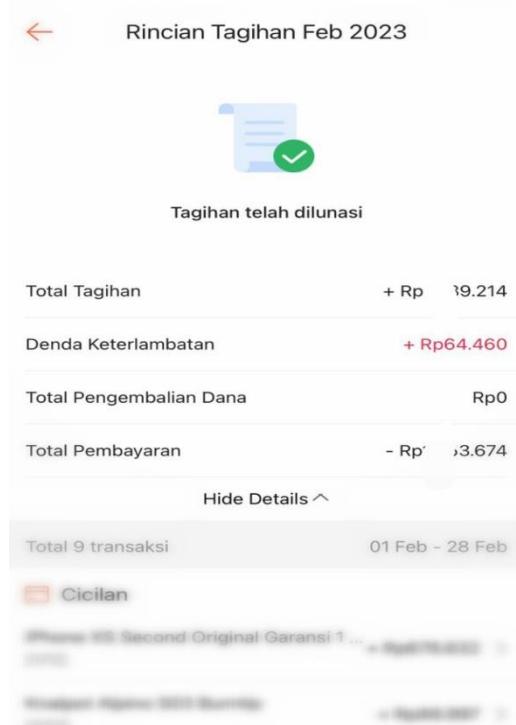
dulu dipenuhi..." ungkap saudari Dhea Ananda. (Wawancara, 15/01/2024)

"...menyesuaikan saja pendapatan, dan kontrol gaya hidup..." ungkap saudara Anzar Zufayzar. (Wawancara, 22/01/2024)

Informan dalam menyikapi bunga dan tenor yang dipilih selama menggunakan Shopee PayLater, mereka mengetahui bahwa tidak hanya bunga yang harus dibayarkan, akan tetapi ada pula biaya penanganan yang harus ditanggung. Salah satu informan juga mengakui pernah terlambat membayar, sehingga harus membayar denda juga. Berikut bukti rincian tagihan yang menampilkan denda yang harus ditanggung informan selaku pengguna Shopee PayLater.

Gambar 4.4

Rincian Tagihan Denda



Sumber: Informan penelitian

“...kan sempat terlambat membayar, untuk bunganya SPayLater itu dikenakan tambahan bunga 5%, denda untuk total transaksi. Misalnya 500 ribu yang harus dibayar, terus telat 1 hari ditambah 5%. Ada biaya penanganan, tapi tidak begitu memperhatikan...” jelas informan Rahmatia Firja. (Wawancara, 14/01/2024)

“...yang sebulan itu 5% dari total transaksi. Tapi kalau untuk cicilan, lebih banyak kayaknya bunganya. Karena kebetulan saya tidak menggunakan cicilan, jadi saya tidak tahu...” jelas informan Dhea Ananda (Wawancara, 15/01/2024)

“...beda jangka waktu, beda bunganya. Di hitung kelipatan bulan. Ada biaya penanganan, kalau tidak salah 1% dari harga barang...” jelas informan Anzar Zulfayzar. (Wawancara, 22/01/2024)

Hasil wawancara di atas, dapat peneliti maknai bahwasannya jika Shopee PayLater digunakan dengan baik dan tepat, dapat memberikan manfaat bagi pengguna. Salah satunya sebagai modal usaha, dengan membeli barang untuk dijual kembali dengan harga yang lebih tinggi untuk mendapatkan keuntungan. Ditemukan pula bahwa informan penelitian memiliki pemahaman tingkat bunga yang diberikan oleh pihak Shopee dalam menggunakan fitur *pay later*, apabila mereka memilih tenor dengan jangka waktu yang lama atau lebih dari satu bulan.

2) Simpanan dan Pinjaman

Aspek simpanan dan pinjaman merupakan bagian yang tidak bisa terpisahkan dari pengelolaan keuangan pribadi, mencakup pengetahuan tentang tabungan, penerapan dana darurat, dan risiko terkait dengan meminjam uang. Dalam hasil wawancara, ketiga informan mengungkapkan menabung merupakan kegiatan penting, dan mereka melakukan menabung melalui bank, adapula dengan celengan.

“...menabung di Bank dan ada juga tabungan celengan pribadi. Tabungan bank itu asalnya dari 50% dari uang jajan beasiswa dan memang dikhkususkan untuk tabungan, tanpa ATM. Untuk tabungan sendiri ini masih dibagi lagi jadi 2, 50% investasi dan 50% lainnya itu

akan ditabung terus...” jelas saudari Dhea Ananda. (Wawancara, 15/01/2024)

Informan penelitian juga menyiapkan tabungan sebagai dana yang secara tiba-tiba dibutuhkan dalam keadaan mendesak atau darurat, hal ini dibuktikan oleh hasil wawancara berikut:

“...salah satunya sebagai dana darurat. Tidak dialokasikan sebagai dana darurat, tapi bisa digunakan untuk dana darurat. Kalau punya saya, gaji 2 juta misalnya. Saya sisihkan Rp500.000 ribu yang saya simpan, sampai seterusnya begitu. Cuman biasanya bisa lebih, tidak kurang...” ungkap saudara Anzar Zulfayzar. (Wawancara, 22/01/2024)

“...bukan dana darurat sih, lebih ke uang simpan. Memang yang disimpan untuk siapa tau kayak misalnya di salah satu pos pengeluaran itu ada yang kurang, nah bisa pakai uang yang disimpan 10% tadi untuk menutupi kekurangan...” ungkap saudari Dhea Ananda. (Wawancara, 15/01/2024)

Sedikit berbeda dengan kedua informan di atas, saudari Rahmatia Firja melakukan kegiatan menabung untuk memenuhi barang yang dibutuhkan atau sesuatu yang diinginkan. Hal ini dibuktikan oleh hasil wawancara berikut :

“...punya tabungan tapi hanya untuk membeli sesuatu, seperti sepatu, tas maka saya akan menabung. Belum yang untuk jangka panjang, seperti dana darurat. Mungkin kedepannya...” ungkap saudari Rahmatia Firja. (Wawancara, 14/01/2024)

Untuk menghindari utang yang tidak terkendali, informan melakukan langkah-langkah dengan membatasi limit pembelian, kemudian tidak meminjam lebih dari satu tempat.

“...iya tidak boleh lebih dari 300.000 ribu. Membatasi pembelian, hanya untuk barang-barang yang penting...” ungkap saudari Rahmatia Firja. (Wawancara, 14/01/2024)

“...tidak punya pinjaman selain SPayLater. Sebelumnya juga tidak mau berutang yang cicilan ber bulan-bulan, makanya selalu ambil pilihan yang jangka waktu 1 bulan dan berutang juga nanti disaat-saat

terdesak. Selain itu, belum berani juga dan belum punya pegangan...” ungkap saudari Dhea Ananda. (Wawancara, 15/01/2024)

“...tergantung dari masing-masing, kebiasaanmu begitu ya begitu. Prinsip. Kalau boleh tidak, ya tidak...” ungkap saudara Anzar Zulfayzar. (Wawancara, 22/01/2024)

Dalam kesempatan ini, peneliti juga bertanya terkait BI *checking* atau Sistem Layanan Sistem Informasi Keuangan (SLIK) kepada informan. Informan mengaku mengetahuinya saat sudah menggunakan Shopee PayLater, dan satu diantaranya ternyata belum mengetahui terkait SLIK sama sekali. Dibuktikan dengan hasil wawancara berikut:

“...belum pernah dengar dan cari tau. Selama ini cuman sebatas yang penting saya bayar dan tepat waktu, berarti aman...” ungkap saudari Dhea Ananda. (Wawancara, 15/01/2024)

“...tau BI Checking itu nanti sesudah pakai PayLater. Terus karena sudah pernah terlambat 1 kali, jadinya sekarang harus lebih berhati-hati...” ungkap saudari Rahmatia Firja. (Wawancara, 14/01/2024)

Berbeda dengan saudara Anzar Zulfayzar yang sudah mengetahui Sistem Layanan Informasi Keuangan (SLIK) sebelum menggunakan fitur *pay later*, melalui saudaranya sendiri.

“...sebelum, kayaknya sudah tahu. Karena kakak saya kan orang Bank, jadi saya sering mendengar kata BI Checking dan pernah tanya. Kalau selagi bayar dengan bagus, aman...” ungkap saudara Anzar Zulfayzar. (Wawancara, 22/01/2024)

Setelah mengetahui bahwa penggunaan Shopee PayLater dapat mempengaruhi skor kredit, tidak membuat kedua informan yaitu saudara Anzar dan Rahmatia takut atau jera untuk menggunakan fitur *pay later*.

“...tidak, karena tahu regulasinya bagaimana. Karena saya tahu, yang dikatakan nama saya rusak oleh BI Checking itu apabila bagaimana. Kalau cuman terlambat 1-2 hari, atau 1-2 minggu, itu masih aman...” jelas saudara Anzar Zulfayzar. (Wawancara, 22/01/2024)

Lain halnya dengan saudari Dhea Ananda yang berencana untuk menyudahi menggunakan fitur Shopee PayLater.

“...tobat, sih...” ungkap saudari Dhea Ananda. (Wawancara, 15/01/2024)

3) Proteksi

Aspek proteksi berkaitan dengan kesadaran dan pemahaman pengguna untuk melindungi diri mereka dari risiko keuangan yang tidak diinginkan. Ini termasuk perlindungan terhadap penipuan dan keamanan transaksi, serta pemahaman tentang asuransi. Dalam wawancara informan menyampaikan pemahamannya sendiri, bahwa proteksi seperti asuransi kesehatan merupakan hal penting untuk dimiliki. Layanan BPJS, merupakan program asuransi yang digunakan oleh informan. Walaupun saudara Anzar Zulfayzar selaku informan juga mengungkapkan bahwa program asuransi yang diikuti ini hanya untuk mengikuti kebijakan kantor. Karena pada praktiknya para informan belum memiliki anggaran khusus untuk asuransi, dikarenakan pendapatan yang belum mencukupi. Pernyataan ini didukung oleh hasil wawancara berikut:

“...ada BPJS Ketenagakerjaan. Karena dari kantor, bukan keinginan pribadi. Itukan wajib ada, standarnya dari perusahaan. Kalau yang lainnya belum ada. Karena pendapatan belum bisa lebih, kalau saya suntikan kesana. Kecuali kalau pendapatan lebih, ya mungkin bisa dipikirkan...” jelas saudari Anzar Zulfayzar. (Wawancara, 22/01/2024)

“...kalau sekarang belum terlalu butuh, karena juga belum ada pekerjaan, pendapatan sendiri...” jelas saudari Rahmatia Firja. (Wawancara, 14/01/2024)

“...penting sih. Kalau untuk sekarang hanya ada asuransi kesehatan, BPJS. Selain itu, belum ada. Karena belum ada pendapatan tetap juga...” jelas saudari Dhea Ananda. (Wawancara, 15/01/2024)

Kemudian peneliti juga menanyakan pemahaman informan terkait proteksi atau keamanan Shopee PayLater. Ketika terjadi keterlambatan pembayaran, pihak Shopee hanya akan menghubungi informasi kontak darurat yang telah didaftarkan dan disetujui pengguna saat proses pendaftaran untuk proses penagihan lebih lanjut. Proses verifikasi, terdaftarnya Shopee PayLater dalam OJK (Otoritas Jasa Keuangan), menjadi faktor timbulnya rasa aman bagi informan sebagai pengguna. Dibuktikan oleh hasil wawancara berikut:

“...ada verifikasi identitas yang jelas, dengan KTP dan foto. Kemudian juga karena sudah di bawah naungan OJK, jadi merasa aman...” ungkap saudari Rahmatia Firja. (Wawancara, 14/01/2024)

“...keamanan datanya. Data rekening yang dipakai untuk melakukan pembayaran itu terjaga sekali, karena rekeningnya dijaga otomatis nya Shopee. Saat melakukan pembayaran, data diri, rekening itu hanya pihak Shopee yang tahu. Karena setiap kali mau transaksi itu ada verifikasi wajah pengguna, bukan hanya pin saja, jadi walaupun pin nya ditau tapi kalau wajah nya tidak sesuai dengan saat aktivasi, maka SPayLater tidak bisa di akses. Kalau di tempat lain kan bisa dibaca pihak lain...” ungkap saudari Dhea Ananda. (Wawancara, 15/01/2024)

Meskipun telah terdaftar dalam OJK (Otoritas Jasa Keuangan), saudara Anzar mengungkapkan bahwa hal tersebut tidak menjamin data-data bisa aman secara penuh, namun hal ini juga bukan sesuatu yang mengagetkan buatnya.

“...keamanan data kan dijamin, kalau tidak salah ada OJK. Aman dengan tidak, setahu saya kalau di Indonesia data-data tidak ada yang aman, kalau mau bicara soal *security* sekali. Kalau soal kebocoran data, pasti bocor. Karena TokoPedia saja, kebocoran data ada. Datanya user dijual ke Dark Web, jadi tidak begitu wow...” ungkap saudara Anzar Zulfayzar. (Wawancara, 22/01/2024)

Sebagai langkah untuk melindungi informasi keuangan saat menggunakan Shopee PayLater, upaya yang dilakukan informan adalah

melengkapi perangkat seluler dengan *password*, dan tidak mengijinkan sembarang orang untuk mengakses Shopee secara langsung.

4) Investasi

Dalam penelitian pemahaman literasi keuangan, aspek investasi merupakan bagian yang mencerminkan pemahaman individu terhadap cara mengalokasikan dana mereka untuk tujuan investasi dengan bijaksana. Kedua informan mengungkapkan bahwa mereka memiliki pemahaman terkait investasi, yang dijelaskan dalam hasil wawancara berikut:

“...beli saham. Kalau investasi, berarti menanam saham di perusahaan ini, jadi kalau secara tidak lansung saham yang dibeli itu sudah melebihi 50% otomatis saham itu kan kepemilikan utamanya milik kita...” jelas informan Dhea Ananda. (Wawancara, 15/01/2024)

“...konsep investasi yang saya tahu, beli diharga murah, jual diharga mahal, salah satunya. Ada instrumennya kalau investasi. Pokoknya mendapatkan keuntungan dari uang yang disimpankan itu, atau beli suatu aset, abis itu di diamkan. Kalau reksadana cuman sekedar tahu, tidak begitu tertarik. Konsepnya kalau di saham, di Forex, tau...” jelas informan Anzar Zulfayzar. (Wawancara, 22/01/2024)

Sedangkan saudari Rahmatia Firja mengaku yang pertama kali terlintas di dalam kepala soal investasi adalah investasi bodong, yang diungkapkan oleh hasil wawancara berikut:

“...pernah dengar, dan yang terlintas itu investasi bodong. Mungkin ada yang terpercaya, tapi sejauh ini belum tahu...” ungkap saudari Rahmatia Firja. (Wawancara, 14/01/2024)

Tidak hanya memahami investasi secara teori saja, informan penelitian dalam praktinya sudah melakukan investasi. Informan Dhea Ananda mengatakan bahwa, dia sudah mulai berinvestasi sejak awal kuliah dan memiliki anggaran yang dialokasikan khusus untuk investasi sebesar 50 persen dari

tabungan. Begitu juga dengan saudari Rahmatia Firja yang sebenarnya mulai mempertimbangkan emas sebagai pilihan investasi kedepannya.

“...sebenarnya untuk beli emas itu tidak sepenuhnya direncanakan. Kebetulan kemarin uang untuk jajan dari orang tua itu masih ada kelebihan, daripada dibelikan barang yang tidak jelas, jadi saya pilih untuk belikan emas. Biasanya juga kalau sudah punya target untuk beli, saya cari tahu dulu berapa per-gramnya baru menabung untuk membeli...” jelas saudari Rahmatia Firja. (Wawancara, 14/01/2024)

“...iya sudah dari awal kuliah. Investasi reksadana dan saham. Dari 50% persen tabungan itu tadi, dan jangka investasi nya sendiri untuk jangka panjang 5 tahun ke atas baru mau dicairkan. Investasi awal, tujuannya supaya ada saham, pendapatan lain. Kalau cari kerja dikantor, kan kita yang kerja untuk cari uang, tapi investasi kan uang yang bekerja untuk kita...” jelas saudari Dhea Ananda. (Wawancara, 15/01/2024)

Sebelum memutuskan untuk berinvestasi, saudari Dhea Ananda mengungkapkan bahwa sebelumnya dia juga belajar dan mencari tau bagaimana melakukan investasi melalui *platform* YouTube.

“...belajar dulu, lewat YouTube suaminya Nanda Arsyinta. Dan untuk memilih perusahaan, sebenarnya yang paling di tahu keuntungannya, profit, keamanan, dan kepercayaan masyarakat. Itu yang ditanam...” ungkap saudari Dhea Ananda. (Wawancara, 15/01/2024)

Adapula informan Anzar Zulfayzar yang sebelumnya pernah mengalami hal yang kurang menyenangkan dalam berinvestasi, yaitu pada instrumen Forex. Penyebabnya karena masih kurangnya ilmu mengenai instrumen investasi yang dipilih.

“...jangka pendek, kayak itu saya main Forex. Saya rasakan kerugian, gara-gara saya belum bisa kuasai ilmunya. Saya rasa belum cukup ilmu saya sampai disitu. Secara tidak langsung rugi, karena belum paham tekniknya, fundamentalnya, dan lain-lain. Tidak semata-mata isi uang, dan menunggu. Kan masing-masing instrumen beda-beda. Paling aman sih reksadana, setahu saya. Urutannya kan kalau tidak salah, resksadana, saham, forex, *cryptocurrency*...” jelas saudara Anzar Zulfayzar. (Wawancara, 22/01/2024)

Hal ini menjadi alasan juga bagi informan Anzar untuk tidak terburu-buru dalam memutuskan untuk memulai berinvestasi.

“...untuk sekarang, belum. Cuman, kedepannya iya. Disaat sudah *freedom financial*, karena hasilnya tidak maksimal. Lebih penting pengetahuannya dulu, paham dulu akan konsepnya, dan cara-caranya. Tidak main asal terjun. Karena kan biasa orang ada yang punya uang gara-gara panas-panasan, investasi bisa begini-begini, mengandakan uang, tanpa tau investasi itu bagaimana. Jadinya, *FOMO...*” jelas saudara Anzar Zulfayzar. (Wawancara, 22/01/2024)

Dari wawancara di atas, dapat kita lihat bahwa masing-masing informan memilih jenis investasi yang berbeda-beda. Dari sekian jenis instrumen investasi, saudari Dhea Ananda memilih saham sebagai instrumen investasi.

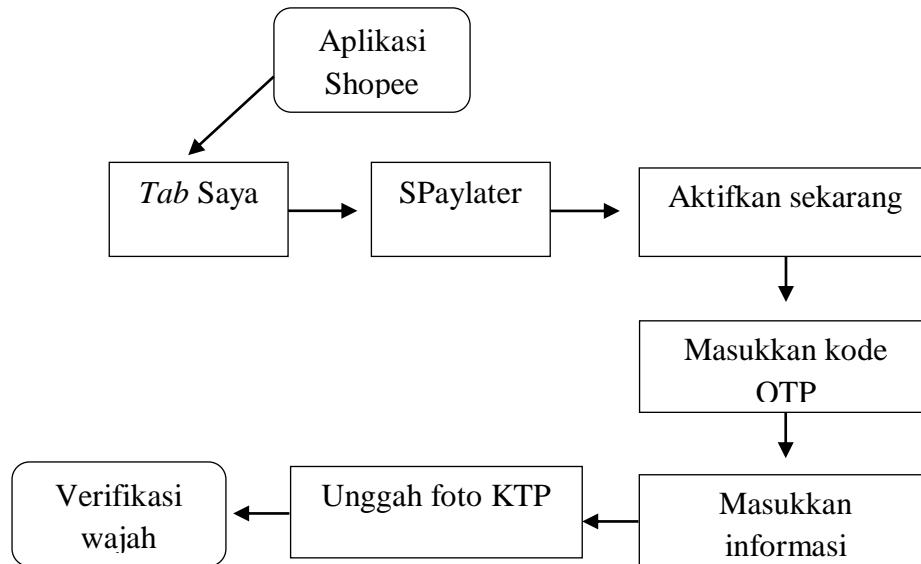
“...saham. Karena menurut saya kalau obligasi kan surat utang, nah otomatis harus punya modal yang banyak. Sedangkan saham, cukup untuk uang yang bisa kita beli satu slot saham, kita sudah bisa beli satu slot saham itu. Kenapa juga milih saham, karena saham itu yang cepat terlihat rugi dan tidak nya. Bisa ditahu sendiri...” jelas informan Dhea Ananda. (Wawancara, 15/01/2024)

Serupa dengan saudari Dhea Ananda, saudara Anzar Zulfayzar juga memilih saham sebagai investasi. Informan Anzar mengungkapkan hal ini karena saham menurutnya lebih aman, dibandingkan mata uang kripto dan forex. Lain hal nya dengan saudari Rahmatia Firja yang memilih emas dan tanah sebagai bentuk investasi ke depannya. Pemilihan instrumen investasi ini juga berlandaskan alasan.

“...kalau mau dipelajari yang aman, ya seharusnya salah satunya yang aman saham. Kalau saya pribadi, karena saya tidak tahu yang lain. Cuman, kalau punya keberanian yang lebih, *cryptocurrency*. Kalau punya ilmu lebih, ke Forex...” jelas informan Anzar Zulfayzar. (Wawancara, 22/01/2024)

“...emas, karena masih bisa dijangkau, harganya makin hari makin naik. Selain itu tanah...” jelas informan Rahmatia Firja. (Wawancara, 14/01/2024)

Gambar 4.5
Alur Pengaktifan Shopee PayLater



Sumber : data diolah peneliti

4.3 Pembahasan

4.3.1 Pengalaman Penggunaan Shopee PayLater

Shopee PayLater adalah fitur yang ditawarkan Shopee untuk memudahkan pengguna dalam berbelanja secara online, tanpa perlu langsung membayar secara penuh saat itu juga. Dari hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti, bahwa informan pengguna fitur Shopee PayLater didasari oleh beberapa hal, seperti kemudahan dari layanan fitur *pay later* terkait syarat dan ketentuan dalam pengaktifan akun yang bisa diaktifkan dengan memasukkan kode verifikasi (OTP), mengunggah foto KTP, dan terakhir melakukan verifikasi wajah yang selanjutnya menunggu konfirmasi pengajuan dari pihak Shopee PayLater. Selain itu, informan juga tergiur dengan iklan yang ditampilkan dengan penawaran bunga rendah. Kemudian fleksibilitas, pengguna dapat melakukan pembayaran

secara penuh setelah jatuh tempo atau memilih untuk melakukan pembayaran dalam beberapa kali cicilan sesuai dengan pilihan tenor yang tersedia. Informan juga mengungkapkan keuntungan yang dirasakan bahwa merasa terbantu dengan adanya fitur *pay later*. Mereka bisa memiliki barangnya terlebih dahulu atau membayar tagihan-tagihan lain seperti listrik maupun kuota tanpa harus membayar dimuka, dan disaat dana yang dimiliki kurang.

Lingkungan sekitar dan kesadaran diri juga memiliki peran penting dalam penggunaan Shopee PayLater. Pengaruh dari teman, keluarga dan iklan dapat memengaruhi keputusan pengguna dalam menggunakan layanan ini. Akses informasi seperti FAQ (*Frequently Asked Questions*) atau memiliki makna pertanyaan yang sering diajukan oleh pengguna kepada pihak Shopee, membantu pengguna untuk bisa mendapatkan informasi lebih lanjut tentang Shopee PayLater. Di sisi lain, kesadaran diri tentang kondisi keuangan dapat membantu dalam membuat keputusan yang lebih bijaksana. Dengan berbagai kemudahan yang diberikan Shopee PayLater kepada pengguna dalam berbelanja *online*, sehingga membuat banyak orang yang tertarik untuk menggunakan fitur ini dalam bertransaksi di Shopee. Selain kemudahan, informan juga merasakan hal-hal yang dapat merugikan ketika menggunakan Shopee PayLater. Penggunaan layanan Shopee PayLater dikenai biaya tambahan seperti bunga, dan denda jika terlambat membayar. Biaya tambahan ini dapat meningkatkan jumlah utang yang harus mereka bayar. Di satu sisi, kemudahan menggunakan Shopee PayLater membuat informan cenderung boros dalam berbelanja.

4.3.2 Pemahaman Literasi Keuangan

Pemahaman literasi keuangan sangat penting dalam kehidupan sehari-hari karena berkaitan dengan kemampuan seseorang dalam mengelola keuangan mereka dengan baik. Dalam wawancara, informan pertama menyampaikan pemahamannya bahwa literasi keuangan mencakup pemasukan dan pengeluaran. Edukasi menjadi pendukung dalam pengetahuan serta penerapan literasi keuangan dalam pengelolaan keuangan, seperti halnya informan kedua yang menyampaikan pemahamannya setelah memperoleh edukasi melalui bangku perkuliahan, yaitu bagaimana mengelola uang dengan baik, sehingga bisa digunakan untuk berinvestasi dan memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan pembagian pos-pos keuangan yang tepat, serta menabung untuk masa depan. Pendapat lain yang disampaikan adalah informan kurang mengetahui istilahnya, namun mengetahui inti dari literasi keuangan yaitu perencanaan keuangan, pengelolaan keuangan, serta investasi, dan asuransi. Hal ini menunjukkan informan cukup paham dengan literasi keuangan. Menurut Chen & Volpe, 1998 (dalam Yushita, 2017) literasi keuangan mencakup beberapa dimensi keuangan yang harus dikuasai antara lain pengetahuan keuangan dasar, simpanan dan pinjaman, proteksi, dan investasi.

1) Pengetahuan Keuangan Dasar

Semua pengguna Shopee PayLater yang menjadi informan dalam penelitian ini memiliki perencanaan keuangan, dengan metode pengelolaan keuangan mereka sendiri untuk memastikan bahwa keuangan mereka mencukupi untuk memenuhi kebutuhan. Pengelolaan keuangan mereka dilakukan tanpa pencatatan tertulis, namun informan selalu mengatur alokasi pendapatan mereka

untuk kebutuhan, termasuk dalam membayar kewajiban mereka sebagai pengguna Shopee PayLater. Informan juga mengetahui dan sadar bahwasannya ketika menggunakan fitur *pay later*, maka wajib mengembalikan sejumlah uang yang dipinjam beserta bunga dan menanggung biaya keterlambatan jika terlambat membayar, sesuai dengan kesepakatan yang ada. Dari hal tersebut informan menunjukkan pengetahuan dan keterampilan dalam pengelolaan keuangan, seperti halnya yang disampaikan Chen & Volpe, 1998 (dalam Yushita, 2017) pengetahuan keuangan dasar adalah pengetahuan dalam mengatur pendapatan dan pengeluaran serta memahami konsep dasar keuangan, yang didalamnya termasuk perhitungan tingkat bunga sederhana.

2) Simpanan dan Pinjaman

Literasi informan tentang tabungan berada pada kategori yang cukup baik. Dalam wawancara, informan menyatakan bahwa simpanan adalah hal penting yang harus dilakukan, yang dipercayakan pada lembaga bank. Tabungan didapatkan dari hasil menyisihkan uang dari pendapatan, dengan motivasi yang berbeda-beda. Menurut informan, dana berlebih melalui simpanan dapat membantu dalam menghadapi situasi keuangan yang tidak terduga atau untuk memenuhi kebutuhan mendesak di masa depan. Pendapat yang lain, proses menabung dilakukan untuk memenuhi sesuatu yang diinginkan. Sementara itu, dalam hal pinjaman, informan mengungkapkan bahwa mereka cenderung hati-hati dalam mengambil pinjaman dan menyesuaikan dengan kemampuan mereka sebelum mengambilnya untuk menghindari utang yang tidak terkendali. Saat membahas status SLIK (Sistem Layanan Informasi Keuangan), informan

menyatakan sudah mengetahui dan hal itu bukanlah sesuatu yang perlu ditakuti menurut mereka. Adapun salah satu informan yang belum mengetahui sama sekali terkait SLIK. Meskipun begitu, informan harus tetap memperhatikan keberadaan SLIK dan kemampuan finansial sebelum mengambil keputusan untuk mengajukan pinjaman untuk menghindari risiko gagal bayar dan masalah keuangan yang serius.

3) Proteksi

Jaminan keamanan dalam melakukan transaksi menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi informan dalam menggunakan fitur Shopee PayLater. Status Shopee PayLater yang terdaftar dan diawasi oleh OJK (Otoritas Jasa Keuangan) meyakinkan informan dalam memilih fitur *pay later* dan melakukan transaksi. Informan juga menyebutkan bahwa mereka hanya memiliki BPJS sebagai asuransi saat ini. Mereka juga mengungkapkan belum memiliki alokasi dana khusus untuk asuransi karena pendapatan yang belum mencukupi. Hal ini menunjukkan bahwa informan memiliki kesadaran tentang pentingnya memiliki perlindungan asuransi. Namun, kondisi finansial yang masih belum mencukupi membuat informan belum dapat mengalokasikan dana secara signifikan untuk asuransi.

4) Investasi

Tidak hanya menyisihkan sebagian pendapatan untuk disimpan sebagai tabungan, informan juga menyadari perlunya investasi jangka panjang guna memperoleh keuntungan yang lebih besar di masa depan. Informan sebagai pengguna Shopee PayLater dalam penelitian ini, memiliki pemahaman dan

keterampilan yang cukup baik dalam hal investasi. Informan mengungkapkan pemahaman mereka terkait investasi yang berarti memiliki saham disuatu perusahaan, serta membeli suatu aset diharga murah dan menjualnya diharga mahal. Dalam praktiknya informan pernah dan telah menerapkan pengetahuan tentang manfaat berinvestasi, seperti memiliki saham atau emas, dan pengetahuan tentang hasil investasi di masa depan.

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lia Ayu Nursinta, dkk pada tahun 2022 yang menyatakan bahwa aspek literasi keuangan dalam bidang menabung, pinjaman, dan pengelolaan keuangan mereka memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan termasuk manfaat dan risikonya, serta hak dan tanggung jawabnya, dan keterampilan. Sedangkan dalam investasi dan asuransi pengukuran menunjukkan memiliki pengetahuan dan keyakinan terhadap lembaga keuangan dan produk keuangan, dan layanan, termasuk karakteristik, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban yang terkait dengan produk layanan keuangan. Dari hal tersebut mahasiswa Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri angkatan 2018 mengenai literasi keuangan mahasiswa cukup baik.

4.3.3 Sintesis: Pemahaman Literasi Keuangan Bagi Generasi Zero (Gen-Z)

Literasi keuangan pada dasarnya merupakan kemampuan yang harus dimiliki seseorang untuk memahami dan mengelola keuangan, baik keuangan pribadi atau keluarga dengan baik. Literasi keuangan mencakup keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk membuat keputusan keuangan yang tepat, seperti memilih produk keuangan, mengelola utang, membuat anggaran, dan

menabung atau memilih produk asuransi yang sesuai, serta berinvestasi. Oleh karena itu, dengan literasi keuangan yang baik, seseorang dapat mempersiapkan masa depan yang lebih cerah dengan mengembangkan investasi yang tepat dan merencanakan dana pensiunnya kelak.

Hasil penelitian menunjukkan tingkat literasi keuangan pada generasi Zero (Gen-Z) khususnya bagi pengguna Shopee PayLater, dapat digambarkan sebagai berikut:

Tabel 4.1

Ringkasan Tingkat Literasi Keuangan Pengguna Shopee PayLater

Generasi Zero (Gen-Z)

Dimensi	Keterangan
Pengetahuan Keuangan Dasar	Bagi Generasi Zero (Gen-Z), pengelolaan keuangan mereka bertujuan untuk memastikan bahwa keuangan mereka mencukupi untuk memenuhi kebutuhan. Pengelolaan keuangan mereka dilakukan tanpa pencatatan tertulis, namun selalu mengatur alokasi pendapatan mereka untuk kebutuhan, termasuk dalam membayar kewajiban mereka sebagai pengguna Shopee PayLater.
Simpanan dan Pinjamam	Simpanan merupakan hal penting

	<p>yang harus dilakukan dari hasil menyisihkan uang pendapatan, dengan mempercayakan bank sebagai tempat menyimpan dana, sehingga melalui simpanan dapat membantu dalam menghadapi situasi keuangan yang tidak terduga atau untuk memenuhi sesuatu yang diinginkan serta kebutuhan mendesak di masa depan. Dari sisi pinjaman, generasi zero lebih hati-hati dalam mengambil pinjaman dan menyesuaikan dengan kemampuan sebelum mengambilnya untuk menghindari utang yang tidak terkendali.</p>
Proteksi	<p>Bagi generasi muda, jaminan keamanan dan legalitas dalam melakukan transaksi menjadi salah satu faktor yang memengaruhi informan dalam menggunakan fitur Shopee PayLater. Mereka juga menyadari pentingnya asuransi,</p>

	<p>namun kondisi finansial yang masih belum mencukupi membuat informan belum dapat mengalokasikan dana secara signifikan untuk asuransi.</p>
Investasi	<p>Generasi Z juga memiliki minat dan menyadari perlunya investasi jangka panjang guna memperoleh keuntungan yang lebih besar di masa depan, dengan mempelajari , dan mencari investasi yang mudah diakses, seperti memiliki saham atau emas.</p>

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Literasi keuangan berperan dalam pengelolaan keuangan, mulai dari tahap penentuan sumber dana, penggunaan dana, manajemen risiko, dan perencanaan masa depan. Edukasi turut menjadi pendukung dalam pengetahuan serta penerapan literasi keuangan, dibuktikan dengan keterbukaan informasi terkait literasi keuangan melalui pendidikan, salah satunya dalam program perkuliahan memberikan Gen-Z kesadaran dan pemahaman terkait perencanaan keuangan.
2. Tingkat literasi keuangan generasi Zero (Gen-Z) khususnya bagi pengguna Shopee PayLater untuk dimensi pengetahuan keuangan dasar, simpanan dan pinjaman, serta investasi sudah berada ditingkat *well literate*, artinya mereka memiliki pemahaman terkait manfaat, risiko, dan memiliki keterampilan, serta menyadari pentingnya menabung untuk masa depan dan berinvestasi lebih awal. Sedangkan tingkat literasi keuangan untuk kategori proteksi masih berada di tingkat *sufficient literate*, artinya masih perlu peningkatan pemahaman dan pengetahuan lebih lanjut untuk meningkatkan tingkat proteksi keuangan secara keseluruhan.
3. Shopee memberikan pengalaman pengguna yang relatif mudah, juga cepat dalam proses pengajuan fitur *pay later*, dan ketersediaan

informasi yang cukup terbuka terkait penggunaan *pay later*, termasuk syarat dan ketentuan, bunga, biaya, dan prosedur pengajuan. Pengalaman atau keterbukaan situs informasi dalam penggunaan atau pengajuan *pay later* di Shopee

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka peneliti memberikan beberapa saran antara lain sebagai berikut :

- a) Bagi pengguna Shopee PayLater untuk bisa lebih meningkatkan pemahaman literasi keuangan, dan menerapkan tentang konsep dasar keuangan, manajemen uang dengan membuat pencatatan yang lebih terperinci untuk memantau pengeluaran secara jelas, serta pengelolaan utang dengan lebih baik.
- b) Bagi penelitian yang akan datang dapat membandingkan pemahaman literasi keuangan antara pengguna Shopee PayLater dan kelompok pengguna lainnya untuk mengetahui perbedaan dan kesaamaan dalam praktik keuangan, serta menggali lebih dalam peran penerapan literasi keuangan selain dari sisi individu, namun juga dari aspek pengelolaan keuangan keluarga.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhandayani, A. (2020). *Modul Metode Penelitian 2 (Kualitatif)*. Retrieved Oktober 14, 2023, from Universitas Esa Unggul: <https://lms-paralel.esaunggul.ac.id/mod/resource/view.php?id=295832>
- Alfans Yoshio Hartanto. (2022, Oktober 28). *Apakah Gen Z Terlalu Boros Dalam Menggunakan Paylater ?* Retrieved Agustus 19, 2023, from tirto.id: <https://tirto.id/apakah-gen-z-terlalu-boros-dalam-menggunakan-paylater-gxPn>
- Alfansyur, A., & Mariyani. (2020). Seni Mengelola Data: Penerapan Triangulasi Teknik, Sumber dan Waktu Pada Penelitian Pendidikan Sosial. *HISTORIS : Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah* , 146-150, Vol. 5.
- Alwendi. (2020). Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha. *Jurnal Manajemen Bisnis* , Vol. 17, No.3.
- Andi, & dkk. (2022). Mengelola keuangan dalam pandangan gen z. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan* , 296-304.
- Aria, P. (2019, September 28). *Pahami Risiko Pay Later, Fitur Penggoda Milenial Berbelanja*. Retrieved Agustus 31, 2023, from katadata: <https://katadata.co.id/pingitaria/digital/5e9a4e6b949f1/pahami-risiko-pay-later-fitur-penggoda-milenial-berbelanja>
- Arianti, B. F. (2021). *Literasi Keuangan (Teori dan Implementasinya)*. Purwokerto: Pena Persada.
- Azizah, N. S. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Pada Perilaku Keuangan Pada Generasi Milenial. *Platform Riset Mahasiswa Akuntansi* , 92-101.
- BPS (Badan Pusat Statistik) . (2021, Januari 21). *Hasil Sensus Penduduk 2020*. Retrieved Juni 13, 2023, from www.bps.go.id: <https://demakkab.bps.go.id/news/2021/01/21/67/hasil-sensus-penduduk-2020.html>
- Deti Mega Purnamasari. (2022, September 30). *Hasil Riset: Gen Z Indonesia Senang Belanja Online Karena Lebih Mudah*. Retrieved Juni 2023, 14, from IDN Times: <https://www.idntimes.com/business/economy/deti-mega-purnamasari/hasil-riset-gen-z-indonesia-senang-belanja-online-karena-lebih-mudah?page=all>
- Fadli, M. R. (2021). Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif. *Humanika* , 33-54, Vol. 21.

- Fadlurrohim, I., & dkk. (2019). Memahami Perkembangan Anak Generasi Alfa di Era Industri 4.0. *Jurnal Pekerjaan Sosial* , 178-186.
- Harahap, N. (2020). *Penelitian Kualitatif*. Medan: Wal ashri Publishing.
- Hasbiah Rizqi, d. (2021). Analisis Perilaku Keuangan Generasi Z Pada Cashless Society. *Jurnal Visionida* .
- Hasbiansyah, O. (2008). Pendekatan Fenomenologi: Pengantar Praktik Penelitian dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi. *Jurnal Komunikasi* , 163-180.
- Herdjono, I., & Damanik, A. (2016). Pengaruh Financial Attitude, Financial Knowledge, Parental Income Terhadap Financial Management Behavior. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan* , 1-16.
- Hidayat, S. (2022). Literasi Keuangan Untuk Pengelolaan Keuangan Pribadi. *Ekonomi, Keuangan, Investasi, dan Syariah (EKUITAS)* , 130-133.
- Kemendikbud. (2022, Agustus 9). *Populasi dan sampel dalam penelitian kualitatif*. Retrieved Oktober 6, 2023, from Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan:
https://lmsspada.kemdikbud.go.id/pluginfile.php/553988/mod_folder/content/0/Populasi%20dan%20sampel%20dalam%20penelitian%20kualitatif.pdf?forcedownload=1
- Kompas. (2022, Januari 29). *Mana yang Juara di Hati Gen Z ?* Retrieved Juli 13, 2023, from JEO Kompas.com: <https://jeo.kompas.com/shopee-atau-tokopedia-mana-yang-juara-di-hati-gen-z>
- Lajuni, N., & dkk. (2018). Examining the Predictive Power of Financial Literacy and Theory of Planned Behavior on Intention to Change Financial Behavior. *International Journal of Business and Management Invention* , 60-66, Vol. 7.
- Lamorte, W. W. (2022, November 3). *The Theory of Planned Behavior*. Retrieved Oktober 2, 2023, from Behavioral Change Models: <https://spfweb.bumc.bu.edu/otlt/mph-modules/sb/behavioralchangetheories/BehavioralChangeTheories3.html>
- Laturette, K., & dkk. (2021). Literasi Keuangan Pada Generasi Z. *Jurnal Pendidikan Akuntansi* , 2.
- Lingga Sekar Arum, d. (2023). Karakteristik Generasi Z dan Kesiapannya Dalam Menghadapi Bonus Demografi 2030. *Acconting Student Research Journal* , 59-72.
- Mardiya. (2019, Desember). *Memahami Label Generasi*. Retrieved September 11, 2023, from BKKBN: <https://yogya.bkkbn.go.id/wp-content/uploads/2019/12/Memahami-Label-Generasi-1.pdf>

- Marlina, & dkk. (2019). Peran Literasi Keuangan Dalam Pengelolaan Keuangan Mahasiswa. *Media Akuntansi dan Perpajakan Indonesia*, Vol. 1, No.1, 2.
- Nilamari, N. (2014). Memahami Studi Dokumen Dala Penelitian Kualitatif. 1-5, Vol. 13.
- Nuraini, d. H. (2022). Manajemen Risiko Untuk Meminimalisir Masalah Perusahaan. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 339-350.
- Nursinta, L. A., & dkk. (2022). Pemahaman Literasi Keuangan Dalam Penggunaan Pinjaman Online Pada E-Commerce Shopee Pay Later. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi*, Vol.7, No. 1, 332-340.
- OJK. (2017). *Literasi Keuangan*. Retrieved Agustus 31, 2023, from Otoritas Jasa Keuangan: <https://www.ojk.go.id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/Pages/literasi-keuangan.aspx>
- OJK. (2016, Desember 29). *POJK tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi*. Retrieved September 19, 2023, from Otoritas Jasa Keuangan: <https://ojk.go.id/id/regulasi/Documents/Pages/POJK-tentang-Layanan-Pinjam-Meminjam-Uang-Berbasis-Teknologi-Informasi/SAL%20-%20POJK%20Fintech.pdf>
- OJK. (2022, Juli 28). *Saatnya Belajar Literasi Keuangan Digital*. Retrieved November 20, 2023, from Otoritas Jasa Keuangan: <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/40763#:~:text=Literasi%20keuangan%20digital%20akan%20memudahkan,juga%20memberikan%20layanan%20jasa%20keuangan>.
- OJK. (2017). *Sistem Layanan Informasi Keuangan (SLIK)*. Retrieved Agutus 29, 2023, from Otoritas Jasa Keuangan: <https://ojk.go.id/id/kanal/perbankan/Pages/Sistem-Layanan-Informasi-Keuangan-SLIK.aspx>
- Pratama, H. Y. (2017, Desember 26). *Apa yang dimaksud dengan Teori Perilaku Terencana atau Theory of Planned Behavior?* Retrieved November 17, 2023, from dictio.id: <https://www.dictio.id/t/apa-yang-dimaksud-dengan-teori-perilaku-terencana-atau-theory-of-planned-behavior/4897>
- Prihatina, R. (2022, Februari 9). *Mengenal Kolektibilitas (Kol) Kredit Perbankan Kaitannya Dengan dengan Undang-Undang No 4 Tahun 1996 (UUHT)*. Retrieved September 6, 2023, from Kementerian Keuangan Republik Indonesia: <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-pekalongan/baca-artikel/14713/Mengenal-Kolektibilitas-Kol-Kredit-Perbankan-Kaitannya-Dengan-dengan-Undang-Undang-No-4-Tahun-1996-UUHT.html>

- Pulungan, D. R., & dkk. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Hedoni dan Kecerdasan Emosional Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa. *Seminar Nasional Royal*, 401-406.
- Puspita, G. (2019). Financial Literacy: Pengetahuan, Kepercayaan Diri dan Perilaku Keuangan Maasiswa Akuntansi. *Riset & Jurnal Akuntansi*, 1-12.
- Putra, Y. S. (2016). Theoritical Review : Teori Perbedaan Generasi. *Among Makarti*, 2-12.
- Rahardjo, M. (2010, Oktober 15). *Triangulasi Dalam Penelitian Kualitatif*. Retrieved Oktober 21, 2023, from UIN Maulana Malik Ibrahim Malang: <https://uin-malang.ac.id/r/101001/triangulasi-dalam-penelitian-kualitatif.html>
- Rastati, R. (2018). Media Literasi Bagi Digital Natives: Perspektif Generasi Z di Jakarta. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, Vol. 06, 01-106.
- Redaksi, CNBC Indonesia. (2023, February 15). *Warga RI Habiskan Rp 851 T Buat Belanja Online, Beli Apa Aja ?* Retrieved Juni 14, 2023, from CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20230215145223-37-414052/warga-ri-habiskan-rp-851-t-buat-belanja-online-beli-apa-aja>
- Rembulan, R., & Firmansyah, A. (2020). Perilaku Konsumen Muslim Generasi-Z Dalam Pengadopsian Dompet Digital. *Valid Jurnal Ilmiah*, 111-128.
- Rijali, A. (2018). Analisis Data Kualitatif. *Jurnl Alhadharah*, 1-15, Vol. 17.
- Rizaty, M. A. (2023, Januari 24). *Transaksi E-commerce RI Tak Capai Target Pada 2022*. Retrieved Juli 13, 2023, from Data Indonesia: <https://dataindonesia.id/digital/detail/transaksi-e-commerce-ri-tak-capai-target-pada-2022>
- Sakitri, G. (2021). Selamat Datang Gen Z, Sang Penggerak Inovasi! *Forum Manajemen*, Vol.35, No.2, 1-10.
- Saraswati, A., & Nugroho, A. (2021). Perencanaan Keuangan dan Pengelolaan Keuangan Generasi Z di Masa Pandemi COVID-19 melalui Penguatan Literasi Keuangan. *Jurnal Warta LPM*, 309-318.
- Setyowati, D. (2021, Juni 9). *Paylater di E-Commerce Makin Diminati, Akan Gantikan COD ?* Retrieved Juli 14, 2023, from Katadata: <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/60c07040442ad/paylater-di-e-commerce-makin-diminati-akan-gantikan-cod>
- Shopee. (2020). *Bagaimana prosedur pembayaran menggunakan SPayLater?* Retrieved November 24, 2023, from Shopee: [https://help.shopee.co.id/portal/article/73455-\[SPayLater---Pembayaran\]-Bagaimana-prosedur-pembayaran-menggunakan-](https://help.shopee.co.id/portal/article/73455-[SPayLater---Pembayaran]-Bagaimana-prosedur-pembayaran-menggunakan-)

- SPayLater%3F#:~:text=Transaksi%20menggunakan%20SPayLater%20di
kenakan%20biaya,pilihan%20periode%20cicilan%20yang%20sama.
- Shopee. (2020). *Shopee PayLater*. Retrieved September 20, 2023, from Shopee:
<https://shopee.co.id/inspirasi-shopee/fakta-tentang-cicilan-shopeepaylater-yang-perlu-kamu-ketahui/>
- Subadi, T. (2006). *Penelitian Kualitatif*. Surakarta: Muhammadiyah University Press.
- Susilo, D. (2017). Etnometodologi Sebagai Pendekatan Baru dalam Kajian Ilmu Komunikasi. *Jurnal Studi Komunikasi*, Vol. 1;62-72.
- Widyastuti, U. (2022, November). *Mengenal Inklusi Keuangan (Digital), Literasi Keuagan (Digital) dan Hambatannya*. Retrieved November 20, 2023, from SIPEG UNJ:
[https://sipeg.unj.ac.id/repository/upload/hki/Mengenal_Inklusi_Keuangan_\(Digital\),_Literasi_Keuangan_\(Digital\)_dan_Hambatannya.pdf](https://sipeg.unj.ac.id/repository/upload/hki/Mengenal_Inklusi_Keuangan_(Digital),_Literasi_Keuangan_(Digital)_dan_Hambatannya.pdf)
- Yushita, A. N. (2017). Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi. *Jurnal Nominal*, 3.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

- **Lampiran 1 Transkip Wawancara**

- Bagaimana kamu pertama kali mengenal dan memutuskan untuk menggunakan aplikasi Shopee dan fitur Shopee PayLater ?
Bagaimana pengalaman kamu menggunakan Shopee PayLater dalam kehidupan sehari-hari ?
- Bagaimana keuntungan dan kerugian yang kamu rasakan dalam menggunakan Shopee PayLater?
- Apakah kamu mendiskusikan penggunaan Shopee PayLater dengan teman-teman atau keluarga? Bagaimana pandangan mereka mempengaruhi keputusan kamu dalam menggunakan fitur Shopee PayLater ?

Literasi Keuangan:

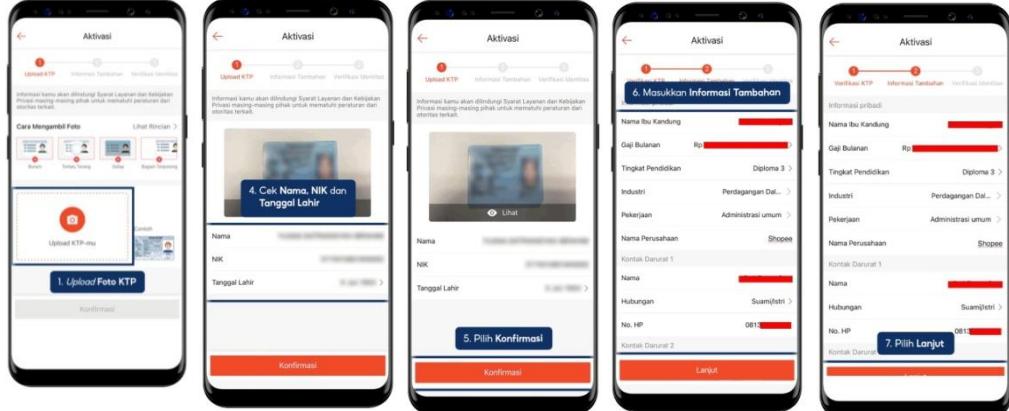
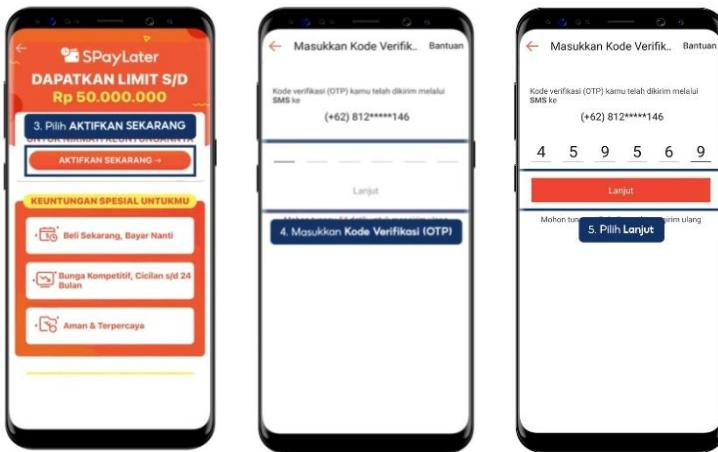
- Bagaimana pemahaman kamu tentang konsep literasi keuangan ?
- Bagaimana pengalaman dan cara kamu mengelola pengeluaran dan pendapatan ?
- Bagaimana kamu melakukan alokasi anggaran untuk Shopee PayLater ?
- Bagaimana pemahaman kamu terhadap penetapan bunga dan biaya pembayaran Shopee PayLater ?
- Bagaimana cara kamu menabung ? dan pada lembaga apa?
- Apakah menurut kamu tabungan merupakan hal penting yang harus dimiliki?
- Bagaimana cara kamu mengelola simpanan dan pinjaman, terutama terkait dengan penggunaan Shopee PayLater ?
- Bagaimana cara kamu untuk menghindari utang yang tidak terkendali ?
- Apakah kamu mengetahui penggunaan Shopee PayLater bisa memengaruhi skor kredit (BI Checking/SLIK) ?
- Apakah kamu mengetahui risiko penggunaan Shopee PayLater ?
- Bagaimana pemahaman kamu tentang proteksi atau keamanan Shopee PayLater?
- Apa langkah-langkah yang kamu lakukan untuk melindungi informasi keuangan saat menggunakan Shopee PayLater ?
- Apakah kamu memiliki proteksi (perlindungan) keuangan seperti asuransi atau ada jenis proteksi lainnya yang kamu punya ? seberapa penting asuransi bagi kamu ?
- Bagaimana konsep investasi yang kamu ketahui ?

- Apakah kamu sudah melakukan investasi atau memiliki rencana untuk melakukan investasi di masa depan?
- Bagaimana pengalaman kamu dalam melakukan investasi ?
- Apa jenis investasi yang menarik menurut kamu ?

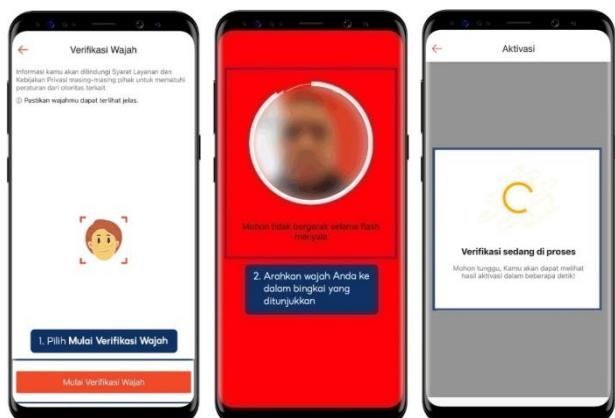
• Lampiran 2 Syarat Shopee PayLater

Pusat Bantuan > Pembayaran > SPayLater/SPinjam/D
SPayLater hanya dapat diaktifkan oleh Pengguna terpilih melalui aplikasi Shopee. Jika terpilih, Anda akan mendapatkan notifikasi untuk mengaktifkan SPayLater. Selanjutnya, jika sudah mendapatkan notifikasi, pilih tab **Saya** pada halaman utama aplikasi Shopee > pilih **SPayLater** > pilih **AKTIFKAN SEKARANG** > masukkan **Kode Verifikasi (OTP)*** > **Lanjut**.

Pastikan diri Anda berusia min. 18 tahun dan maks. 65 tahun, serta telah memiliki Kartu Tanda Penduduk (KTP) yang sah. *Demi keamanan SPayLater Anda, mohon untuk TIDAK memberikan kode verifikasi (OTP) kepada siapa pun, termasuk kepada tim SPayLater.



*Anda hanya dapat menggunakan 1 (satu) KTP yang terdaftar pada akun Shopee untuk mengaktifasi akun SPayLater.



Cari

Pusat Bantuan > Pembayaran > SPayLater/SPinjam/D

Verifikasi SPayLater:

Lakukan **Verifikasi Wajah** dengan memilih ikon **Mulai Verifikasi Wajah** > arahkan wajah Anda ke dalam bingkai yang ditunjukkan dan pastikan Anda mengambil gambar di ruangan yang terang.

- **Lampiran 3 Dokumentasi wawancara peneliti dengan informan**



(Wawancara informan, Januari 2024)



(Wawancara informan, Januari 2024)



(Wawancara informan, Januari 2024)



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS IHSAN GORONTALO
LEMBAGA PENELITIAN (LEMLIT)

Kampus Unisan Gorontalo Lt. 3 - Jln. Achmad Nadjamuddin No. 17 Kota Gorontalo
Telp: (0435) 8724466, 829975 E-mail: lembagapenelitian@unisan.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor : 4798/SK/LEMLIT-UNISAN/GTO/X/2023

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dr. Rahmisyari, ST.,SE.,MM
NIDN : 0929117202
Jabatan : Ketua Lembaga Penelitian

Menerangkan bahwa :

Nama Mahasiswa : Fatmawati Yuningsih
NIM : E1120026
Fakultas : Fakultas Ekonomi
Program Studi : Akuntansi
Judul Penelitian : **PEMAHAMAN LITERASI KEUANGAN BAGI PENGGUNA SHOPEE PAYLATER PADA GENERASI ZERO (STUDI KASUS GENERASI ZERO)**

Akan melakukan pengambilan data penelitian dalam rangka Penyusunan Proposal/Skripsi dengan studi penelitian pada **GENERASI ZERO**.



INFORMED CONSENT

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rahmatia Firja

Jenis kelamin : Perempuan

Usia : 22 tahun

Domisili : Gorontalo

Saya yang tersebut di atas menyatakan **SETUJU** dan **BERSEDIA** untuk terlibat dalam penelitian yang berjudul “Pemahaman Literasi Keuangan Bagi Pengguna *Shopee PayLater* Pada Generasi Zero (Gen-Z)” diselenggarakan oleh Fatmawati Yuningsih, NIM E1120026 program studi Akuntansi, Universitas Ichsan Gorontalo.

Dalam kegiatan ini, saya telah menyadari, memahami, dan menerima bahwa :

- 1) Saya diminta untuk memberikan informasi yang sejujur-jujurnya.
- 2) Identitas dan informasi yang saya berikan hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian semata.
- 3) Saya menyetujui adanya perekaman selama penelitian berlangsung.

Dalam menandatangani lembar ini, saya TIDAK ADA PAKSAAN dari pihak manapun sehingga saya bersedia untuk terlibat dalam penelitian sebagai informan.

Gorontalo, 14..... Januari..... 2024

Mengetahui,

Peneliti

Menyetujui,

Informan Penelitian


(Fatmawati Yuningsih)


(Rahmatia Firja)

INFORMED CONSENT
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dhea Ananda

Jenis kelamin : Perempuan

Usia : 21 tahun

Domisili : Gorontalo

Saya yang tersebut di atas menyatakan **SETUJU** dan **BERSEDIA** untuk terlibat dalam penelitian yang berjudul “Pemahaman Literasi Keuangan Bagi Pengguna *Shopee PayLater* Pada Generasi Zero (Gen-Z)” diselenggarakan oleh Fatmawati Yuningsih, NIM E1120026 program studi Akuntansi, Universitas Ichsan Gorontalo.

Dalam kegiatan ini, saya telah menyadari, memahami, dan menerima bahwa :

- 1) Saya diminta untuk memberikan informasi yang sejujur-jujurnya.
- 2) Identitas dan informasi yang saya berikan hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian semata.
- 3) Saya menyetujui adanya perekaman selama penelitian berlangsung.

Dalam menandatangani lembar ini, saya TIDAK ADA PAKSAAN dari pihak manapun sehingga saya bersedia untuk terlibat dalam penelitian sebagai informan.

Gorontalo, 15.....Januari..... 2024

Mengetahui,

Peneliti

Menyetujui,

Informan Penelitian



(Fatmawati Yuningsih)



(Dhea Ananda)

INFORMED CONSENT

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Anzar Zulfayzar

Jenis kelamin : Laki-laki

Usia : 21 tahun

Domisili : Luwuk, Sulawesi Tengah

Saya yang tersebut di atas menyatakan **SETUJU** dan **BERSEDIA** untuk terlibat dalam penelitian yang berjudul “Pemahaman Literasi Keuangan Bagi Pengguna *Shopee PayLater* Pada Generasi Zero (Gen-Z)” diselenggarakan oleh Fatmawati Yuningsih, NIM E1120026 program studi Akuntansi, Universitas Ichsan Gorontalo.

Dalam kegiatan ini, saya telah menyadari, memahami, dan menerima bahwa :

- 1) Saya diminta untuk memberikan informasi yang sejujur-jujurnya.
- 2) Identitas dan informasi yang saya berikan hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian semata.
- 3) Saya menyetujui adanya perekaman selama penelitian berlangsung.

Dalam menandatangani lembar ini, saya TIDAK ADA PAKSAAN dari pihak manapun sehingga saya bersedia untuk terlibat dalam penelitian sebagai informan.

Luwuk, 22 Januari 2024

Mengetahui,

Peneliti

Menyetujui,

Informan Penelitian


(Fatmawati Yuningsih)


(Anzar Zulfayzar)



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS IHSAN GORONTALO

FAKULTAS EKONOMI

SK. MENDIKNAS NOMOR 84/D/O/2001 STATUS TERAKREDITASI BAN-PT.DIKTI

Jalan : Achmad Nadjamuddin No.17 Telp/Fax.(0435) 829975 Kota Gorontalo. www.fe.unisan.ac.id

SURAT REKOMENDASI BEBAS PLAGIASI

No. 018/SRP/FE-UNISAN/III/2024

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dr. Musafir, SE., M.Si
NIDN : 092811690103
Jabatan : Dekan

Dengan ini menerangkan bahwa

Nama Mahasiswa : Fatmawati Yuningsih
NIM : E1120026
Program Studi : Akuntansi
Fakultas : Ekonomi
Judul Skripsi : Pemahaman Literasi Keuangan Bagi Pengguna Shopee Paylater Pada Generasi Zero (Gen-Z)

Sesuai hasil pengecekan tingkat kemiripan skripsi melalui aplikasi **Turnitin** untuk judul skripsi di atas diperoleh hasil *Similarity* sebesar 13%, berdasarkan Peraturan Rektor No. 32 Tahun 2019 tentang Pendekripsi Plagiat pada Setiap Karya Ilmiah di Lingkungan Universitas Ihsan Gorontalo, bahwa batas kemiripan skripsi maksimal 30%, untuk itu skripsi tersebut di atas dinyatakan **BEBAS PLAGIASI** dan layak untuk diujiankan. Demikian surat rekomendasi ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya



Terlampir :Hasil Pengecekan Turnitin

Gorontalo, 25 Maret 2024
Tim Verifikasi,

Nurhasmi, S.KM



Similarity Report ID: oid:25211:54959362

PAPER NAME

**E1120026-FATMAWATI YUNINGSIH- SK
RIPSI.pdf**

AUTHOR

**Fatmawati Yuningsih Fatmawati Yunings
ih**

WORD COUNT

17526 Words

CHARACTER COUNT

119370 Characters

PAGE COUNT

110 Pages

FILE SIZE

1.3MB

SUBMISSION DATE

Mar 22, 2024 2:05 AM GMT+8

REPORT DATE

Mar 22, 2024 2:07 AM GMT+8

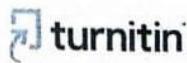
13% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 13% Internet database
- 4% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 1% Submitted Works database

Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Quoted material
- Cited material
- Small Matches (Less than 30 words)



Similarity Report ID: oid:25211:54959362

● 13% Overall Similarity

Top sources found in the following databases:

- 13% Internet database
- 4% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 1% Submitted Works database

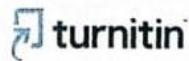
TOP SOURCES

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	digilib.uinkhas.ac.id	2%
	Internet	
2	rumah.com	1%
	Internet	
3	djkn.kemenkeu.go.id	<1%
	Internet	
4	fikom-unisan.ac.id	<1%
	Internet	
5	repository.umpalopo.ac.id	<1%
	Internet	
6	sipeg.unj.ac.id	<1%
	Internet	
7	journal.uc.ac.id	<1%
	Internet	
8	repository.uin-suska.ac.id	<1%
	Internet	

[Sources overview](#)

9	doc-pak.undip.ac.id Internet	<1%
10	media.neliti.com Internet	<1%
11	researchgate.net Internet	<1%
12	repository.iainpalopo.ac.id Internet	<1%
13	eprints.pancabudi.ac.id Internet	<1%
14	economics.pubmedia.id Internet	<1%
15	text-id.123dok.com Internet	<1%
16	123dok.com Internet	<1%
17	journals.unikal.ac.id Internet	<1%
18	repositori.umsu.ac.id Internet	<1%
19	ejournal.upnvj.ac.id Internet	<1%
20	edukasi.okezone.com Internet	<1%



Similarity Report ID: oid:25211:54959362

21	jurnal.unigal.ac.id Internet	<1%
22	repository.radenintan.ac.id Internet	<1%
23	ukmindonesia.id Internet	<1%
24	journal.universitaspahlawan.ac.id Internet	<1%
25	dictio.id Internet	<1%
26	pemberdayaan.kulonprogokab.go.id Internet	<1%
27	publikasiilmiah.ums.ac.id Internet	<1%
28	repository.ibik.ac.id Internet	<1%
29	eprints.unmas.ac.id Internet	<1%

Sources overview

RIWAYAT HIDUP

Identitas Pribadi :



Nama : Fatmawati Yuningsih
Tempat, Tanggal Lahir : Luwuk, 13 Agustus 2002
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Jl. P. Sulawesi, Kec. Luwuk Selatan,
Kab. Banggai, Sulawesi Tengah

Riwayat Pendidikan :

- Menyelesaikan Pendidikan pada jenjang Sekolah Dasar di SD Negeri 4 Luwuk pada tahun 2014.
- Melanjutkan ke jenjang menengah pertama di SMP Negeri 3 Luwuk lulusan tahun 2017.
- Kemudian menempuh pendidikan menengah kejuruan di SMK Negeri 1 Luwuk dan selesai pada tahun 2020.