

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Literasi keuangan menjadi isu yang hangat diperbincangkan pada beberapa tahun belakangan di Indonesia. Isu yang muncul ini tidak lepas dari berbagai polemik yang terjadi, mulai dari Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) sampai pada krisis perekonomian yang pernah melanda Indonesia pada tahun 1998. Pada saat sekarang ini literasi keuangan merupakan hal yang penting dan menjadi kebutuhan bagi masyarakat luas, sehingga masyarakat dituntut harus tahu dan paham akan literasi keuangan tersebut. (Wahyuni, 2019)

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) literasi keuangan merupakan rangkaian proses atau aktivitas untuk meningkatkan pengetahuan (*knowledge*), keyakinan (*confidence*), keterampilan (*skill*) konsumen dan masyarakat luas, sehingga mereka mampu mengelola keuangan dengan lebih baik. Dari pengertian tersebut diharapkan konsumen produk dan jasa keuangan maupun masyarakat luas tidak hanya mengetahui dan memahami lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, melainkan juga dapat mengubah atau memperbaiki perilaku masyarakat dalam pengelolaan keuangan sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan mereka. (Kurnia, 2021).

Literasi keuangan menjadi penunjang stabilitas ekonomi dan keuangan dalam individu maupun ekonomi global yang sangat penting. Hingga tahun 2023

kepedulian masyarakat dunia dalam meningkatkan literasi keuangan meningkat seiring dengan berkembangnya pasar keuangan oleh karena itu dalam meningkatkan literasi keuangan dibutuhkan kemampuan finansial sebagai modal utama untuk meningkatkan kemampuan dan kemapanan ekonomi pada diri seseorang. Salah satu penyebab kegagalan finansial dalam mengelola keuangan disebabkan karena rendahnya pemahaman tentang literasi keuangan. Munculnya korelasi antara tingkat pemahaman pengelolaan keuangan yang baik dengan tingkat literasi keuangan.

Tujuan literasi keuangan adalah meningkatkan kualitas seseorang dalam berpikir dan mengambil keputusan untuk mencapai kesejahteraan pada keuangan. Dilansir dalam Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) yang dikeluarkan oleh OJK tahun 2023, survey yang dilakukan OJK tahun 2023 menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia yang memiliki pengetahuan, keterampilan dan kepercayaan berpengaruh pada sikap dan perilaku seseorang dalam menggunakan produk dan jasa keuangan (Otoritas Jasa Keuangan, 2023). Hal ini juga tercatat pada hasil survei OJK tahun 2023 yang menyatakan bahwa indeks literasi keuangan mencapai 69,7,03%, artinya dari 100 orang hanya sekitar 69 orang yang memiliki pengetahuan, keterampilan dan kepercayaan yang menandai mengenai produk layanan keuangan (Otoritas Jasa Keuangan, 2023).

Kehadiran pinjaman *online* sebagai salah satu bentuk *financial technology* (*fintech*) merupakan imbas dari kemajuan teknologi yang banyak menawarkan pinjaman dengan syarat yang lebih mudah dibandingkan dengan lembaga keuangan konvensional seperti bank. Penggunaan internet di Indonesia pada awal 2023

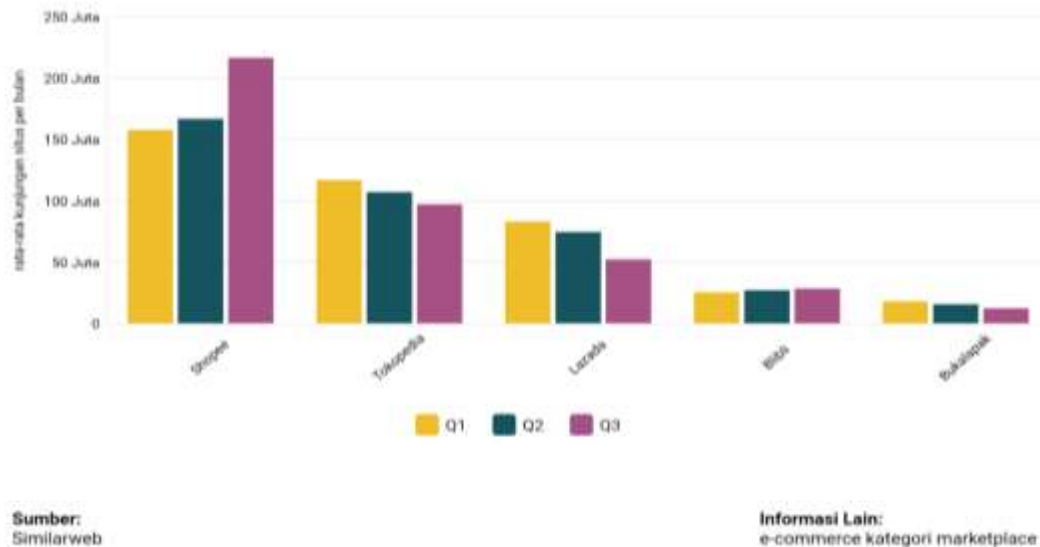
mencapai 215,63 juta jiwa, menunjukkan peningkatan sebesar 2,67% dari periode sebelumnya. Jumlah ini setara dengan 78,19% dari total populasi Indonesia yang berjumlah 275,77 juta jiwa. Berdasarkan data tersebut, maka tidak diherankan apabila pertumbuhan pinjaman *online* di Indonesia semakin pesat. Hal ini juga dapat ditunjukkan dari data di OJK (Otoritas Jasa Keuangan) bahwa perusahaan sampai dengan 09 Oktober 2023, total jumlah penyelenggara *fintech lending berizin* dan terdaftar sebanyak 101 penyelenggara. Banyaknya perusahaan pinjaman *online* tersebut menjadikan masyarakat semakin tergiur dengan program yang ditawarkan walaupun bunga pinjaman *online* tersebut lebih tinggi dibandingkan bank. Hal ini menimbulkan permasalahan bagi pengguna layanan pinjaman *online* terutama pada saat penagihan pembayaran.

Teknologi digital yang populer saat ini yaitu layanan internet yang dimanfaatkan untuk jual beli yang sering disebut dengan nama *e-commerce*. *E-commerce* merupakan wadah baru dalam berbelanja atau berbisnis secara *online* atau *direct selling* yang memanfaatkan fasilitas internet dan dapat memangkas biaya operasional kegiatan *trading* (perdagangan) (Iswiyanti, 2021). Dengan *e-commerce* telah banyak merubah dalam proses jual-beli. Jika dalam suatu jual-beli penjual dan pembeli bertemu, namun jika dengan *e-commerce* tidak perlu bertemu, mereka berinteraksi melalui internet maupun komunikasi melalui telepon. Dalam proses ini kepercayaanlah yang menjadi modal utama, karena tanpa kepercayaan kedua belah pihak, maka proses jual- beli *e-commerce* tidak bisa terjadi dan terlaksana. Dengan perkembangan yang semakin pesat, maka banyak toko *online/e-*

commerce bermunculan, baik dengan memanfaatkan *blog*, *social media*, *website* maupun *marketplace*.

Jual beli *online* melalui *marketplace* menjadi layanan yang sangat diminati di kalangan masyarakat khususnya mahasiswa, *marketplace* adalah sebuah wadah pemasaran produk secara elektronik yang mempertemukan banyak penjual dan pembeli untuk saling bertransaksi (Wahyuni dan Mutaqin S, 2019). *Marketplace* merupakan media *online* berbasis internet tempat melakukan kegiatan bisnis dan transaksi antara pembeli dan penjual. Pembeli dapat mencari supplier dengan kriteria yang diinginkan sehingga dapat memperoleh harga yang sesuai dengan pasar, sedangkan bagi penjual (*supplier*) dapat mengetahui perusahaan-perusahaan yang membutuhkan mereka.

Fungsi *marketplace* sama dengan pasar tradisional, namun *marketplace* lebih menggunakan bantuan sebuah jaringan dalam jual beli yang lebih efisien. Pada umumnya ada dua jenis *marketplace* yaitu *marketplace* murni yang hanya menyediakan lapak untuk berjualan beserta fasilitas pembayaran seperti Tokopedia, Bukalapak, Elevenia, Blanja, BliBli dan *marketplace* dari luar negeri yang populer di Indonesia adalah *Shopee* (Singapura), *Lazada* (Singapura), *JD.ID* (Tiongkok), *Amazon* (Amerika Serikat), dan *Rakuten* (Jepang) dan *marketplace* konsinyasi dengan sistem titip barang seperti *Zalora* dan *Berrybenka*. Berdasarkan data tahun 2023 *Shopee* merupakan *marketplace* dengan penggunaan terbanyak di Indonesia. Hal tersebut dapat dilihat dari data berikut ini :

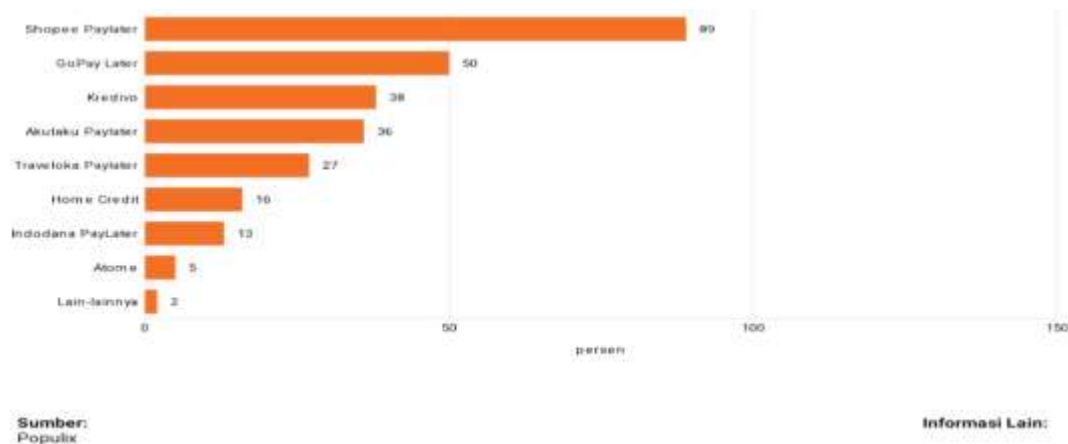


Gambar 1. 1 Data Penggunaan Marketplace di Indonesia Tahun 2023

Sumber : Databoks 2023

Berdasarkan umur pengguna shopee disukai oleh anak muda yang berumur 19-24 tahun, Tokopedia lebih disukai kelompok umur 35 tahun keatas dan Lazada lebih disukai kelompok umur kurang dari 19 tahun (Catriana, 2020). Pada umur 19-24 tahun tersebut merupakan rata-rata umur pada mahasiswa, oleh karena itu banyaknya pengguna *shopee* di kalangan mahasiswa, peneliti memilih *shopee* untuk objek penelitian. *Shopee* merupakan aplikasi *mobile* sebagai wadah belanja *online* yang lebih fokus pada *platform mobile* sehingga masyarakat dapat lebih mudah untuk berbelanja melalui ponsel saja. *Platform* ini menawarkan berbagai macam produk dengan metode pembayaran yang praktis (Kurnia, 2021).

Platform yang menarik dari *shopee* salah satunya yaitu *Shopee PayLater*. *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. *Shopee Paylater* mempunyai kelebihan yaitu menawarkan produk pinjaman dana dengan pinjaman awal nol persen, sedangkan kekurangan *Shopee Paylater* yaitu tidak ada toleransi keterlambatan pembayaran, jika sudah terkena keterlambatan dalam pembayaran maka diharuskan untuk membayar denda. Besaran bunga *Shopee Paylater* sendiri antara 0% hingga 2,95% per bulannya. Ketentuan besaran bunga tersebut adalah cicilan 20 hari bunganya 0%, cicilan *Shopee Paylater* 2-3 bulan dikenakan bunga 2,95% per bulan (Isparwati, 2021). *Shopee Paylater* ini juga merupakan layanan Paylater yang paling banyak digunakan di Indonesia. Hal tersebut dapat dilihat dari data berikut:



Gambar 1. 2. Data Penggunaan Paylater Terbanyak di Indonesia

Sumber : Databoks 2023

Perkembangan teknologi digital semakin besar dan pesat terutama di bidang ekonomi, pekerjaan, perdagangan, industri, pendidikan dan hiburan, penerapan teknologi digital di semua aspek kini menjadi lini kehidupan. Hal ini mendorong penggunaan teknologi digital terus berinovasi dan bertransformasi serta semakin canggih, dan dengan kecanggihannya memberikan banyak kemudahan bagi kehidupan masyarakat. Kemudahan tersebut juga dirasakan oleh aktivitas masyarakat yang bergantung pada teknologi digital, yang hampir seluruh aktivitas masyarakat menggunakan teknologi digital terutama dalam ekonomi. Beberapa contoh bisnis dalam ekonomi digital yaitu pemasaran dan pengembangan berbasis *online/internet*, aplikasi berbasis *website* dan *smartphone*, permainan digital atau *games*, edukasi digital, *e-commerce*, *marketplace*, *financial technology (fintech)*, dan masih banyak lagi.

Permasalahan-permasalahan keuangan yang sering timbul pada masyarakat adalah mereka belum memiliki pendapatan ataupun tuntutan gaya hidup yang tinggi. Selain itu, sikap boros dari masyarakat merupakan permasalahan yang sering dihadapi. Dan kebutuhan hidup dalam masyarakat tidak sedikit dengan otomatis kebutuhan mahasiswa semakin beragam mulai dari kebutuhan mendasar atau kebutuhan gaya hidup. Masyarakat tentu mengalami krisisnya akhir bulan. *Shopee Paylater* salah satu menjadi penyelamat karena fitur ini membantu masyarakat yang tidak memiliki uang cukup pada akhir bulan untuk bisa memenuhi kebutuhannya, tetapi tidak menutup kemungkinan fitur ini menjadi *boomerang* bagi penggunaanya,

karena kemudahan *Shopee Paylater* sebagai pilihan metode pembayaran di *shopee* berpotensi mendorong perilaku konsumtif. Penggunaan yang berlebihan menimbulkan tumpukan utang karena membeli tanpa pikir panjang. Diungkapkan oleh Rachmah dan Kurniawan (2019) masyarakat dihadapkan oleh berbagai keputusan dalam mengelola keuangannya, saat ini berbagai kemudahan penggunaan lembaga keuangan secara *online* seperti penggunaan produk layanan *Shopee Paylater* yang sangat mudah digunakan. Banyaknya minat masyarakat menggunakan aplikasi *shopee* dengan metode pembayaran beli sekarang bayar nanti atau biasa disebut *Shopee Paylater* dengan syarat yang sangat mudah, hal ini menjadikan masyarakat harus bisa menerapkan berbagai ilmu yang didapatkan diwaktu kuliah seperti matakuliah manajemen keuangan, akuntansi manajemen, akuntansi biaya, dan manajemen investasi dan portofolio untuk lebih pandai dalam memutuskan berbagai penggunaan lembaga keuangan seperti halnya *shopee paylater*.

Kecamatan Ujung Batu adalah salah satu kecamatan yang ada di Kabupaten Rokan Hulu. Kecamatan Ujung Batu memiliki percepatan ekonomi yang cukup pesat, karena terletak di wilayah yang cukup strategis, meskipun memiliki wilayah yang bisa dikatakan tidak terlalu besar. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Indonesia tahun 2024 masyarakat Kecamatan Ujung Batu adalah berjumlah 52.188 jiwa.

Tabel 1. 1. Hasil Pra Survei Masyarakat Kec. Ujungbatu

No	Pernyataan	Jawaban		Jumlah
		Ya	Tidak	
1.	Apakah anda menggunakan <i>e-commerce shopee</i> ?	10	0	10
2.	Apakah anda menggunakan fitur <i>paylater</i> pada <i>e-commerce shopee</i> ?	7	3	10
3.	Apakah menurut anda fitur layanan <i>shopee pay latter</i> memberikan lebih banyak dampak positif?	4	6	10
4.	Apakah menurut anda fitur layanan <i>shopee pay latter</i> memberikan lebih banyak dampak negatif?	6	4	10

Berdasarkan hasil wawancara pra survey yang peneliti lakukan, 10 dari 10 masyarakat mengaku merupakan pengguna *shopee* dan 7 dari 10 masyarakat tersebut menggunakan fitur layanan *shopee pay latter*. Dari total keseluruhan masyarakat yang di wawancara pada pra survey tersebut hanya 4 masyarakat yang menyatakan fitur layanan *shopee pay latter* memberikan lebih banyak dampak positif. Sedangkan 6 masyarakat menyatakan fitur layanan *shopee pay latter* memberikan lebih banyak dampak negatif.

Berdasarkan hasil wawancara pra-survey yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa semua responden merupakan pengguna aktif *Shopee*, dengan tujuh dari sepuluh di antaranya menggunakan fitur layanan *Shopee PayLater*. Namun, dari kelompok tersebut, hanya empat responden yang merasakan dampak positif dari

penggunaan fitur tersebut, sementara enam responden lainnya merasa bahwa fitur *Shopee Paylater* memberikan lebih banyak dampak negatif. Kesimpulan ini menunjukkan adanya perbedaan pandangan di antara pengguna mengenai manfaat dan risiko yang terkait dengan penggunaan layanan *PayLater*. Meskipun fitur ini dirancang untuk memberikan kemudahan dalam bertransaksi, seperti memungkinkan pengguna untuk melakukan pembelian tanpa harus membayar di muka, dampak negatif yang dirasakan oleh sebagian besar responden mencerminkan potensi masalah yang mungkin timbul. Dampak negatif ini dapat mencakup perilaku konsumtif yang berlebihan, di mana pengguna merasa terdorong untuk membeli barang-barang yang tidak benar-benar diperlukan karena kemudahan pembayaran yang ditawarkan. Selain itu, ada juga risiko terjebak dalam kebiasaan "ngutang," yang dapat mengganggu perencanaan keuangan pribadi dan menambah beban utang jika tidak dikelola dengan baik. Dengan demikian, meskipun layanan *Shopee Paylater* menawarkan beberapa keuntungan seperti fleksibilitas dalam pembayaran dan kemudahan akses, hasil pra-survey menunjukkan bahwa banyak pengguna merasakan dampak negatif yang lebih besar. Hal ini menyoroti pentingnya edukasi keuangan bagi pengguna agar dapat memanfaatkan fitur tersebut secara bijak dan menghindari konsekuensi finansial yang tidak diinginkan.

Berangkat dari fenomena yang telah dipaparkan tersebut, dan mudahnya penggunaan produk layanan pinjaman *online* pada *e-commerce Shopee Paylater* yang banyak diminati di kalangan masyarakat, maka peneliti merasa perlu untuk melakukan penelitian tentang bagaimana “Pengaruh Literasi Keuangan Minat

Menggunakan *Shopee Paylatter* (Studi Kasus Masyarakat Ujung Batu)’’.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan dan fokus masalah penelitian maka dapat dirumuskan masalah pada penelitian ini adalah apakah Literasi Keuangan berpengaruh terhadap Minat Menggunakan *Shopee Paylatter* (Studi Kasus Masyarakat Ujung Batu) ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah Literasi Keuangan berpengaruh terhadap Minat Menggunakan *Shopee Paylatter* (Studi Kasus Masyarakat Ujung Batu).

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian diharapkan dapat menghasilkan sesuatu yang bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan. Manfaat dari penelitian dibagi menjadi dua yaitu, manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis.

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan hasil penelitian ini mampu memberikan kontribusi pada dunia akademis mengenai pemahaman pengaruh Literasi Keuangan terhadap Minat Menggunakan *Shopee Paylatter* (Studi Kasus Masyarakat Ujung Batu). Penelitian ini juga diharapkan bisa menjadi referensi untuk mengembangkan penelitian dimasa

mendatang terutama dalam bidang manajemen keuangan.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh para mahasiswa sebagai salah satu referensi dalam pemahaman literasi keuangan masyarakat dalam pengaplikasian ilmu mengelola keuangan dan agar dapat meningkatkan perilaku keuangan mengambil keputusan.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penulisan skripsi ini terdiri dari 5 bagian utama sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang teori-teori yang digunakan pada penelitian ini, penelitian yang relevan yang menjadi referensi dan acuan penulis, serta kerangka konseptual

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini terdiri dari ruang lingkup, populasi/sampel, jenis sumber data, teknik pengambilan data, definisi operasional, instrumen penelitian, dan teknik analisis data.

BAB IV : PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang isi serta pembahasan dari analisis data yang sudah dilakukan

BAB V : PENUTUP

Bab ini menguraikan tentang kesimpulan serta saran dari penelitian ini

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB II

LANDASAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL, HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pengertian Minat

Minat adalah proses mental abstrak yang diungkapkan oleh semua keadaan aktivitas, ada objek yang dianggap berharga sehingga diketahui dan diinginkan, menyebabkan kecenderungan untuk merasakan sesuatu, hasrat dan keinginan akan sesuatu. Maka dapat dikatakan bahwa minat menimbulkan keinginan akan sesuatu (Finannafi'ah & Witono, 2022).

Minat, yaitu kecenderungan untuk tertarik pada sesuatu yang relatif tetap untuk lebih memperhatikan dan mengingat, kemudian senang mendapatkan kepuasan dari penggunaan teknologi (Nurdin, Ningrum, et al., 2020). Minat adalah suatu keinginan atau minat terhadap suatu hal atau kegiatan tertentu yang menarik minatnya, sehingga ia mau melakukannya tanpa dipaksa oleh orang lain (Atieq & Nurpiani, 2022).

Berdasarkan beberapa perspektif pengertian di atas dapat disederhanakan bahwa minat penggunaan pada *Shopee Paylater* adalah keinginan maupun ketertarikan seseorang dalam menggunakan *Shopee Paylater* tanpa adanya paksaan dari pihak lain. Minat menggunakan *Shopee Paylater* merupakan suatu keinginan untuk menggunakan jasa *Shopee Paylater* sebagai alat pembayaran.

Minat menggunakan aplikasi merupakan faktor yang mengukur keberhasilan penerimaan suatu teknologi. Niat perilaku adalah ukuran minat individu yang mendorong perilaku atau menggabungkan sikap dan pengakuan adanya suatu layanan. Niat dipahami sebagai keinginan internal individu untuk melakukan pola perilaku tertentu. Konsep ini berarti bahwa orang bertindak ketika mereka memiliki niat. Niat perilaku dapat digunakan untuk memprediksi perilaku yang sebenarnya (Afdillaha & Mahmud, 2023).

2.1.2 Indikator Minat

Menurut Atieq & Nurpiani, (2022) terdapat beberapa indikator minat, yaitu sebagai berikut:

- a. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli atau menggunakan suatu produk. Minat transaksional mengacu pada kecenderungan atau motivasi seseorang untuk melakukan tindakan pembelian atau penggunaan suatu produk atau layanan secara nyata. Indikator ini menggambarkan aspek perilaku konsumen yang siap melakukan transaksi, baik itu pembelian pertama kali maupun berulang. Minat transaksional biasanya dipengaruhi oleh persepsi nilai produk, kebutuhan, kepercayaan terhadap merek, serta kemudahan akses dan penggunaan produk tersebut, dalam konteks layanan keuangan digital seperti Shopee Paylater, minat transaksional tercermin ketika seseorang benar-benar menggunakan fitur pembayaran cicilan yang tersedia, menunjukkan bahwa mereka tidak hanya tertarik secara teori tetapi sudah mengambil langkah

konkret untuk menggunakan layanan tersebut. Minat ini juga dapat dikaitkan dengan intensitas dan frekuensi penggunaan suatu produk, menunjukkan seberapa besar konsumen merasa terdorong untuk melakukan transaksi.

- b. Minat referensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk menyarankan produk kepada orang lain. Minat referensial mengacu pada kecenderungan seseorang untuk merekomendasikan atau menyarankan suatu produk atau layanan kepada orang lain, baik itu keluarga, teman, maupun kolega. Indikator ini penting karena menunjukkan tingkat kepuasan dan kepercayaan konsumen terhadap produk, sehingga mendorong mereka menjadi agen promosi tidak langsung atau *word-of-mouth marketer*. Minat referensial erat kaitannya dengan pengalaman positif yang dirasakan oleh pengguna, baik dari segi kualitas produk, layanan, maupun manfaat yang diperoleh. Dalam ranah literasi keuangan dan pemanfaatan layanan keuangan digital, minat referensial mencerminkan bagaimana pengguna yang paham dan percaya terhadap keunggulan suatu produk atau fitur layanan (misalnya keamanan transaksi atau kemudahan pembayaran) akan bersedia membantu meningkatkan adopsi produk tersebut di masyarakat. Ini menjadi aspek strategis dalam pemasaran dan pengembangan layanan karena rekomendasi dari pengguna yang terpercaya lebih efektif dalam membangun minat dan kepercayaan calon konsumen lain.

- c. Minat Preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada suatu produk. Minat preferensial menunjukkan tingkat kecenderungan atau kesukaan konsumen yang memilih suatu produk sebagai pilihan utama dibandingkan produk lain yang sejenis. Indikator ini mencerminkan loyalitas dan preferensi karena konsumen tidak hanya tertarik menggunakan produk, tetapi mereka juga menganggap produk tersebut lebih sesuai dengan kebutuhan, nilai, dan ekspektasi mereka dibandingkan alternatif yang ada di pasar. Preferensi ini muncul karena berbagai faktor seperti fitur produk yang unik, kualitas layanan, reputasi merek, harga yang kompetitif, atau pengalaman pengguna yang positif. Dalam konteks penggunaan layanan seperti Shopee Paylater, minat preferensial berarti konsumen cenderung lebih memprioritaskan penggunaan layanan tersebut dibandingkan layanan Paylater dari penyedia lain, karena mereka menilai layanan tersebut memberikan kemudahan, keamanan, serta manfaat yang optimal bagi pengelolaan keuangan mereka. Minat preferensial menjadi dasar penting dalam membangun loyalitas jangka panjang yang dapat mendukung pertumbuhan pengguna dan keberlanjutan produk di pasar.

2.1.3 Definisi Literasi Keuangan

Pengetahuan awalnya ditujukan pada orang yang terpendidikan serta familiar menggunakan literatur. Literasi dihubungkan dengan kemampuan membaca dan menulis. Dalam perkembangan waktu, masih ada ekspansi makna berdasarkan literasi yang tidak hanya berkaitan dengan literasi atau sekedar kegiatan membaca

dan menulis.

Literasi ialah kemampuan seseorang untuk memanfaatkan segala potensi dan keterampilan yang dimiliki dalam kehidupan sehingga penjelasan literasi mencakup kemampuan seseorang dalam mengelola dan mengetahui informasi pada saat melakukan proses membaca dan menulis. (Mujib, 2016) Pada masyarakat, Jasa keuangan memberikan manfaat yang sangat besar, seperti dapat memilih dan memanfaatkan produk dan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhannya. Memiliki kemampuan untuk melakukan persiapan keuangan akan lebih baik dan terhindar dari aktivitas investasi pada instrumen keuangan yang tidak jelas. Literasi Keuangan juga membawa manfaat yang cukup besar bagi sektor jasa keuangan.

Lembaga keuangan dan masyarakat saling membutuhkan sehingga untuk meningkatkan tingkat Literasi Keuangan masyarakat, semakin banyak masyarakat yang memanfaatkan produk dan layanan keuangan⁹. Peranan literasi akan sangat penting bagi kehidupan karena juga mempengaruhi perekonomian suatu negara dalam hal pemanfaatan dan peningkatan sumber daya yang ada. Laporan UNESCO (2005) menuturkan bahwa tingkat literasi yang tinggi memberikan beberapa jenis manfaat, sebagai berikut:

- a. *Human benefit*, literasi yang tinggi mampu meningkatkan kepercayaan diri (*self esteem*) dan menguatkan masyarakat.
- b. *Political benefit*, finansial yang tinggi mampu meningkatkan kerja sama masyarakat yang pada akhirnya mampu meningkatkan kualitas kebijakan publik dan iklim demokrasi.

- c. *Cultural benefit*, merupakan program literasi yang dapat mengubah nilai, sikap, perilaku, dan budaya masyarakat.
- d. *Social benefit*, bahwa literasi yang timbul mampu mendorong masyarakat untuk hidup sehat, dan mampu mendidik anak-anaknya dengan baik.
- e. *Economic benefit*, beberapa penelitian yang menunjukkan ada hubungan antara tingkat pendidikan dengan pertumbuhan ekonomi.

2.1.4 Pentingnya Keberadaan Literasi Keuangan

Permasalahan keuangan dalam kehidupan sehari-hari dapat mempengaruhi masyarakat terutama dalam hal bagaimana mereka harus mencapai persepsi yang dibutuhkan, mengembangkan kemampuan mereka dalam area tersebut dan memahami dampaknya terhadap keputusan keuangan individu, orang lain dan lingkungannya (Remund, 2010). Hal ini yang kemudian menciptakan kebutuhan akan terciptanya konsumen yang melek financial bagi pelaku pasar uang dan industry keuangan (Hogarth, 2006).

Menurut Fox et. Al (2005), pengetahuan keuangan diduga mampu mengurangi stress, penyakit, sengketa keuangan, penyalahgunaan anak-anak dan konflik antara keluarga. Orang-orang dewasa dalam keluarga dengan pengetahuan keuangan dan kesejahteraan yang lebih tinggi akan lebih sedikit mengalami depresi, menunjukkan perilaku kurang agresif dan anti sosial serta memiliki percaya diri yang lebih tinggi.

Sementara itu, dalam kehidupan kerja dan karir, tingkat literasi keuangan akan membantu terciptanya efisiensi dan produktifitas yang lebih tinggi yang pada akhirnya akan membantu karyawan untuk lebih memahami manfaat yang ditawarkan oleh organisasi dan meningkatkan kepuasan kerja mereka (Brennan, 1998). Selain itu, pemahaman terhadap keuangan mampu menurunkan ketidakhadiran karyawan (Champion:2001), menurunkan stres emosional dan kecemasan di tempat kerja (Kim, 2007), memperkuat manajemen sumber daya manusia, meningkatkan kualitas kehidupan pribadi dan kerja karyawan mereka serta meningkatkan pengetahuan mereka dibidang keuangan (Bernheim dan Garret, 2003). Selanjutnya Vitt et. Al. (2000) menyebutkan bahwa keuntungan terbesar dari pendidikan literasi keuangan adalah mengurangi masalah keuangan karyawan dan mendorong mereka untuk bertanggung jawab atas pembiayaan mereka sendiri dan keduanya akan membantu meningkatkan efisiensi organisasi.

2.1.5 Indikator Literasi Keuangan

Penelitian ini menggunakan indikator menurut Chen and Volpe (1998) dan Mendel & Klein dalam Silalahi (2016) mengkolaborasikan indikator literasi keuangan menjadi 4 yaitu:

1. Pengetahuan Umum Keuangan

Indikator ini mencakup pemahaman dasar seseorang tentang konsep dan prinsip keuangan secara umum. Meliputi kemampuan mengenali istilah-istilah keuangan, memahami arus pemasukan dan pengeluaran, cara kerja bunga (bunga

tetap dan bunga majemuk), serta kemampuan membaca dan menafsirkan informasi keuangan dasar. Pengetahuan umum ini menjadi fondasi penting agar seseorang dapat membuat keputusan keuangan yang tepat dan bijaksana dalam kehidupan sehari-hari.

2. Tabungan dan Pinjaman

Indikator ini menggambarkan pemahaman dan sikap individu terhadap pengelolaan dana tabungan serta penggunaan fasilitas pinjaman. Termasuk di dalamnya adalah kemampuan untuk mengelola tabungan secara disiplin, mengetahui manfaat dan tujuan menabung, memahami konsep suku bunga tabungan, serta memahami kewajiban dan risiko yang terkait dengan pinjaman seperti cicilan, bunga pinjaman, syarat dan ketentuan pinjaman, serta potensi risiko gagal bayar. Literasi di bidang ini membantu individu menghindari masalah utang dan menjaga kesehatan keuangan.

3. Investasi

Indikator investasi mengukur pemahaman seseorang terhadap berbagai instrumen investasi seperti saham, obligasi, reksa dana, deposito, dan properti. Hal ini termasuk kemampuan memahami tingkat risiko dan potensi keuntungan dari masing-masing instrumen, pentingnya diversifikasi portofolio, serta waktu dan tujuan investasi. Literasi investasi penting untuk mempersiapkan masa depan keuangan yang lebih baik dan mengoptimalkan pertumbuhan kekayaan secara optimal dan berkelanjutan.

4. Asuransi

Indikator ini berfokus pada pengetahuan dan pemahaman tentang produk asuransi serta manfaatnya dalam mengelola risiko keuangan. Individu yang literasi di bidang asuransi memahami fungsi asuransi sebagai perlindungan finansial terhadap risiko tak terduga seperti kecelakaan, sakit, atau kehilangan harta benda. Mereka juga mampu memahami jenis-jenis asuransi (jiwa, kesehatan, kendaraan, dll), premi yang harus dibayar, serta hak dan kewajiban pemegang polis. Literasi ini penting agar individu dapat membuat keputusan tepat dalam memilih produk asuransi yang sesuai kebutuhan dan memitigasi risiko secara efektif.

2.1.6 *Shopee Paylater*

Shopee Paylater merupakan hasil kerjasama antara Shopee International Indonesia dengan PT Commerce Finance untuk memberikan fasilitas pinjaman bagi konsumen yang berbelanja di Shopee. PT Commerce Finance adalah perusahaan dalam bidang *multifinance* yang sudah terdaftar dan diawasi oleh OJK (Otoritas Jasa Keuangan).

Shopee Paylater adalah fitur pembayaran di mana pelanggan akan bisa mendapat pinjaman instan dengan bunga dan biaya admin yang sangat minim. Fitur yang mirip kartu kredit ini diperuntukan untuk membantu pembeli yang belum memiliki dana yang cukup, namun membutuhkan suatu barang yang dijual di *e-commerce* tersebut.

Pelanggan dapat memilih tenor pembayaran antara pembayaran tunai maupun cicilan sesuai dengan kebutuhan yang telah di sediakan. Pilihan pembayaran yang

dilakukan dengan cicilan disediakan jangka waktu yang bervariasi antara lain 3 (tiga) kali, 6 (enam) kali dan 12 (duabelas) kali. Jatuh tempo pembayaran dapat dipilih sesuai dengan keinginan pelanggan adapun pilihan yang disediakan adalah tanggal 5 (lima) ataupun 25 (dua puluh lima) disetiap bulannya.

Pemberian kredit awal sebesar Rp750 ribu untuk pengguna baru. Kredit tersebut bisa digunakan untuk membeli barang dengan cara bayar nanti atau dicicil. Kredit *Shopee Paylater* yang diberikan oleh Shopee akan terus bertambah sesuai dengan jumlah transaksi yang dilakukan oleh pengguna. Sebaliknya, saat pengguna mengalami keterlambatan pembayaran, maka sistem di Shopee Indonesia akan secara otomatis mengurangi jumlah limit pinjaman. Penggunaan *Shopee Paylater* tidak bisa melakukan pembelian pada produk dari kategori voucher, pulsa, tagihan, juga tiket moda transportasi.

Transaksi menggunakan *Shopee Paylater* dikenakan biaya cicilan (suku bunga dan biaya-biaya) minimal 2,95 persen dan juga biaya penanganan sebesar 1 persen per transaksi. Keterlambatan pembayaran oleh pelanggan akan dikenakan denda sebesar 5 persen dan akan terus bertambah apabila pengguna tidak melunasi cicilannya.

Berikut ini sejumlah syarat umum bagi pengguna *Shopee Paylater*:

- a) Usia akun Shopee sudah di atas 3 bulan.
- b) Akun Shopee sudah terverifikasi mulai dari email, nomor HP, dan KTP
- c) Rutin bertransaksi atau belanja di Shopee.
- d) Telah update aplikasi Shopee versi terbaru

Saat pendaftaran Shopee *PayLater*, diperlukan KTP dan verifikasi wajah serta informasi tambahan seperti pekerjaan dan gaji. Pengajuan aktivasi akan diperiksa oleh tim terkait dalam kurun waktu 2x24 jam. Apabila disetujui pengguna akan mendapatkan notifikasi bahwa pengguna telah berhasil menggunakan Shopee *Paylater*.

2.2 Penelitian Terdahulu

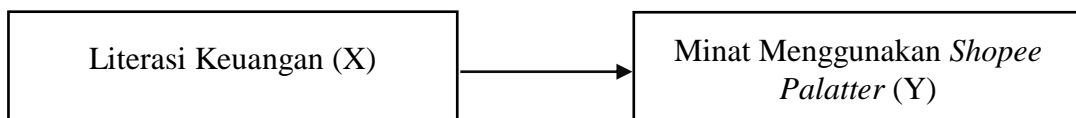
Tabel 2. 1. Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
Lia Ayu Nursinta (2022)	Pemahaman Literasi Keuangan Dalam Penggunaan Pinjaman Online Pada <i>E-Commerce Shopee Paylater</i>	Kualitatif	Hasil temuan penelitian ini menunjukkan pada aspek literasi keuangan pada tabungan, pinjaman dan pengelolaan keuangan menunjukkan pengukurannya pada well literate sedangkan pada investasi dan asuransi menunjukkan pengukuran pada sufficient literate yang artinya pemahaman literasi keuangan mahasiswa cukup baik.
Ratih Marisa Aprilia (2022)	Peran literasi keuangan terhadap minat menggunakan Go-Pay perspektif ekonomi islam di kalangan mahasiswa UII?.	Kuantitatif	Hasil penelian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap persepsi kemanfaatan, kemudahan serta berpengaruh terhadap mahasiswa menggunakan Go-Pa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan Go-Pay. Persmaan hanya pada peran literasikeuangan Perbedaan

Nama Peneliti	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
			peneliti menggunakan kualitatif.
Sri Wulandari (2023)	Pengaruh literasi keuangan, <i>parental income</i> dan <i>self control</i> terhadap minat menggunakan <i>shopee paylater</i> pada mahasiswa rantau (Studi Kasus Mahasiswa Jambi di UIN Walisongo Semarang)	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan dan variabel <i>parental income</i> berpengaruh positif terhadap minat menggunakan <i>shopee paylater</i> . Sedangkan variabel <i>self control</i> berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan <i>shopee paylater</i> .
Nonce F. Tuati (2020)	Dampak Literasi Keuangan terhadap Kelebihan Berhutang di Kalangan Pekerja Tetap di Kota Kupang	Kuantitatif	Hasil penelian menunjukkan bahwa Literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap kelebihan berhutang
Selvy Diana Putri (2022)	Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Menggunakan Fintech Payment (Paylater) Pada Shopee (Studi Kasus	Kuantitatif	Hasil penelian menunjukkan bahwa Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan fintech payment (paylater) pada Shopee

Nama Peneliti	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta Padang)		
Karina Iswan (2018)	Pengaruh Kontrol Diri dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Utang	Kuantitatif	Hasil penelien menunjukkan bahwa Kontrol diri berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku pengelolaan utang. Literasi keuangan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap perilaku pengelolaan utang.

2.3 Kerangka Konseptual



Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual

2.4 Hipotesis

H1 : Diduga Literasi Keuangan Berpengaruh Terhadap Minat Menggunakan *Shopee Palatter* (Y)

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan menggunakan data primer sebagai data penelitian. Lokasi penelitian adalah Masyarakat Kecamatan Ujung Batu Kabupaten Rokan Hulu.

3.2 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Karena pada penelitian ini menggambarkan suatu variabel, gejala atau keadaan yang diteliti secara apa adanya dan menggunakan data yang bersifat angka yang diperoleh dari angket atau kuesioner.

3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian adalah objek penelitian dimana kegiatan penelitian dilakukan. Penentuan lokasi dimaksud untuk mempermudah dan memperjelas objek yang menjadi sasaran penelitian, sehingga permasalahan tidak terlalu luas. Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Ujung Batu Kabupaten Rokan Hulu.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas obyek atau subyek

yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sugiyono (2014) Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah masyarakat Kecamatan Ujung Batu yang berjumlah 52.188.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah keseluruhan obyek yang diteliti dan dianggap mewakili seluruh populasi (Wasis, 2017). Teknik pengambilan sampel dilakukan melalui teknik aksidental sampling. Menurut Wasis (2017), bahwa teknik aksidental sampling yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel, bila dipandang ditemukan itu cocok dengan sumber data. Penentuan besarnya ukuran sampel penelitian ditentukan menggunakan rumus Slovin yaitu : (Siregar, 2018).

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n : Jumlah Sampel

N : Jumlah Populasi

E : Batas toleransi kesalahan (error tolerance) dalam penelitian ini digunakan 10% atau 0,10.

$$n = \frac{52.188}{1 + 52.188(10\%^2)} = \frac{52.188}{521,88} = 100$$

3.5 Jenis dan Sumber data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Analisis kuantitatif merupakan metode analisis dengan angka-angka yang dapat dihitung maupun diukur. Analisis kuantitatif dimaksudkan untuk memperkirakan besarnya pengaruh secara kuantitatif dari perubahan satu atau beberapa kejadian lainnya dengan menggunakan alat analisis statistik. Oktavia (2012:65)

Sumber data yang dikemukakan dalam penelitian ini bersumber dari :

1. Data primer, merupakan data yang diperoleh dari responden secara langsung dilokasi penelitian. Berdasarkan masalah dalam penelitian ini, data diperoleh langsung dari responden dengan memberikan kuesioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan tentang variabel-variabel yang diteliti.
2. Data sekunder, merupakan data yang berisikan informasi dan teori-teori yang digunakan untuk mendukung penelitian yang dilakukan. Peneliti mendapatkan data sekunder dari buku-buku, majalah, hasil lapangan dan internet.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini, dilakukan dengan cara :

1. Penelitian Pustaka, yaitu penelitian yang dilakukan berdasarkan karya tulis, termasuk hasil penelitian baik yang telah maupun yang belum dipublikasikan.
2. Wawancara, yaitu suatu bentuk penelitian yang dilakukan dengan mewawancarai pihak-pihak yang bersangkutan dalam lingkungan sosial untuk memperoleh data yang berhubungan dengan pembahasan.
3. Kuesioner, yaitu pengumpulan data dengan menyebarkan daftar pertanyaan

kepada beberapa masyarakat yang dijadikan responden.

3.7 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini terdiri atas variabel *independen* dan variabel *dependen*. Variabel *independen* dalam penelitian ini yaitu Literasi Keuangan,. Variabel *dependen* dalam penelitian ini Minat Menggunakan *Shopee Paylater*. Adapun variabel dalam penelitian ini dapat diidentifikasi seperti terlihat pada Tabel 3. 1.

Tabel 3. 1. Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
Literasi Keuangan (X)	Silalahi (2016) uga menjelaskan bahwa literasi keuangan merupakan kebutuhan yang mendasar bagi setiap orang agar terhindar dari masalah keuangan. Literasi keuangan juga menjelaskan bagaimana teknik mengelola keuangan dengan tujuan utama yaitu mencapai kesejahteraan. Menurut OJK, Literasi keuangan adalah rangkaian proses atau aktifitas untuk meningkatkan pengetahuan (knowladge), keyakinan (compence), dan keterampilan (skill) konsumen dan masyarakat luas sehingga mereka mampu mengelola keuangan dengan baik.	Silalahi (2016) 1. Pengetahuan Umum Keuangan 2. Tabungan dan Pinjaman 3. Investasi 4. Asuransi	Ordinal

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
Minat Menggunakan <i>Shopee Paylater</i> (Y)	Minat adalah suatu keinginan atau minat terhadap suatu hal atau kegiatan tertentu yang menarik minatnya, sehingga ia mau melakukannya tanpa dipaksa oleh orang lain.	Silalahi (2016) 1. Persepsi Kemudahan 2. Persepsi Keamanan 3. Persepsi Risiko 4. Citra Perusahaan	Ordinal

3.8 Metode Analisis Data

Penyelesaian penelitian ini dengan menggunakan teknik Analisis Kuantitatif. Analisis Kuantitatif dilakukan dengan cara menganalisis suatu permasalahan yang diwujudkan dengan kuantitatif. Dalam penelitian ini, karena jenis data yang digunakan adalah data kualitatif, maka analisis kuantitatif dilakukan dengan cara mengkuantifikasi data-data penelitian kedalam bentuk angka-angka dengan menggunakan skala likert. Dengan alternative pilihan 1 sampai dengan 5 jawaban pertanyaan. Dengan bobot skor yaitu :

Tabel 3. 2. Skala Likert

No	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
1	SS (Sangat Setuju)	5
2	S (Setuju)	4
3	KS (Kurang Setuju)	3
4	TS (Tidak Setuju)	2
5	STS (Sangat Tidak Setuju)	1

Sumber: Sugiyono (2017:94)

Untuk mengetahui tingkatan Pencapaian Responden digunakan rumus, sebagai berikut:

$$TCR = \frac{\text{Rata - rata skor} \times 100}{\text{Skor Maksimum}}$$

Dimana : TCR = Tingkat Pencapaian Responden

Tabel 3. 3. Klasifikasi TCR

No	Presentasi Pencapaian	Kriteria
1	85% - 100%	Sangat Baik
2	66% - 84%	Baik
3	51% - 65%	Cukup
4	36% - 50%	Kurang Baik
5	0% - 35%	Tidak Baik

Sumber: Sugiyono (2017:207)

3.8.1 Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

Uji Validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan variabel. Validitas suatu butir pertanyaan dapat dilihat hasil outputnya melalui *Statistical program for Social Science (SPSS)*. Menilai kevalidan masing-masing butir pertanyaan dapat dilihat dari nilai *Corrected Item Total Correlation* dari masing-masing pertanyaan. Suatu butir pertanyaan dikatakan valid jika nilai r-hitung yang merupakan nilai dari *Corrected Item Total Correlation* > r-tabel.

Reliabel artinya data yang diperoleh melalui kuesioner hasilnya konsisten bila digunakan peneliti lain. Reliabilitas suatu variable dikatakan baik jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6.

3.8.2 Regresi Linier Sederhana

Penelitian ini dilakukan dengan analisis statistik yaitu teknik analisis regresi linear berganda. Regresi linier berganda ini dilakukan untuk mengukur apakah ada hubungan antara lebih dari satu variabel bebas pada variabel terikat (Ghozali,2018:8).

Dalam penelitian ini dilakukan untuk meramalkan nilai variabel terkait Y Keputusan Pembelian dan variable bebas yaitu Promosi. Persamaan regresi linier sederhana untuk penelitian ini adalah.

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

X = Promosi

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

e = Error Term

1. Uji Parsial (t)

Pengujian ini dilakukan untuk menguji seberapa jauh pengaruh yang signifikan satu variabel independen/bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen/terikat (Ghozali,2018:98).

Dalam penelitian ini akan dibandingkan hasil dari nilai Fhitung dengan Ftabel pada tingkat sig. (α) = 5%. Dasar keputusan uji:

- a. Jika $Sig \leq 0,05$ dan $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka ada pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.
- b. Jika $Sig > 0,05$ dan $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka tidak ada pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

2. Koefisien Determinasi (R)

Koefisien Determinasi (R^2) dapat dilihat dari nilai *Adjusted R Square* yang menunjukkan seberapa besar variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen. Dalam penelitian hipotesis pada *output* SPSS.