

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

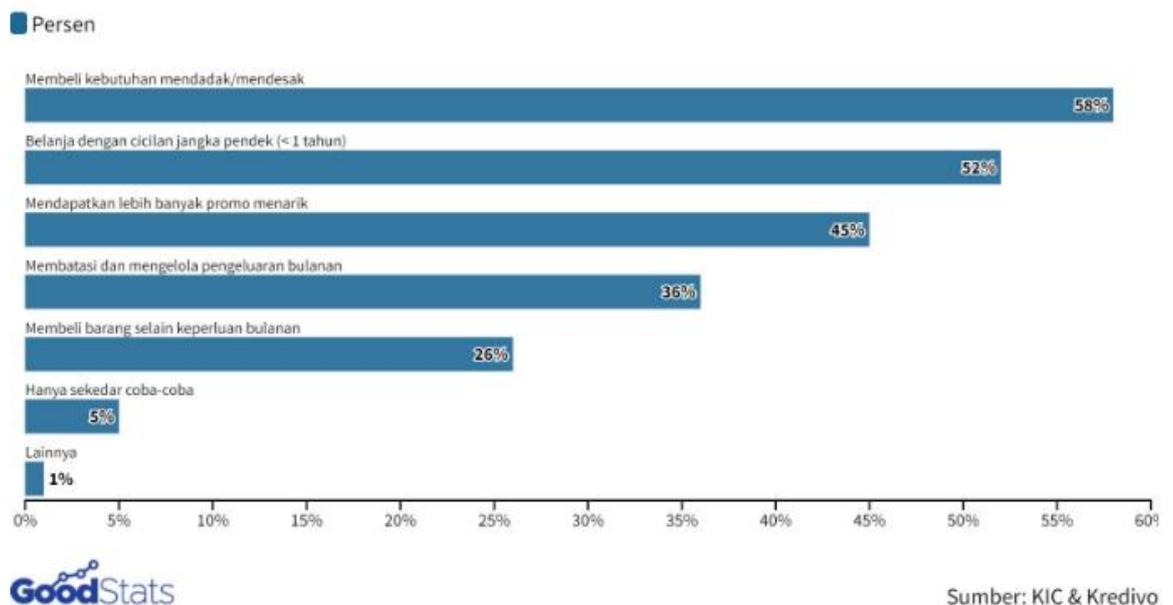
Fenomena terjadinya utang rumah tangga adalah upaya rumah tangga untuk mempertahankan selama mungkin standar konsumsi dalam menghadapi perubahan pendapatan terutama yang berpenghasilan rendah dan menengah (Worthington, 2006; Beer & Schürz, 2007; Barba & Pivetti, 2009; Cosma & Pattarin, 2010). Utang rumah tangga umumnya muncul dari keperluan konsumsi atau keperluan sehari-hari yang mendesak (Herijanto, 2014). Tapi kenyataan yang dijumpai bahwa utang tersebut tidak merata dalam kelompok masyarakat, utang lebih banyak tidak merata dalam populasi yang dianggap rentan secara ekonomis, seperti; kurangnya pendidikan, individu yang terikat pada rentenir. Sebaliknya utang lebih merata dikalangan orang terdidik dan pendapatan rumah tangga yang lebih tinggi (Chawla & Uppal, 2013). Sehingga perubahan praktik konsumsi rumah tangga tak dipungkiri bahwa ini ditandai oleh perkembangan dalam masyarakat dan berkorelasi dengan tingkat status sosial di masyarakat (Carradore, 2012).

Permasalahan yang sering dijumpai yaitu pendapatan yang diterima perbulannya tidak mencukupi kebutuhan dalam satu bulan, sehingga rumah tangga harus berjuang untuk memenuhinya, tindakan yang sering dilakukan adalah dengan utang (Cornea, 2021). Bila dilihat dari sisi psikologis sebagian besar rumah tangga tak ingin berhutang, tapi rumah tangga tak mampu menghindari tuntutan kehidupan ekonomi modern yang terus mempengaruhi dalam kehidupan konsumerisme, pengaruh orang terdekat, lingkungan tetangga, teman, rekan kerja dan lainnya. Sehingga rumah tangga harus menghabiskan pendapatan lebih banyak dari pada yang diterima atau besar pasak dari tiang (Flores & Vieira, 2014)

Berutang dikaitkan dengan berbagai efek sakit psikologis, mulai dari tingkat kecemasan yang tinggi (Brown et al., 2005), depresi (Jenkins et al., 2008), berkurangnya kepuasan pernikahan (Dew, 2008) dan kinerja pekerjaan (Carrell & Zinman, 2014), hingga bunuh diri (Meltzer et al., 2011). Sebagian besar studi

perilaku berhutang masih belum dibahas tentang meningkatnya perilaku berhutang yang merupakan implikasi penting tentang dalam memenuhi kebutuhan rumah tangga (Carrell & Zinman, 2014).

Utang bukanlah solusi terbaik karena dibalik tindakan utang ada kewajiban untuk melunasi utang (*good debtor*). Pelunasan utang akan berkurang dalam periode tertentu selama kewajiban pelunasan dilakukan. Disisi lain dengan memanfaatkan utang, rumah tangga dapat mengelola, dan menggunakan utang dengan tepat dalam memenuhi kebutuhan (Schicks, 2014).



**Gambar I.1 Alasan masyarakat menggunakan paylater**

**(Sumber: Lembaga Riset KIC & Kredivo, 2022)**

Temuan lebih lanjut dari survei ini mengungkapkan bahwa jumlah konsumen yang menggunakan *paylater* dalam kurun waktu 1 tahun ke belakang mencapai 38 persen. Sementara itu, 45 persen konsumen menunjukkan ketertarikannya terhadap fitur *paylater* berkat adanya promo menarik. Bila menilik alasan konsumen menggunakan *paylater*, membeli kebutuhan mendadak atau mendesak jadi alasan utama seseorang menggunakan fitur *paylater*. Adapun

persentasenya mencapai 58 persen pada tahun 2022. Kemudian sebesar 52 persen konsumen mengungkapkan alasan menggunakan *paylater* ialah untuk belanja dengan cicilan jangka pendek yakni kurang dari 1 tahun.

Pada umumnya, perekonomian mempengaruhi konsumsi rumah tangga baik secara langsung maupun tidak langsung melalui aspirasi dan perbandingan sosial serta pengamatan lingkungan sekitar mereka (Karlsson et al., 2004). Perilaku tersebut mempengaruhi konsumsi mereka dan mendorong perilaku berutang (Cynamon & Fazzari, 2008). Kekuatan kehidupan sosial meningkatkan pengeluaran relatif rumah tangga terhadap pendapatan dan menyebabkan tindakan utang rumah tangga meningkat dalam pemenuhan kebutuhan hidup (Cynamon & Fazzari, 2008).

Penggunaan utang yang berlebihan mempunyai dampak negatif pada masyarakat, seperti meningkatnya kemiskinan, rendahnya kohesi sosial, hilangnya kepercayaan pada industri keuangan, berkurangnya tawaran pinjaman dan menurunnya kepercayaan pada peminjam yang kredibel (Schicks, 2014). Utang yang berlebihan menyebabkan hilangnya inklusi sosial yaitu beban utang menyebabkan konsumsi menurun yang dibutuhkan dalam aktivitas sosial (Porter, 2012). Stigma utang yang berlebihan dapat mempengaruhi, pada makin besarnya tunggakan pinjaman, mengurangi kepercayaan sosial, hilangnya dukungan dalam masyarakat, dan mengikis jaringan sosial (Schicks, 2014).

Perilaku utang rumah tangga tidak hanya dilihat dari faktor ekonomi saja tetapi juga harus dilihat dari faktor psikologis yaitu sikap terhadap utang (Williams, 2004). Sikap masyarakat terhadap utang sudah mulai bergeser, yaitu masyarakat yang dahulu menjauhi, sekarang menerima kredit sebagai bagian dari gaya hidup masyarakat modern (Chien & Devaney, 2001). Sikap menjadi faktor kunci, apakah individu anti utang, dalam hal ini sikap menjadi faktor dalam pembayaran utang (Brown et al., 2005). Sehingga sebagian rumah tangga menggunakan utang untuk memenuhi kebutuhan. Hal ini karena tidak ada warisan, tabungan dan sumber lainnya yang dapat digunakan sebagai alternatif pendapatan (Carrell & Zinman, 2014).

Pada saat ini masyarakat jauh lebih mudah untuk mendapatkan pinjaman bank, kartu kredit, pinjaman *online*, koperasi bahkan aplikasi belanja *online* telah menyediakan fitur *paylater* guna masyarakat dapat belanja terlebih dahulu (How & Ren, 2016). Dalam waktu yang relatif singkat, transformasi digital layanan keuangan telah sepenuhnya mengubah cara banyak orang di dunia berinteraksi dengan uang mereka dan dengan perusahaan jasa keuangan (Lea, 2021).

Sebagian besar pembayaran (termasuk pembayaran hutang) sekarang dilakukan secara elektronik. Internet adalah sumber utama informasi tentang produk dan layanan aplikasi pinjaman online (Lea, 2021). Di '*back office*' perusahaan ada otomatisasi penilaian kredit seseorang untuk mensegmentasi konsumen dengan cara yang lebih terperinci dalam memberikan pinjaman (Collard et al., 2016). Penelitian oleh Mutezo (2014) menyatakan bahwa terjadinya peningkatan utang rumah tangga dapat disebabkan oleh kemudahan yang diberikan oleh bank atau non bank dengan melakukan promosi yang agresif dengan persyaratan yang mudah dalam mengambil pinjaman.

Menurut Meltzer et al. (2011), dampak yang ditimbulkan saat berhutang dan ketidakmampuan untuk membayar akan muncul perilaku bunuh diri dikarenakan terdapat rasa ketidakpuasan dan tidak berharga pada individu tersebut. Drentea dan Lavrakas (2000) menyatakan bahwa ada beberapa dampak yang dapat ditimbulkan dari perilaku berutang, misalnya pengucilan terhadap individu, ketegangan antara masyarakat sekitar yang melakukan perilaku berutang. Adanya keregangan sosial terhadap individu yang berutang karena ada perasaan malu dan rasa kecewa atas kegagalan pembayaran utang yang dimiliki. Bahkan penelitian yang dilakukan Reaiding dan Reynolds (2001) melaporkan bahwa utang adalah prediktor sosial ekonomi terkuat munculnya depresi pada keluarga di Amerika. Hal senada juga dikemukakan oleh Fitch et al., (2007) bahwa orang yang memiliki utang cenderung memiliki masalah kesehatan mental dibanding orang yang tidak memiliki utang. Tingginya tingkat utang untuk kebutuhan konsumsi yang berlebihan dan tidak

mampu membayar dapat menimbulkan berbagai resiko psikologis yang negatif, seperti stres dan depresi.

Di Indonesia, peningkatan jumlah utang rumah tangga antara lain disumbang oleh penggunaan kartu kredit dan munculnya inovasi layanan utang berbasis teknologi melalui produk *peer to peer lending* berbasis *platform* fintech (OJK, 2020). Tren utang konsumsi rumah tangga di Indonesia terus meningkat, menurut Data CEIC (*Census and Economic Information Center*) menunjukkan bahwa pertumbuhan utang rumah tangga selama periode 2015-2018 mengalami kenaikan sebesar 26 persen. Secara nominal, utang rumah tangga naik dari 83,33 juta dolar Amerika Serikat atau setara dengan 1,14 triliun rupiah menjadi 105,14 juta dolar Amerika Serikat setara dengan 1,44 triliun rupiah. Pada Desember 2018, rasio utang rumah tangga secara konsisten naik terhadap PDB (Pendapatan Domestik Bruto) mencapai 10,27 persen dari level 8 persen pada tahun 2010.

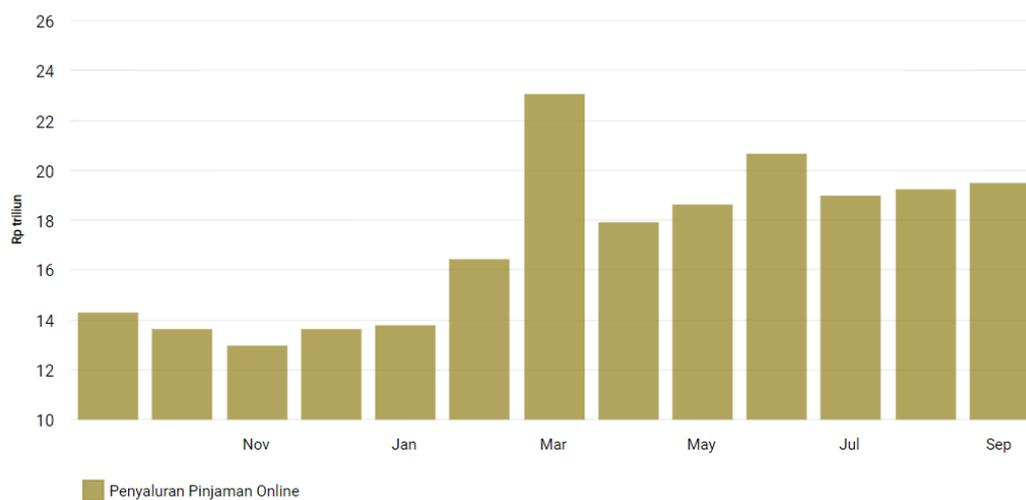
Menurut Dirjen Penyelenggaraan Pos dan Informatika Kominfo menyatakan bahwa selama pandemi covid-19 terdapat peningkatan transaksi belanja online sebanyak 400% dan jumlah tersebut diduga akan meningkat saat *new normal*, dimana akan terjadi persaingan antara *marketplace* dengan minimarket maupun retail besar yang telah terlebih dahulu memiliki (Kompas.com, 2021).

Salah satu layanan penyedia fitur pinjaman *paylater* di Indonesia, Direktur Shopee Indonesia Handhika Jahja menyatakan bahwa jumlah transaksi di Shopee mencapai 260 juta transaksi atau naik 130% (Merdeka.com, 2020). Sedangkan CEO Blibli.com Kusumo Martanto juga menyatakan bahwa transaksi pada aplikasi blibli.com meningkat 50% selama pandemi covid-19 (Kompas.com, 2020). Peningkatan penggunaan *ecommerce* tersebut diikuti oleh meningkatnya pengguna *PayLater*. Menurut *Head of Marketing and Founding Team* Kredivo, layanan pinjaman tunai kredivo didominasi oleh pembelian *e-commerce* (Merdeka.com, 2020).

Keragaman produk keuangan membuat orang mudah dalam mengambil pinjaman, mengingat kemudahan akses ke produk hutang yang ditawarkan oleh

lembaga keuangan (Raj et al., 2013). Hal ini dapat menyebabkan orang berutang lebih dari kemampuan mereka untuk membayar yang akibatnya ketidakmampuan untuk membayar akan mengakibatkan hutang lain (Zainol et al., 2016). Memang, penelitian telah menunjukkan bahwa utang adalah salah satu penyebab stres keuangan utama bagi AS rumah tangga (ORC International, 2015).

Kompleksitas produk dan layanan keuangan yang tersedia bagi masyarakat mengharuskan individu untuk dapat mengambil keuntungan maksimal dari peluang yang telah di tawarkan oleh berbagai layanan keuangan, tetapi penting untuk memahami risiko dan ketidakpastian yang melekat pada pilihan yang akan diambil (Rahman et al., 2020a). Oleh karena itu, literasi keuangan menjadi kompetensi kunci untuk berpartisipasi penuh dalam beragamnya layanan keuangan (OECD, 2015; Potrich et al., 2016). Hal ini juga ditegaskan oleh Messy dan Monticone (2016) menyatakan bahwa literasi keuangan merupakan kompetensi kritis di abad kedua puluh satu dan harus ada upaya untuk meningkatkannya serta mendukung pertumbuhan ekonomi di mana pun.

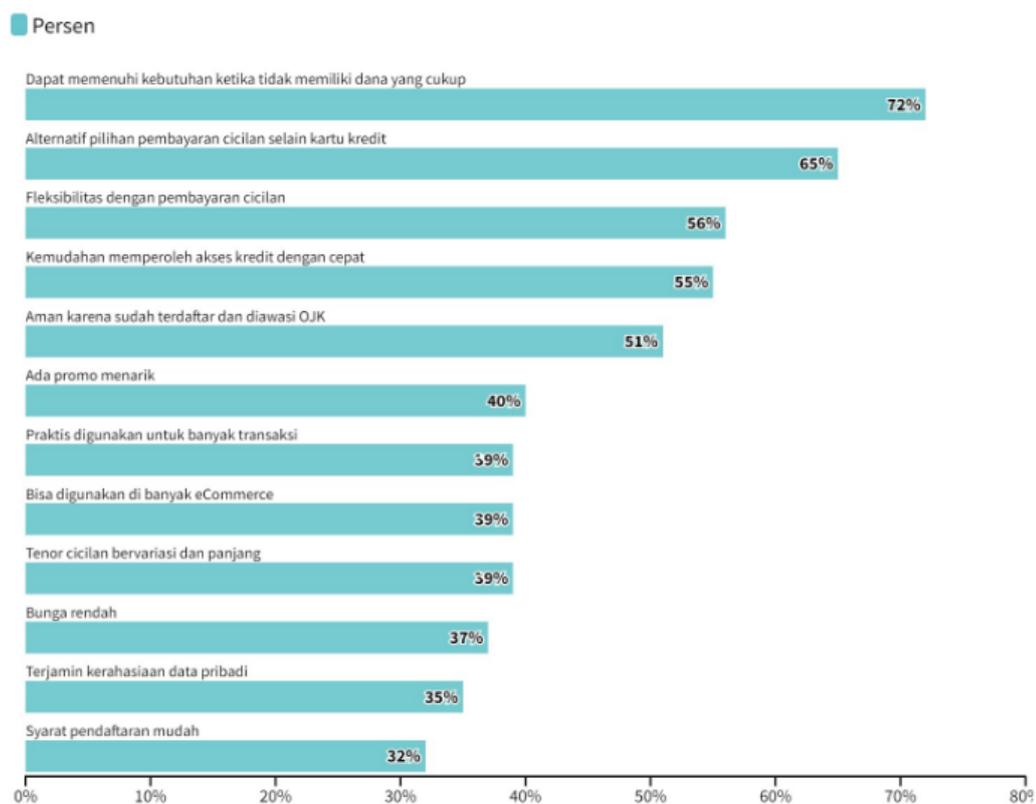


**Gambar I.1** Jumlah Penyaluran Pinjaman Online (September 2021-September 2022)

**Sumber:** ( Otoritas Jasa Keuangan, 2022)

Berdasarkan grafik diatas menunjukkan jumlah penyaluran pinjaman online masih terus meningkat untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Laporan Otoritas

Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan, jumlah penyaluran pinjaman online atau *fintech peer-to-peer lending* mencapai Rp19,49 triliun per September 2022. Capaian itu tumbuh 1,45% (*month-on-month/mom*) dibanding Agustus 2022 yang sebesar Rp19,21 triliun. Jika dibandingkan tahun lalu, penyaluran pinjaman *fintech p2p lending* meningkat sekitar 36,67% (*year-on-year/yoy*) dibanding September 2021 yang jumlahnya Rp14,26 triliun. Sebagian besar dana pinjaman disalurkan ke sektor konsumtif, sedangkan yang masuk ke sektor produktif hanya sekitar 37,2% atau sebesar Rp8 triliun (Katadata.com,2022).



**Gambar 1.4 Keunggulan Paylater**

**(Sumber: Center of Economic and Law Studies (CELIOS) , 2022)**

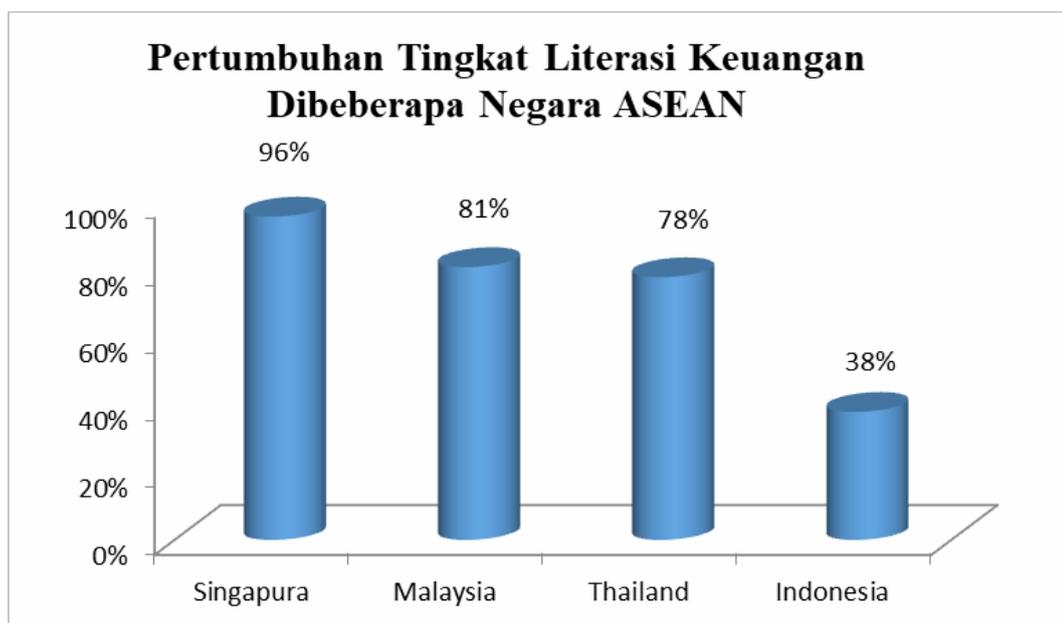
Saat ini banyak masyarakat yang memanfaatkan *paylater* untuk mendapatkan dana dengan cepat dan mudah. Berbicara tentang keunggulan menggunakan *paylater* yang dirasakan oleh konsumen, mayoritas mengungkapkan *paylater* dapat memenuhi kebutuhan ketika tidak memiliki dana yang cukup.

Adapun persentasenya mencapai 72 persen. Keunggulan berikutnya yang dirasakan oleh konsumen ialah *paylater* berfungsi sebagai alternatif pilihan pembayaran cicilan selain kartu kredit dengan persentase sebesar 65 persen. Diikuti fleksibilitas dengan pembayaran cicilan di posisi berikutnya dengan persentase sebesar 56 persen (CELIOS, 2022). Di samping itu, masih banyak lagi keunggulan yang dirasakan oleh konsumen saat menggunakan *paylater* di antaranya ialah kemudahan memperoleh akses kredit dengan cepat, aman karena sudah terdaftar dan diawasi OJK, ada promo menarik, dan sebagainya (CELIOS, 2022).

Selama beberapa dekade terakhir, banyak negara di dunia mengalami pertumbuhan pasokan utang yang cukup besar dan peningkatan periode pembayaran (Ahmed et al., 2010; Ghani, 2010). Dalam upaya klasifikasi pemberian utang, lembaga keuangan didorong untuk memberikan kemudahan dalam memberikan pinjaman. Secara bersamaan, banyak orang melaporkan kesulitan keuangan dan merasa malu dengan pembayaran utang mereka (Endut & Hua, 2009; Ghani, 2010; Mann et al., 2013). Penelitian yang dilakukan Flores dan Vieira (2014) serta Keese (2012) menunjukkan bahwa pembayaran utang telah menimbulkan kekhawatiran publik dan banyak peminjam tidak mampu menangani pembayaran utang mereka.

Menurut Lusardi dan Tufano (2015) bahwa faktor yang mempengaruhi perilaku berhutang dipengaruhi oleh ketidaktahuannya tentang uang. Pengetahuan keuangan dapat menentukan keputusan-keputusan dalam memilih produk-produk finansial yang dapat mengoptimalkan keuangan. Jika individu kurang memiliki pengetahuan keuangan akan mengakibatkan kerugian dan penurunan perekonomian serta pengeluaran yang konsumtif (Henchoz et al., 2019). Salah satu yang mempengaruhi perilaku berhutang adalah kondisi dari individu itu sendiri yakni keinginan, seseorang akan melepaskan keinginannya pada pusat perbelanjaan yang secara berlebihan (Atmadja, 2006). Berdasarkan hasil penelitian Wibowo (2016), menunjukkan bahwa faktor-faktor penyebab perilaku berhutang pada adalah faktor diri sendiri (siklus kehidupan, ekonomi, lingkungan, kepribadian) faktor budaya, serta faktor psikologis (motivasi, persepsi, pembelajaran, dan sikap).

Namun, berbagai penelitian di seluruh dunia menunjukkan bahwa sebagian besar penduduk dunia masih menderita buta huruf keuangan, sehingga tindakan untuk mengatasi masalah ini sangat mendesak (OECD, 2015; Messy & Monticone, 2016). Selain itu, baik pemerintah negara maju maupun negara berkembang peduli dengan tingkat literasi keuangan, terutama karena konteks ekonomi dan keuangan yang sulit, yaitu mengakui bahwa kurangnya literasi keuangan merupakan salah satu faktor yang berkontribusi terhadap keputusan keuangan yang kurang akurat dengan efek negatif yang sangat besar (Gerardi et al., 2010).



**Gambar: 1.5 Pertumbuhan Literasi Keuangan Negara ASEAN**

**(Sumber: Bank Dunia, 2019)**

Berdasarkan gambar di atas, Bank Dunia (2019) melakukan survei yang melibatkan beberapa negara ASEAN. Hasil survei memperlihatkan bahwa tingkat penetrasi pengetahuan keuangan di Indonesia hanya sebesar 38%. Indonesia lebih kecil dari negara - negara ASEAN lainnya, seperti Singapura 96%, Malaysia 81%, dan Thailand 78% (Bank Dunia, 2019). Hasil survei di atas mengindikasikan bahwa pertumbuhan tingkat pada literasi keuangan di Indonesia masih terlihat dalam golongan rendah dibanding dengan negara lain (Bank Dunia, 2019). Pemahaman yang lebih baik tentang pengetahuan keuangan dapat membuat perekonomian

negara jadi lebih baik. Literasi keuangan membawa manfaat bagi individu dan keluarga mereka, karena semakin banyak bukti bahwa orang dengan tingkat pendidikan keuangan yang lebih tinggi dapat mengelola uang mereka dengan lebih baik, berpartisipasi dalam pasar saham, dan mencapai hasil yang lebih baik dari investasi mereka (Bank Dunia, 2019).

Menurut Byene (2007) pengetahuan keuangan yang rendah menyebabkan pembuatan rencana keuangan yang salah dan menyebabkan bias dalam pencapaian kesejahteraan di saat usia tidak produktif lagi. Dalam hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan adalah tingkat pengetahuan dan kesadaran masyarakat mengenai lembaga keuangan formal, produk dan jasa keuangan (Brookes & Harvey, 2017). Dengan literasi keuangan yang memadai, keterampilan dalam perencanaan dan pengelolaan keuangan pun dapat meningkat. Dalam kehidupan seseorang dapat mengendalikan keuangan, bukan sebaliknya kehidupan seseorang dikendalikan oleh uang (Brookes & Harvey, 2017).

Individu yang hidupnya berorientasi kepada materi disebut sebagai materialis (Ditasari, 2014). Individu yang cenderung materialistis dapat diketahui berdasarkan nilai yang dianutnya yang menekankan kepentingan pada harta benda dan pemerolehannya sebagai tujuan hidup, parameter kesuksesan, dan sumber kebahagiaan (Richins & Dawson, 1992). Individu memandang harta benda dan uang miliknya sebagai kunci kebahagiaan dan kesuksesan sosial, serta mengabaikan pentingnya hubungan sosial, pengalaman, dan prestasi dapat menimbulkan perilaku berhutang dalam pemenuhan status social (Husna, 2016). Individu menilai kesuksesan diri dan individu lain berdasarkan jumlah dan kualitas harta benda yang dikumpulkan (Husna, 2016).

Santos dan Fernandes (2011) mengamati seseorang dengan materialisme yang berlebihan ingin mendapatkan apresiasi dilingkungan. Selain itu, para peneliti mengaitkan materialisme dengan ciri-ciri psikologis dan orientasi pribadi dari nilai moral dan etika. Materialisme berkenaan dengan sifat kepribadian, nilai, dan aspirasi individual yang menekankan pentingnya harta benda dan barang dalam kehidupan (Belk, 1985). Sebagai sifat kepribadian, sifat materialistis pada diri

individu dapat diketahui dari ada tidaknya sifat kikir dan posesif atas barang milik pribadi, serta iri hati atas barang milik individu lainnya yang dipandang lebih bagus (Belk, 1985).

*Emotion* atau emosi dalam teorinya merupakan bagian yang penting dalam proses pengambilan keputusan terutama untuk keputusan yang memiliki tingkat ketidakpastian yang tinggi (Kartini & Nuris, 2015). Emosi menjadi kajian utama para ahli psikologi dalam tiga dekade terakhir. Para ahli mengakui bahwa emosi memainkan peranan penting dalam proses-proses psikologi seperti *learning*, *memory* dan *making decision*. Emosi tidak hanya bertujuan membetuk preferensi tetapi juga mempunyai kekuatan dalam memengaruhi sebuah keputusan (Umayu, 2014).

*Risk Perception* merupakan penilaian seseorang terhadap situasi berisiko, dimana penilaian tersebut sangat tergantung pada karakteristik psikologi dan keadaan orang tersebut (Cho & Lee, 2006). *Risk perception* memainkan peran penting dalam perilaku manusia khususnya terkait dengan pengambilan keputusan dalam keadaan tidak pasti. Seseorang cenderung mendefinisikan situasi berisiko apabila mengalami kerugian akibat kesalahan pengambilan keputusan, khususnya jika kerugian tersebut berdampak pada situasi keuangannya (Cho & Lee, 2006). Beberapa orang ketika dihadapkan pada situasi pengambilan keputusan yang sama akan mengambil keputusan yang berbeda tergantung pada persepsi masing-masing dan pemahamannya mengenai risiko dan dampaknya (Rahman et al., 2020a).

Faktor lain yang dapat memberikan pengaruh pada keputusan seseorang dalam berutang yaitu budaya, dimana budaya mengacu kepada nilai-nilai, gagasan, artefak dan simbol-simbol lain yang bermakna serta membantu individu dalam berkomunikasi dengan sesama, melakukan penafsiran dan evaluasi sebagai anggota masyarakat (Kuranaga & Higuchi, 2013). Selain itu budaya tidak hanya sesuatu yang bersifat abstrak seperti nilai-nilai, pemikiran dan kepercayaan, budaya bisa saja berbentuk objek material dan jasa yang dikonsumsi oleh masyarakat tertentu (Andespa, 2017). Studi tersebut oleh Aikawa (1990) dan Naito et al., (2005) menggunakan situasi bantuan antarpribadi untuk menimbulkan rasa berhutang.

Oleh karena itu, pemahaman kita dapat diperluas jika, ketika mempelajari hutang, kita melihat situasi di mana bantuan yang diterima tidak terbatas pada pertukaran hadiah yang bisa jadi mengakibatkan timbulnya rasa ingi mengembalikan hadiah tersebut (Aikawa, 1990). Budaya nasional juga memengaruhi perilaku individu terkait dengan utang dan hipotek (Guiso, Sapienza, & Zingales, 2013)

Moraru (2012) mengamati bahwa anak muda yang religius, yaitu mereka yang menganggap dirinya religius, berdoa secara teratur dan menganggap agama sebagai bagian penting dari kehidupan sehari-hari sehingga akan menghindari hutang dibandingkan dengan anak muda yang tidak religius. Misalnya dalam agama Islam menurut Othman dan Sipon (2014), Islam sangat tidak menganjurkan penggunaan hutang yang berat. Sabri (2014) menyatakan bahwa orang Malaysia, khususnya umat Islam bergantung pada hutang untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup mereka seperti membeli rumah, mobil, dan investasi.

Alasan utama kelompok berpenghasilan tinggi terlilit hutang adalah karena keinginan mereka yang kuat untuk berbelanja. Keengganan untuk menabung menjelaskan faktor perilaku yang paling banyak mempengaruhi kaum muda dalam berhutang (Rahman et al., 2020a). Argumen di atas melatarbelakangi penelitian ini, yaitu kemungkinan besar masalah utang tidak hanya disebabkan oleh faktor ekonomi, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor psikologi (Keese 2012; Reed & Cochrane 2012; Selvanathan et al., 2016). Banyaknya peminjam yang terlilit utang telah menimbulkan kekhawatiran publik. Patut dipertanyakan bahwa utang ditentukan semata-mata oleh faktor keuangan, dan kemungkinan besar juga dipengaruhi oleh faktor non keuangan, seperti psikologi individu (Lebdaoui & Chetioui, 2021a).

Selain itu, penelitian ini bermaksud untuk menawarkan pemahaman yang komprehensif tentang penyebab utang individu, yang dapat mengatasi masalah dalam jangka waktu tertentu dan membantu keprihatinan saat ini mengenai utang individu yang terus meningkat. Meskipun kebutuhan yang belum terpenuhi dan memahami faktor perilaku untuk menghindari biaya yang tidak perlu, beberapa studi penelitian empiris (Flores & Vieira, 2014; Ottaviani & Vandone, 2011) telah

menyoroti bagaimana faktor psikologis mempengaruhi hutang rumah tangga. Upaya untuk menjembatani kesenjangan ini dalam literatur terkait yang ada menunjukkan relevansi penelitian ini. Faktor psikologis yang paling banyak mempengaruhi kaum muda. Argumen di atas melatarbelakangi penelitian ini, yaitu kemungkinan besar masalah individu berhutang tidak hanya disebabkan oleh faktor ekonomi, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor psikologis (Keese 2012; Reed & Cochrane 2012; Cornea, 2021; Rahman et al., 2020a).

Mengingat skenario ini, penting untuk mengidentifikasi dan memahami faktor psikologis dari utang individu (Potrich & Vieira, 2018). Studi ini mempertimbangkan empat determinan yang disorot dalam literatur sebagai faktor yang mempengaruhi utang: literasi keuangan, persepsi risiko, materialisme, dan emosi, religitas dan budaya daerah setempat.

Alasan utama meningkatnya hutang adalah pendapatan rendah, pendapatan tinggi, dan keengganan untuk menabung (Azma et al., 2020; Flores & Vieira, 2014a). Kelompok berpenghasilan rendah melakukan pembelanjaan lebih dari yang mereka peroleh karena mereka tidak mampu menutup pengeluaran pokok mereka dengan penghasilan yang ada, Rumah tangga mungkin harus meminjam untuk memenuhi pengeluaran pokok mereka (Rahman et al., 2020b). Sebaliknya, sangat tidak rasional bagi kelompok berpenghasilan tinggi untuk membelanjakan lebih dari yang mereka hasilkan, karena mereka dapat menutupi pengeluaran penting mereka dengan pendapatan. Logikanya, kelompok berpenghasilan tinggi memiliki tabungan daripada memiliki utang (Flores & Vieira, 2014).

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Amélia Mendonça Flores & Vinicius Dalagostini Bidarte, 2019; Lebdaoui & Chetioui, 2021b; Rahman et al., 2020) menyarankan penelitian selanjutnya untuk mengembangkan persepektif religitas dan budaya sebagai kebaruan dalam topik penelitian. Sebagai contoh dalam Islam menganggap utang sebagai kewajiban yang harus dibayarkan (Zainol, Nur, et al., 2016). Meskipun utang diperbolehkan oleh Syariah dalam banyak kasus, Islam menangani masalah ini dengan sangat serius dan untuk menghindarinya utang sebisa mungkin (Ammerman et al., 2019).

Selanjutnya peneliti memberikan persepektif budaya yang di negara asia masih mengenal tradisi gotong royong dalam menyelesaikan masalah keuangan keluarga sehingga mudah dalam mengambil pinjaman menjadi alternatif dalam penyelesaian masalah keuangan (Naitoet et al., 2005).

Hasil penelitian oleh Shen, Wan, dan Wyer (2011) menunjukkan bahwa orang Asia Timur sensitif terhadap utang. Saat ini penelitian tentang perilaku berhutang masih cukup jarang dilakukan pada negara-negara berkembang. Disini peneliti menyadari untuk mengambil dari perspektif individu pada negara berkembang dengan kondisi determinan faktor psikologis, agama dan budaya yang masih dominan dalam penyelesaian masalah keuangan. Masalah hutang rumah tangga di negara berkembang menyebabkan hutang yang tidak dapat dikelola dan diatur oleh pemerintah. Namun, hanya di negara maju penelitian substansial tentang psikologi utang telah dilakukan (Lea, 2021). Meskipun ada kemungkinan bahwa beberapa aspek psikologi utang terlepas dari sistem ekonomi dan tingkat perkembangan masyarakat yang lain mungkin tidak sama (Lea, 2021).

Peneliti menilai bahwa teori-teori dalam penelitian ini cukup kuat sehingga untuk mengkonfirmasi teori-teori yang sudah ada maka, alat analisis yang digunakan untuk menguji variabel dalam penelitian ini adalah CB-SEM program PLS. Adanya perbedaan variabel penelitian, subjek penelitian dan alat analisis yang digunakan pada penelitian sebelumnya menjadi latar belakang penulis untuk meneliti. Berdasarkan pemaparan di atas, yang menjadi hal menarik bagi penulis untuk melakukan penelitian adalah untuk mengetahui berbagai pengaruh faktor psikologis dalam kecenderungan berhutang apa yang melekat pada seseorang ketika mengambil keputusan dalam mengambil hutang **“Determinan Kecenderungan Berhutang Di Indonesia”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, adapun rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh *financial literacy* terhadap *prospensity Indebtness*

2. Apakah ada pengaruh *Emotion* terhadap *prospensity Indebtness*
3. Apakah ada pengaruh *Risk Perception* terhadap *prospensity Indebtness*
4. Apakah ada pengaruh *Materialism* terhadap *prospensity Indebtness*
5. Apakah ada pengaruh *Culture* terhadap *prospensity Indebtness*
6. Apakah ada pengaruh *Religitutisitas* terhadap *prospensity Indebtness*
7. Apakah *Religiusitas* memoderasi *Emotion* terhadap *Prospensity Indebtness*

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk menguji pengaruh *financial literacy* terhadap *prospensity Indebtness*
2. Untuk menguji pengaruh *Emotion* terhadap *prospensity Indebtness*
3. Untuk menguji pengaruh *Risk Perception* terhadap *prospensity Indebtness*
4. Untuk menguji pengaruh *Materialism* terhadap *prospensity Indebtness*
5. Untuk menguji pengaruh *Culture* terhadap *prospensity Indebtness*
6. Untuk menguji pengaruh *Religitutisitas* terhadap *prospensity Indebtness*
7. Untuk menguji peran *Religiusitas* sebagai moderasi *Emotion* terhadap *Prospensity Indebtness*

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi terkait manfaat praktis dan teoritis :

#### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi, kontribusi, pertimbangan sumbangan pikiran dan saran pada penelitian selanjutnya tentang pengaruh literasi keuangan, *Risk Perception*, *Emotion*, *Materialism*, *Culture*, dan *Religiusitas* terhadap Perilaku berhutang serta memberikan ide-ide baru untuk

penelitian selanjutnya. Hasil penelitian ini dapat menambah wawasan, pengetahuan dan kemampuan dalam berhitung serta menerapkan dalam kehidupan sehari-hari.

## 2. Praktisi

Diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen agar bisa mengetahui kebutuhan konsumen, serta memotivasi perusahaan agar bisa memberikan kebijakan yang yang optimal dan dapat meningkatkan nilai perusahaan.