

# BAB I

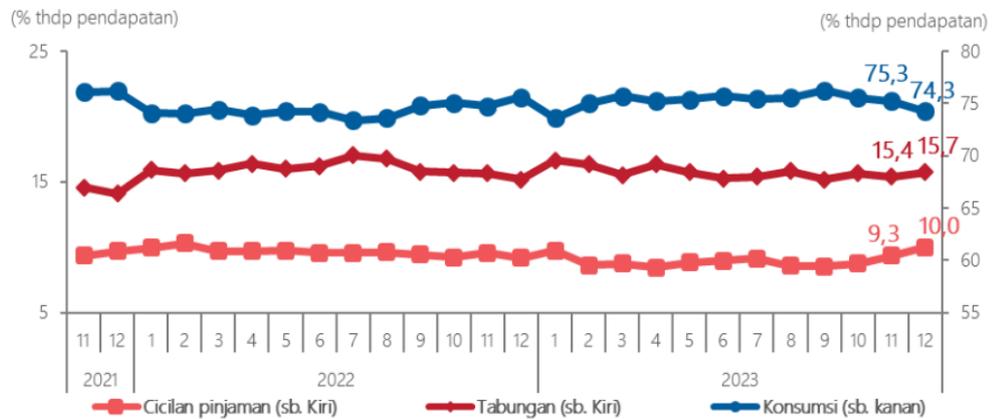
## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Penelitian

Sesuai dengan zaman yang berkembang seperti saat ini, ada bermacam alternatif produk maupun layanan keuangan yang disediakan khusus untuk masyarakat sehingga memberikan kesempatan bagi siapa saja guna mengoptimalkan fasilitas produk dengan untung yang disediakan (Puslitbang Aptika & IKP, 2019). Hanya saja, perlu pula untuk mengerti dan memahami risiko maupun ketidakpastian di dalamnya (Wahono & Pertiwi, 2020). Kredit merupakan salah satu hal yang tidak pasti, yang ideal dalam membantu seseorang memaksimalkan kondisi finansialnya, misalnya dengan mendapatkan aset, upaya penutupan terhadap biaya penting, perbaikan status ekonomi jangka panjang (Azhara, 2023). Realitas yang terjadi, di beberapa kesempatan dalam memberikan kredit, cenderung memicu masyarakat kian terobsesi untuk tetap berutang atau disebut *Propensity to Indebtedness* (Patulak *et al.*, 2021).

Hasil Survei Konsumen Bank Indonesia pada Desember 2023 menunjukkan fenomena *Propensity to Indebtedness*, yaitu rata-rata proporsi pendapatan konsumen untuk konsumsi (*average propensity to consume ratio*) menurun dari 75,3% pada bulan November 2023 menjadi 74,3%. Sementara itu, proporsi pembayaran cicilan/utang (*debt to income ratio*) mengalami peningkatan menjadi 10,0% pada Desember 2023 dari 9,3% pada periode sebelumnya. Sementara itu proporsi pendapatan konsumen yang disimpan

(*saving to income ratio*) tercatat sedikit meningkat dibandingkan dengan proporsi pada bulan sebelumnya, yaitu menjadi sebesar 15,7% (Gambar 1.1.)



Sumber : Survei Konsumen Bank Indonesia 2023

Gambar 1.1. Komposisi Penggunaan Pendapatan Rumah Tangga

Gambar 1.1. menunjukkan survei Bank Indonesia itu adalah proporsi tabungan dan juga pembayaran cicilan kredit terhadap total income, yang mana untuk tabungan semakin kecil proporsinya, sementara yang konsumsi semakin besar dan juga cicilan relatif stabil.

Kecenderungan untuk berutang (*Propensity to Indebtedness*) merupakan fenomena nyata terutama di Jakarta, survei BPS memperlihatkan bila kebutuhan hidup layak mencapai Rp14.000.000 per bulan, sedangkan upah minimum provinsi (UMP) sekadar berada di angka Rp5.000.000 per bulan, menciptakan kesenjangan signifikan yang membuat masyarakat rentan terhadap tawaran utang, pinjaman online ilegal, investasi ilegal, dan penggunaan tabungan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, seperti yang tercermin dari data Bank Indonesia tentang penurunan porsi tabungan masyarakat (Kurniawan, 2024). Meskipun fenomena 'makan tabungan' tetap berlangsung, Bank Indonesia mencatat bahwa proporsi pendapatan konsumen untuk konsumsi,

atau rasio kecenderungan konsumsi rata-rata, mengalami penurunan dari 75,6% pada Oktober menjadi 75,3% pada November, memperlihatkan bahwasanya jumlah gaji yang digunakan oleh orang Indonesia untuk belanja sebenarnya berkurang (Nugroho, 2023).

Riset Dailysocial bertajuk *Fintech Report 2021: The Convergence of (Digital) Financial Services* menunjukkan, Spaylater atau dikenal Shopee Paylater memimpin. Rincian datanya dapat dilihat pada Gambar 1.4 di bawah ini:



Sumber: Survei Katadata Insight Center (KIC) dan Zigi (2023)

Gambar 1.2. TOP paylater

Persentase jumlah penggunaanya 78,4% dari total responden 509. Disusul oleh GoPaylater (33,8%), Kredivo (23,2%), Akulaku (20,4%), Traveloka Paylater (8,6%), Indodana (3,3%), Home Credit (2,8%), dan lainnya (0,4%). Shopee Paylater juga menjadi platform yang paling dikenal.

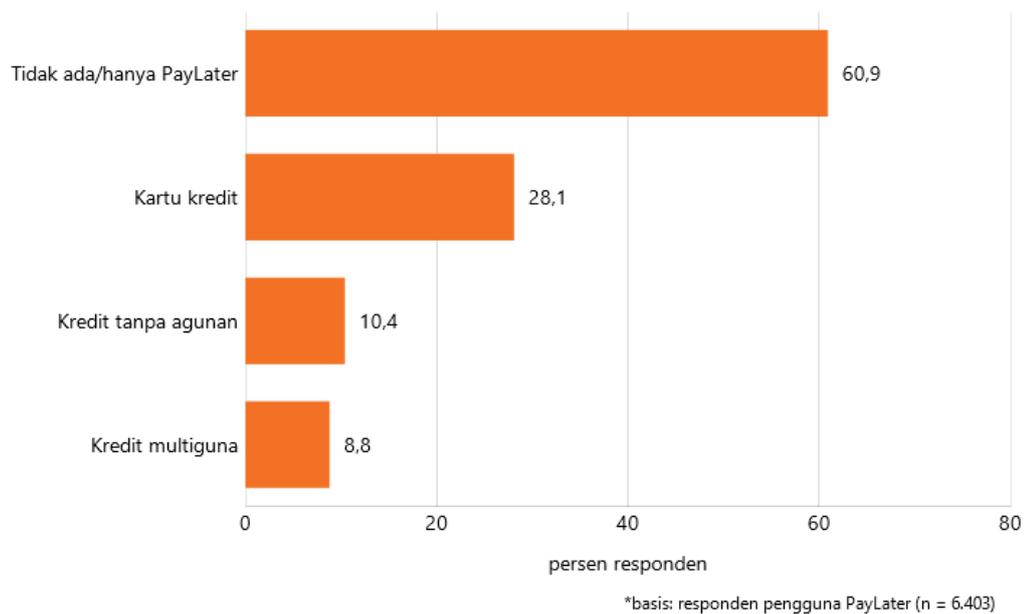


Sumber: Survei Katadata Insight Center (KIC) dan Zigi (2023)

Gambar 1.3. Jumlah pengguna, frekuensi penggunaan, dan tingkat kesadaran layanan paylater

Dari Gambar 1.3 Jumlah pengguna, frekuensi penggunaan, dan tingkat kesadaran layanan paylater pada 2021 (Dailysocial). Shopee Paylater memperluas popularitas dalam setahun terakhir berkat promo merchant yang agresif. Platform ini pun melampaui pemain incumbent seperti GoPayLater, Kredivo, Akulaku, dan Traveloka Paylater.

*PayLater* adalah salah satu jenis layanan pembiayaan atau kredit digital untuk konsumen. Dengan layanan ini, konsumen bisa membeli suatu produk, kemudian membayarnya dalam 30 hari atau mencicil selama periode waktu tertentu. Adapun *PayLater* tampaknya menjadi layanan kredit pertama yang digunakan oleh sebagian besar masyarakat Indonesia



Sumber: Survei Katadata Insight Center (2023)

Gambar 1.4 Opsi Layanan Kredit yang Pernah Dipergunakan Responden sebelum Mempergunakan PayLater (Maret 2023)

Gambar 1.4 merepresentasikan survei yang terlaksana secara daring oleh Kredivo dan KIC yang melibatkan 6.403 pengguna PayLater, sesuai yang diperinci dalam laporan kolaboratif bertajuk “Perilaku Konsumen e-Commerce Indonesia 2023: Pemulihan Ekonomi dan Tren Belanja Pascapandemi” oleh Kredivo dan Katadata Insight Center (KIC). Jajak pendapat tersebut mendapati bila lebih dari separuh, yakni 60,9%, responden belum pernah menggunakan layanan kredit apa pun selain PayLater. Kategori ini sebagian besar terdiri dari individu dengan status sosial ekonomi (SES) C, yang pengeluaran bulannya bervariasi antara Rp2 juta hingga Rp4 juta.

*Paylater* membantu mereka yang tidak dapat mengakses barang-barang keuangan tradisional dalam memaksimalkan pemahaman dan kepercayaan diri mereka, khususnya tentang penawaran keuangan digital. Memanfaatkan

*Paylater* memungkinkan mereka yang tidak memiliki akses terhadap barang-barang keuangan untuk membangun sejarah keuangan yang positif, sehingga mempersiapkan mereka untuk memenuhi syarat untuk produk perbankan lainnya, seperti kartu kredit atau hipotek. Sebaliknya, persentase pelanggan PayLater yang pernah mempergunakan kartu kredit hanya sebesar 28,1%. Kategori ini sebagian besar terdiri dari individu dari SES A, yang mengeluarkan biaya bulanan di atas Rp6 juta. Selanjutnya, 10,4% responden memperoleh layanan kredit tanpa jaminan dari bank, sementara 8,8% memperoleh kredit multiguna dari bank sebelum mempergunakan *paylater*.

Penelitian di Yogyakarta mendapati bila prevalensi generasi muda yang memanfaatkan layanan keuangan digital disebabkan oleh kurangnya pengetahuan keuangan, pendapatan yang buruk, peraturan mandiri yang tidak memadai, dan keinginan untuk gaya hidup mewah (Waliyuddin, 2023). Meskipun demikian, studi yang terlaksana pada tahun 2023 oleh University of Newcastle mengenai kesulitan serupa yang menimpa generasi muda Australia menyajikan sudut pandang lain (Waliyuddin, 2023). Tim peneliti menyimpulkan bila perilaku berhutang tidak hanya disebabkan oleh individu muda dan bukan hanya fenomena yang terisolasi; sebaliknya, hal ini dipengaruhi oleh dominasi politik dan ekonomi industri besar, kapitalisme, dan ketidakpedulian pemerintah terhadap masalah keamanan generasi muda (Waliyuddin, 2023). Anggapan ini didasarkan pada pengamatan bila konsumen utama layanan *paylater* ialah individu dari kelompok kurang mampu secara ekonomi (Waliyuddin, 2023). Orang-orang yang berada dalam kondisi ekonomi yang sulit menghadapi tekanan yang semakin besar dari kewajiban

keuangan. Aksesibilitas utang dan kurangnya kendali atau peraturan pemerintah memperburuk masalah ini. Permasalahan ini tidak terlepas dari kesenjangan ekonomi, kesenjangan sosial, dan kualitas hidup yang di bawah standar(Waliyuddin, 2023).

Demikian pula dengan penelitian yang dilakukan Juliyah *et al.*, (2024); Sulistiyawati dan Widayani (2020) mendapati bila pengguna bayar belakangan terbagi menjadi pelajar, wirausaha, pegawai negeri, pegawai swasta, dan ibu rumah tangga.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih untuk mengambil sampel dari ASN dan Karyawan/wiraswasta, karena kebanyakan bank cenderung menawarkan kartu kredit kepada pegawai yang mempunyai penghasilan tetap. Pendekatan ini pun didukung oleh fakta bahwa persentase penduduk yang bekerja sebagai ASN dan pegawai/wiraswasta lebih besar daripada pekerjaan lainnya (Novitasari, 2023) menyatakan bahwa perilaku berhutang tidak hanya terbatas pada individu yang tidak memiliki pendapatan tetap, tetapi juga bisa dilakukan oleh individu yang memiliki pendapatan tetap. Dengan demikian, perilaku berhutang bukan sekadar terkait dengan status ekonomi rendah, melainkan bisa terjadi pada individu dengan status ekonomi yang lebih tinggi. Kondisi ini tampak melalui data yang didapat sebagai berikut :

**Jumlah Penyaluran Pinjaman Online (Rp Triliun)**

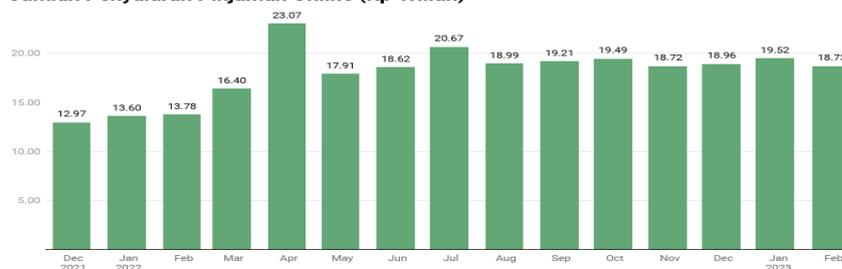


Chart: Aulia Mutiara Hattia Putri • Source: OJK • Created with Datawrapper

Sumber: OJK (2023)

Gambar 1.5 Jumlah Penyaluran Pinjaman Online

Alasan utama mengapa banyak individu, secara khusus pekerja kerah biru, rentan terhadap pinjaman ilegal, yaitu kemudahan dalam memenuhi persyaratan untuk mendapatkan pinjaman tunai, terutama pada saat keadaan darurat. Banyak peminjam, yaitu pekerja dan buruh, yang terjebak utang karena adanya tekanan untuk memenuhi kebutuhan yang mendesak. Kurangnya informasi mengenai bahaya pinjaman *online* ilegal, ditambah dengan faktor ini, memudahkan mereka terjebak dalam siklus utang, sehingga upah mereka tidak cukup untuk menutupi pengeluaran di luar pembayaran utang (Putri, 2023). Dahulu, tuntutan tersebut dapat dipenuhi dengan meminjam dana dari teman atau saudara, maupun dari rentenir. Selain itu, dampak yang paling signifikan terjadi pada individu yang mengalami keterbatasan akses terhadap layanan keuangan konvensional. Prevalensi pinjaman *online* (pinjol) ilegal masih signifikan di Indonesia, meskipun pemerintah sudah melakukan blokade efektif terhadap 3.631 pinjaman tersebut.

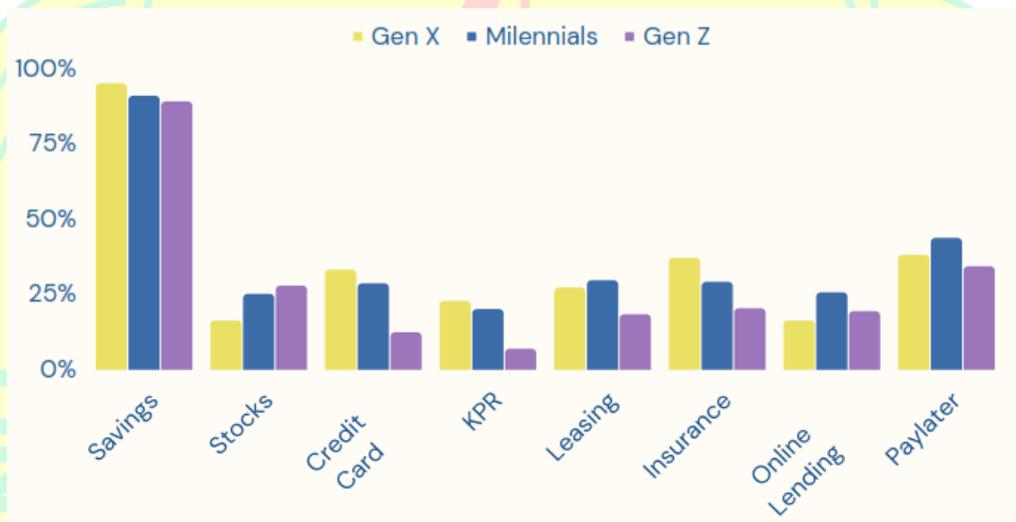
Peristiwa banyaknya aparatur sipil negara atau pegawai negeri sipil dengan gaji tinggi pun cenderung rentan mempunyai banyak pinjaman atau utang. Perihal yang memicu tindakan tersebut adalah rutinitas gaji. Aparatur sipil negara memiliki keberanian meminjam (utang) dikarenakan adanya jaminan gaji cair pada akhir bulan, alasan stabilitas pendapatan yang mana keadaan ini pun diberlakukan bagi mayoritas masyarakat Indonesia (Liputan6.com, 2023).

Ada tiga faktor yang berkontribusi terhadap banyaknya utang pegawai pemerintah. Gaya hidup menjadi tidak terkendali, menyebabkan pejabat publik menggadaikan surat keputusan mereka kepada organisasi keuangan untuk memenuhi pengeluaran bulanan yang berlebihan. Kedua, pengelolaan keuangan yang tidak memadai oleh aparat publik tertentu. Ihwal ini disebabkan adanya persepsi bahwasanya kredit konsumsi bersifat konvensional dan sudah berkembang dimana-mana. Namun demikian, kredit konsumen selalu memerlukan kenaikan suku bunga dan tidak dapat diandalkan untuk meningkatkan pendapatan dalam jangka panjang. Yang terakhir, bank memberikan promosi kredit yang ekstensif kepada pegawai publik setelah mereka diangkat baru-baru ini. Ia menegaskan bahwa bank memanfaatkan situasi ini, karena pejabat pemerintah dianggap sebagai debitur dengan risiko gagal bayar yang rendah, karena adanya surat keputusan yang menjamin pembayaran kembali kepada bank (Putra, 2023)

Selain itu, kajian Direktorat Jenderal Pengelolaan Pembiayaan dan Risiko (DJPPR) Kementerian Keuangan mendapati bila kepemilikan Surat Berharga Negara (SBN) ritel didominasi oleh generasi milenial dan generasi Z. Tahun ini, pengadaan dana melalui penerbitan SBN ritel mencapai Rp64,93 triliun atau mewakili 53% dari keseluruhan target Rp140-160 triliun yang mayoritas disumbang oleh generasi milenial dan Gen Z. Per April 2024, investor milenial mencapai 51%. Gen Z berjumlah sekitar 2,3%, sehingga total gabungan generasi milenial antara 53% dan 54%. Jika dianalisis berdasarkan gender, proporsi terbesarnya ialah perempuan, dengan tiga pekerjaan terbesar adalah wiraswasta, pekerja sektor swasta, dan ibu rumah tangga. Pekerjaan

terbesar adalah wiraswasta, diikuti oleh pekerjaan swasta, dan ibu rumah tangga berada di peringkat ketiga. Perihal ini menempatkan ibu rumah tangga di antara tiga investor teratas, yang menyoroiti pengaruh signifikan dari para ibu-ibu (Rachman, 2024)

Berdasar data yang diperoleh dari Jakpat Survey Report (2023) memperlihatkan Penyaluran Produk Keuangan Generasi X, yaitu:



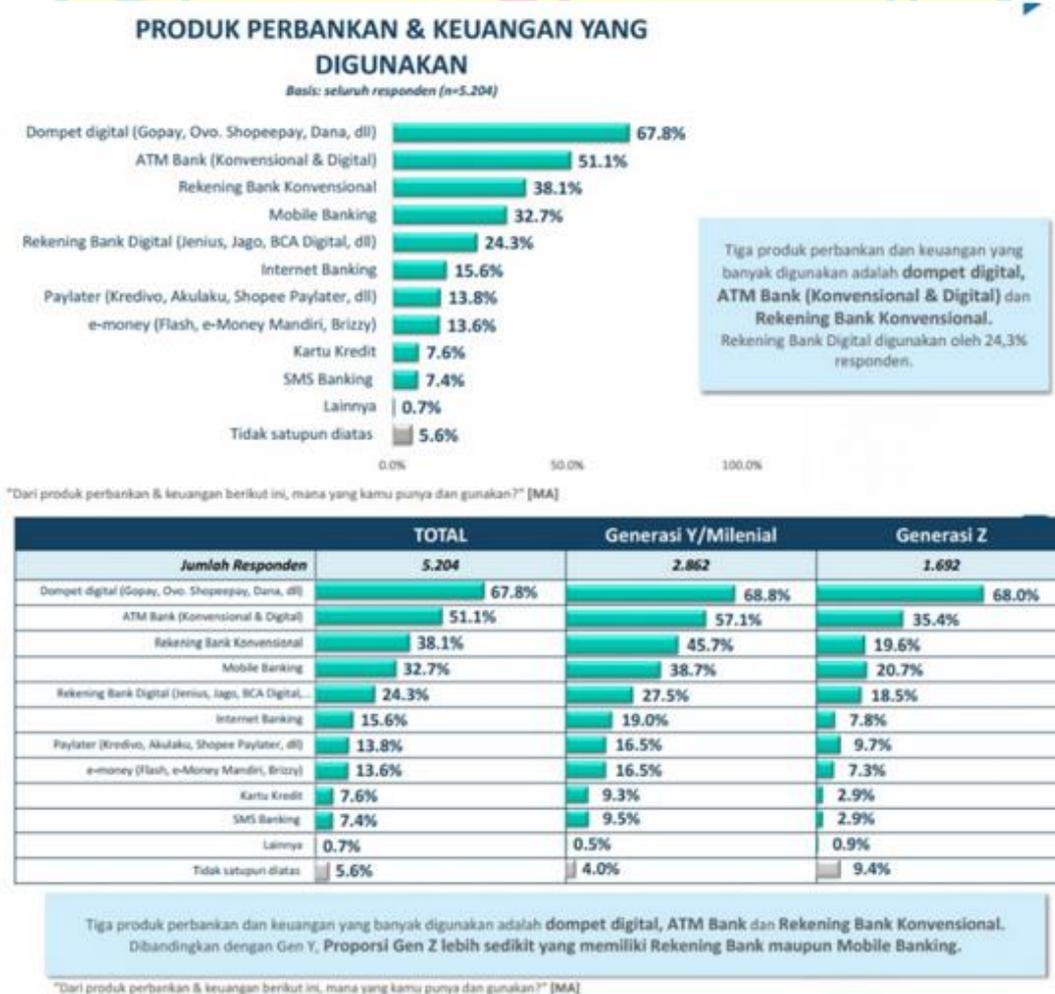
Sumber: Jakpat Survey Report 2023

Gambar 1.2. Penyaluran Produk Keuangan Lintas Generasi

Gambar 1.2. memperlihatkan mayoritas (lebih dari 90%) memiliki tabungan, dan mengejutkan lagi digunakan untuk membayar *Pay later*<sup>#2</sup>, *Pay later* merupakan produk yang paling banyak digunakan secara umum (Jakpat Survey Report, 2023). Dengan menggunakan *pay later*, para pengguna bisa melakukan pembelian terhadap produk yang mereka inginkan dan membayar tagihannya nanti. Hanya saja, apabila pembayaran cicilan tidak tepat waktu, konsekuensinya ialah adanya biaya tambahan atau denda sesuai kebijakan penyedia layanan, sehingga *pay later* membawa risiko peningkatan jumlah utang bagi konsumen (Alhakim *et al.*, 2023). Konsep *pay later* sedikit mirip

dengan kartu kredit karena ada batasan belanja, namun jaminan pembayaran *pay later* lebih rendah dibanding kartu kredit biasanya disediakan di beberapa platform seperti *e-commerce*, *marketplace*, dan transportasi *online* (Iswariyadi *et al.*, 2023).

Data tentang pengguna *Pay Later* berdasarkan survei dari Kata data Insight Center (2022) yang terlihat pada gambar 1.3. berikut :



Sumber: Survei Katadata Insight Center (KIC) dan Zigi (2023)

Gambar 1.3. Gen Z dan Milenial Pakai Paylater

Seperti terlihat pada Gambar 1.3, opsi pembayaran beli sekarang, bayar nanti semakin digemari oleh Generasi Z dan generasi milenial. Barang yang

diperoleh antara lain pakaian jadi, pulsa, dan alat elektronik. Jajak pendapat terhadap 5.204 responden menunjukkan bahwa dompet digital, termasuk GoPay, OVO, ShopeePay, DANA, dan LinkAja, merupakan metode pembayaran pilihan, menyumbang 67,8% tanggapan. Selanjutnya, ATM bank menyumbang 51,1%, sedangkan rekening bank tradisional menyumbang 38,1%. “24,3% responden mempergunakan rekening bank digital. Peserta survei tersebar di 34 provinsi. Survei dilakukan pada tanggal 6 September hingga 12 September 2021. Responden terbanyak berasal dari Generasi Z dan Generasi Y. Sebanyak 55% berasal dari Generasi Y, 32,5% dari Generasi Z, 12% dari Generasi X, dan 0,5% dari Baby Boomer. Generasi Z mencakup mereka yang lahir antara tahun 1995 dan 2010. Generasi Y, pun dikenal pula sebagai generasi milenial, terlahir antara tahun 1980 dan 1995. Penelitian menunjukkan bahwa 13,8% responden pernah menggunakan opsi kredit dan bayar belakangan. Secara spesifik, 16,5% generasi milenial telah memanfaatkan layanan ini. Sebaliknya, Generasi Z hanya berjumlah 9,7%. Hingga 49% generasi milenial menggunakan pulsa atau paket pembayaran untuk membeli ponsel. Selanjutnya, fesyen menyumbang 46,4%, kredit 42,6%, dan elektronik 44%. Pada saat yang sama, mayoritas (61%) Generasi Z mempergunakan opsi kredit atau bayar nanti untuk membeli barang-barang bergaya. Selain itu, keuangan (56,6%), perangkat keras, dan elektronik.

Pernyataan Fitch *et al.* (2007) memperingatkan bila kian banyak masyarakat cenderung memilih peminjaman instan atau berutang untuk pembelian, yang memperlihatkan kecenderungan meningkatnya preferensi terhadap kemudahan aplikasi dan biaya pinjaman yang lebih terjangkau

dibandingkan dengan kartu kredit (Rosadi & Andriani, 2023). Alasan seseorang memutuskan untuk berutang dengan dua tujuan, yaitu produktif dan konsumtif; utang produktif untuk membeli barang dengan nilai yang cenderung naik, memberikan manfaat finansial dengan potensi peningkatan penghasilan, sedangkan utang konsumtif untuk membeli barang yang dikonsumsi, yang nilainya cenderung menurun seiring waktu, tidak memberi manfaat finansial dan berpotensi membuat seseorang terlilit utang (Sa'adah & Utami, 2020).

Stigma terhadap utang/pinjaman dengan nominal berlebihan bisa mempengaruhi peningkatan tunggakan utang, merusak dukungan dari masyarakat, berkurangnya rasa percaya kepada pengutang, serta merusak jaringan sosial (Schicks, 2014). Utang berlebihan juga berdampak pada berkurangnya inklusi sosial karena beban pinjaman mengakibatkan penurunan konsumsi yang penting dalam kegiatan sosial (Gujarati & Porter, 2012). Pemakaian utang berlebih menimbulkan akibat buruk dari masyarakat, misalnya peningkatan tingkat kemiskinan, penurunan kohesi sosial, kehilangan rasa percaya terhadap industri sektor keuangan, penurunan penawaran pinjaman, serta berkurangnya rasa percaya kepada peminjam yang terpercaya (Schicks, 2014).

Drentea dan Lavrakas (2000) menyatakan bahwa perilaku berutang dapat menghasilkan beberapa dampak, termasuk mengucilkan seseorang dan antar anggota masyarakat terjadi ketengangan, terutama seseorang yang berutang. Meltzer *et al.* (2011) akibat dari berutang dan tidak mampu membayarkan tanggung jawab tersebut dapat memicu tindakan untuk bunuh diri karena individu tersebut merasa tidak puas dan tidak berharga. Terdapat

tekanan sosial terhadap seseorang yang berutang sebab mereka merasa malu dan rendah diri terhadap kegagalan dalam membayarkan utangnya. Studi milik Fitch *et al.* (2007) menyampaikan bila individu yang berutang berpotensi mengalami permasalahan kesehatan mental lebih sering daripada mereka yang tidak mempunyai utang. Tingkat pinjaman yang tinggi guna memenuhi kebutuhan konsumsi yang berlebihan dan ketidakmampuan untuk membayarkannya bisa menyebabkan risiko psikologis negatif, termasuk stres maupun depresi. Temuan serupa dilaporkan oleh Reading dan Reynolds (2001) memperlihatkan bila utang merupakan faktor pemicu yang kuat untuk memunculkan depresi dalam keluarga Amerika.

Dengan mempertimbangkan kondisi tersebut, menjadi penting guna mengenali maupun mengerti faktor yang mempengaruhi pilihan untuk berutang pada diri seseorang. Kajian ini membahas faktor yang menentukan *Propensity to Indebtedness*, Salah satu faktor utama yang diduga mempengaruhi orang berutang adalah adanya *behaviour biases*, Menurut penulis bias perilaku keuangan yang diduga paling berpengaruh adalah *overconfidence*, *regret aversion* dan *herding*, selain bias perilaku yang berpengaruh kepada *Propensity to Indebtedness* adalah *emotions*, *culture* dan *materialism* diduga dimoderasi oleh *religiusitas*, *Financial Literacy* dan *Job Security*.

Sesuai pemaparan Lusardi dan Tufano (2015), perilaku berutang terpengaruh tingkat pengetahuan perihal uang. Pengetahuan keuangan itu bisa mempengaruhi keputusan menggunakan produk keuangan yang optimal. Kurangnya pengetahuan terkait produk finansial pada diri seseorang dapat mengakibatkan kerugian ekonomi dan peningkatan pengeluaran konsumtif

(Henchoz *et al.*, 2019). Selain itu, faktor yang mempengaruhi perilaku berutang berasal dari keinginan yang berlebihan, yang mendorong mereka untuk melakukan pembelian impulsif di pusat perbelanjaan (Atmadja & Atmadja, 2006).

Faktor yang mempengaruhi perilaku berutang seseorang mencakup literasi keuangan, emosi, persepsi risiko, materialisme, budaya, religiusitas, dan kecenderungan berutang. Memperlihatkan literasi keuangan, emosi, dan persepsi risiko mempengaruhi positif signifikan terhadap kecenderungan berutang, sedangkan materialisme mempengaruhi negatif tidak signifikan terhadap kecenderungan berutang (Haikal *et al.*, 2023). Hasil penelitian Rosadi dan Andriani (2023) mendapati bila faktor yang mempengaruhi perilaku berutang meliputi faktor internal (siklus kehidupan, kondisi finansial ekonomi, lingkungan, dan kepribadian), budaya, dan psikologis (motivasi, persepsi, pembelajaran maupun sikap).

Beberapa peneliti telah mempelajari hubungan antara perilaku keuangan, utang, dan variabel sosiodemografi (Oliveira, 2020). Hogarth *et al.* (2003) menunjukkan bahwa peningkatan pengetahuan meningkatkan perilaku terkait keuangan pribadi. Disney dan Gathergood, (2011) menyimpulkan bahwa keluarga yang kurang paham keuangan cenderung mengasumsikan tingkat utang yang lebih tinggi. Temuan menunjukkan bahwa: a) faktor perilaku memiliki efek paling kuat pada kecenderungan berutang; b) tingkat utang dipengaruhi oleh variabel sosiodemografis (jenis kelamin, ras, status pernikahan, pekerjaan, dan pendapatan); c) tingkat persepsi risiko, materialisme, dan kecenderungan untuk berutang sama untuk kelompok yang berutang dan

yang tidak berutang; d) tingkat perilaku keuangan dan rasionalitas berbeda antara kelompok yang berutang dan yang tidak berutang (Oliveira, 2020).

Beberapa pakar mendapati bila emosi berperan vital dalam proses psikologis, misalnya pembelajaran, penguatan maupun pengambilan keputusan. Emosi bukan sekadar membentuk preferensi, melainkan memiliki kekuatan dalam memberi pengaruh terhadap pengambilan keputusan (Umaya & Faturochman, 2015). Beberapa orang dapat mengambil keputusan yang berbeda dalam situasi pengambilan keputusan yang sama, bergantung sudut pandang maupun pemahaman mereka perihal risiko atau konsekuensinya (Rahman *et al.*, 2021). Persepsi terhadap risiko berperan krusial dalam perilaku manusia, terkhusus mengenai penentuan keputusan dalam situasi yang penuh ketidakpastian. Seseorang terkesan menganggap kondisi berisiko bila ia menderita kerugian karena kesalahan dalam mengambil keputusan, terkhusus bila kerugian itu mempengaruhi keuangan (Cho & Lee, 2006).

Budaya bukan sekadar mencakup aspek-abstrak seperti nilai-nilai, pemikiran, dan identitas, tetapi juga dapat berwujud dalam objek materi maupun jasa yang digunakan oleh kelompok masyarakat tertentu (Andespa, 2017; Aikawa, 1990; Hitokoto, 2016) melalui studinya memperjelas bila situasi bantuan antar pribadi dapat memicu perasaan berutang. Atas dasar itulah, pemahaman perihal utang bisa mencakup lebih luas dengan mempertimbangkan kondisi ketika bantuan yang didapat bukan sekadar menukar hadiah, tetapi juga memicu keinginan untuk mengembalikan bantuan itu (Aikawa, 1990). Budaya nasional turut berpengaruh pada perilaku seseorang mengenai utang dan hipotek (Guiso *et al.*, 2013).

Santos dan Fernandes (2011) mencermati bila individu dengan materialisme berlebihan menginginkan pengakuan dari lingkungan mereka. Beberapa peneliti turut menghubungkan materialisme dengan konflik psikologis maupun orientasi seseorang terhadap moral dan etika. Materialisme mencakup kepribadian, nilai maupun aspirasi individu yang mementingkan peran penting benda maupun kekayaan (Belk, 1985). Bagian dari sifat kepribadian, materialistik pada diri seseorang tercermin dalam sikap kikir maupun posesif terhadap barang pribadi, dan perasaan iri terhadap barang milik orang lain yang dianggap lebih baik (Belk, 1985).

Sesuai pemaparan Byrne (2007), rendahnya tingkat literasi keuangan mengakibatkan pengambilan keputusan terkait finansial menjadi kurang efektif sehingga mengakibatkan bias dalam mencapai kemakmuran (sejahtera) ketika memasuki masa pensiun. Literasi keuangan mencakup pengetahuan dan kesadaran seseorang perihal lembaga keuangan formal, produk maupun layanan keuangan (Brookes & Harvey, 2017).

Studi di beberapa negara di dunia memperlihatkan bila mayoritas penduduk dunia mengalami tingkat buta huruf terkait finansial yang signifikan, maka langkah-langkah menangani permasalahan ini bersifat genting (Messy & Monticone, 2016). Pemerintah negara maju ataupun berkembang memiliki kepedulian terhadap literasi keuangan, mengingat kondisi perekonomian dan finansial cenderung kompleks, dan menyadari bila minimnya pengetahuan terkait finansial merupakan faktor kritis terkait dampak negatif yang signifikan (Geraldi *et al.*, 2011).

Literasi keuangan mengimplikasikan kapabilitas guna memahami dan mengevaluasi opsi pembiayaan, menyiapkan masa depan, serta bereaksi secara memadai terhadap berbagai situasi, selain itu memberikan pengalaman sukses individu untuk terlibat dalam aktivitas ekonomi melalui peningkatan tabungan, keputusan pembelian yang tepat, investasi yang benar, pengelolaan lahan, penerapan keamanan, penanganan utang, serta meningkatkan kesejahteraan keuangan secara keseluruhan (Rahman *et al.*, 2021).

Moraru (2012) mencermati bila anak muda religius, secara konsisten memanjatkan doa dan memandang agama sebagai sesuatu yang bersifat integral dari kehidupan, cenderung menghindari utang daripada mereka yang tidak atau jauh dari kata religius. Sebagai contoh, dalam Islam, sesuai Othman dan Sipon, (2014) penggunaan utang amat tidak disarankan. Religiusitas esensial dan mampu mempengaruhi aspek kognitif (materialisme, pengindaran risiko maupun kepuasan hidup) secara substansial sehingga mempengaruhi perilaku konsumsi (*impulsive buying*) (Hazmi, 2023).

Penelitian terdahulu memperlihatkan banyak faktor yang mempengaruhi *Propensity to Indebtedness*

Tabel 1.1  
Research Gap Penelitian Sebelumnya

No	Hubungan Variabel	Penelitian Terdahulu	
		Berpengaruh	Tidak Mempengaruhi
1	Pengaruh <i>Financial Behaviour Biases</i> terhadap <i>Propensity to Indebtedness</i>	Oliveira (2020); Mahmood <i>et al.</i> (2024); Farrenlie & Pamungkas (2024); Hamid (2025)	Azma <i>et al.</i> (2019); Kamalatsyah & Lutfi (2024); Simaremare & Prima, 2020); Niswah Maghfira <i>et al.</i> (2024)
2	Pengaruh <i>emotion</i> terhadap <i>Propensity to Indebtedness</i>	Azma <i>et al.</i> (2019); Flores & Vieira, (2014); Selvaraja &	Patulak <i>et al.</i> , (2021); Naefs & Iramani (2024);

No	Hubungan Variabel	Penelitian Terdahulu	
		Berpengaruh	Tidak Mempengaruhi
		Abdullah (2019); Oliveira (2020); Haikal <i>et al.</i> (2023); Rahman <i>et al.</i> (2020a); Widjaja & Pertiwi (2021); Hamid (2025); Henchoz <i>et al.</i> (2019)	Renanita & Hidayat (2013)
3	Pengaruh <i>culture</i> terhadap <i>Propensity to Indebtedness</i>	Haikal <i>et al.</i> (2023); Isyani <i>et al.</i> (2024); Datta <i>et al.</i> (2024); Aspide <i>et al.</i> (2023)	Renanita & Hidayat (2013); Udiarti <i>et al.</i> (2022); (Aryani, 2019)
4	Pengaruh <i>materialism</i> terhadap <i>Propensity to Indebtedness</i>	Patulak <i>et al.</i> (2021); Azma <i>et al.</i> (2019); Flores & Vieira (2014); Iswariyadi <i>et al.</i> (2023); Rahman <i>et al.</i> (2020); Yusbardini & Andnani (2023); Widjaja & Pertiwi (2021).	Haikal <i>et al.</i> (2023); Siyal <i>et al.</i> (2024); Zulkarnaen & Ananda (2023)
5	Pengaruh <i>financial literacy</i> memoderasi <i>Financial Behaviour Biases</i> terhadap <i>Propensity to Indebtedness</i>	Natasya <i>et al.</i> (2022); Yusbardini & Andnani (2023); Doosti & Karampour (2017); Ranaweera & Kawshala (2022); Indratirta <i>et al.</i> (2023); Handijaya & Wiryakusuma (2023)	Patulak <i>et al.</i> (2021); Wijayanti <i>et al.</i> (2024); Rasool & Ullah (2020)
6	Pengaruh <i>Job Security</i> memoderasi <i>Financial Behaviour Biases</i> terhadap <i>Propensity to Indebtedness</i>	Blázquez <i>et al.</i> (2021); Satrida & Lutfi (2024)	Flores & Vieira (2014); Bustamam <i>et al.</i> (2024)
7	Pengaruh <i>Religiuitas emotion</i> memoderasi terhadap <i>Propensity to Indebtedness</i>	Haikal <i>et al.</i> (2023); Yeniaras (2016); Susilowati & Lutfi (2024); Vieira <i>et al.</i> (2023)	Patulak <i>et al.</i> (2021)
8	Pengaruh <i>Religiuitas materialism</i> memoderasi	Sabri <i>et al.</i> , (2020); Hazmi (2023);	Apriliani, (2019); Marheni & Lili (2020); Faiz &

No	Hubungan Variabel	Penelitian Terdahulu	
		Berpengaruh	Tidak Mempengaruhi
	terhadap <i>Propensity to Indebtedness</i>		Firmansyah (2024); Illahi & Harfandi (2022)

Berdasar latar belakang dan beberapa penelitian terdahulu (Tabel 1.1), penulis akan meneliti secara terperinci perihal faktor yang mempengaruhi *Propensity to Indebtedness*. Oliveira (2020) memperlihatkan bila *Financial Behaviour Biases* mempengaruhi kecenderungan berutang. Berbagai penelitian (Patulak *et al.* 2021; Azma *et al.* 2019; Flores & Vieira, 2014; Selvaraja & Abdullah, 2019; Oliveira, 2020; Haikal *et al.* 2023; Rahman *et al.* 2020) memperlihatkan jika *emotion* mempengaruhi kecenderungan berutang. Haikal *et al.* (2023) mendapati jika *culture* berpengaruh terhadap kecenderungan berutang. Beberapa penelitian (Patulak *et al.* 2021; Azma *et al.* 2019; Flores & Vieira, 2014; Iswariyadi *et al.* 2023; Rahman *et al.* 2020) menunjukkan bahwa *materialism* memiliki pengaruh terhadap kecenderungan berutang. Haikal *et al.* (2023) menyampaikan jika *religiusitas* memoderasi pengaruh *emotion* terhadap kecenderungan berutang. Penelitian ini juga menggunakan variabel moderasi, yakni *Financial Literacy* (literasi keuangan), *Job Security* (keamanan pekerjaan), dan *religiusitas* (agama).

Hubungan *Financial Behaviour Biases* dengan *Propensity to Indebtedness*: faktor yang berpotensi dalam mendeskripsikan perilaku ini, yaitu kenyataan jika pengguna kartu kredit cenderung hanya mengevaluasi apakah jumlah pembayaran cicilan cocok dengan anggaran mereka, tanpa menyadari biaya kredit pada akhir periode (Oliveira, 2020).

Hubungan *emotion* dengan *Propensity to Indebtedness* diungkapkan jika emosi merujuk pada perasaan, pikiran, kondisi biologis maupun psikologis yang khas, serta kecenderungan bertindak; kian tingginya tingkat emosional, seseorang cenderung memperlihatkan sikap negatif dengan utang dan terkesan menghindar dsari risiko dalam mengambil keputusan berutang (Patulak *et al.*, 2021). Emosi memiliki hubungan signifikan dengan kecenderungan terhadap utang karena tingkat emosi seseorang dapat mempengaruhi perilaku keuangan, termasuk keputusan untuk berutang, dengan individu yang cenderung menanggapi situasi keuangan mereka dengan emosi yang kuat mungkin lebih rentan terhadap utang dalam upaya untuk mengatasi stres atau memenuhi keinginan (Rahman *et al.*, 2020a). Orang dengan emosi positif cenderung berisiko dibanding seseorang dengan risiko negatif. Emosi berpengaruh pada perilaku individu, misalnya perilaku konsumsi, pengambilan risiko, dan pengambilan keputusan (Azma *et al.*, 2019).

Hubungan *culture* dengan *Propensity to Indebtedness* dapat dipengaruhi oleh norma, nilai, dan praktik keuangan yang berkembang dalam suatu budaya, mempengaruhi perilaku individu terkait pengelolaan keuangan dan kecenderungan untuk berutang (Haikal *et al.*, 2023). Budaya Amerika Latin adalah nilai budaya kolektivis dan berpusat pada keluarga, yang dikenal sebagai kekerabatan, dan menjadi kekuatan utama di balik perilaku meminjam seseorang (R. Villarreal & Peterson, 2009). Banyak orang Amerika Latin memiliki ikatan keluarga yang kuat dan hubungan multigenerasi yang berakibat pada, masalah keuangan sering dianggap sebagai urusan keluarga yang

dipengaruhi dan didukung oleh orang tua, kakek nenek, dan kerabat (Shrum *et al.*, 2014).

Hubungan *materialism* dengan *Propensity to Indebtedness* mencerminkan tingkat kecenderungan individu untuk memprioritaskan kepemilikan barang dan pengalaman konsumtif yang mungkin mengarah pada perilaku pengelolaan keuangan yang lebih riskan dan cenderung untuk berutang demi memenuhi keinginan materi (Iswariyadi *et al.*, 2023). Seseorang dengan materialisme yang tinggi pun mempunyai permasalahan terkait pembelian impulsif sebab penerapan manajemen keuangannya tidak cukup baik (Azma *et al.*, 2019).

Hubungan *fnancial literacy* dengan *Propensity to Indebtedness* dapat dikatakan keputusan seseorang mengenai permasalahan finansial sehingga perlu memahami dengan baik terkait keuangan, yang dikenal sebagai literasi keuangan; makin baik literasi keuangan, makin sejahtera kehidupannya, dan keberadaan literasi keuangan yang tinggi dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi dalam masyarakat, mengingat literasi keuangan kini didokumentasikan secara global merupakan komponen krusial dari stabilitas ekonomi dan finansial, serta dapat membantu dalam mengelola sumber daya keuangan secara efektif (Natasya *et al.*, 2022). Melalui literasi keuangan yang layak, kemampuan merencanakan maupun mengelola keuangan bisa ditingkatkan. Individu dapat mengendalikan keuangan mereka dalam kehidupan, bukan sebaliknya, di mana kehidupan mereka dikendalikan oleh uang (Brookes & Harvey, 2017).

Hubungan *Job Security* dengan *Propensity to Indebtedness* dalam penelitian (Blázquez *et al.*, 2021) mengungkapkan Survei Rumah Tangga Keuangan Spanyol untuk tahun 2011-2014, efek negatif ketidakamanan kerja terhadap kesehatan yang dinilai sendiri diperparah jika individu terlalu berutang, terutama dengan utang *nonmortgage* yang menimbulkan kerugian kesehatan yang lebih besar daripada utang *mortgage*, menjadi terlalu berutang dengan utang non-mortgage dapat meningkatkan dampak negatif ketidakamanan kerja sebanyak tiga kali lipat.

Hubungan *Religiusitas* dengan *Propensity to Indebtedness* dijelaskan penelitian (Sabri *et al.*, 2020) di Malaysia, terutama dalam komunitas Islam, banyak yang menggantungkan pada utang guna mencukupi segala kebutuhan gaya hidupnya, misal pembelian kendaraan, berinvestasi, dan sebagainya.

Faktor yang melatarbelakangi seseorang dengan pendapatan tinggi terjerat oleh utang, yaitu akibat dorongan kuat untuk memenuhi keinginan atau sekadar validasi (di luar kebutuhan utama). Ketidakmampuan menabung atau mengatur keuangan menjadi faktor perilaku yang kerap mempengaruhi anak muda memilih untuk berutang (Rahman *et al.*, 2021). Pendapat tersebut mendasari studi ini, memperlihatkan jika permasalahan utang kemungkinan besar bukan sekadar diakibatkan oleh faktor Konomi, melainkan terpengaruh faktor psikologis (Selvanathan *et al.*, 2016). Peningkatan jumlah peminjam yang terjerat utang sudah memunculkan kesangsian atau buruk sangka di masyarakat. Penting untuk dipertanyakan apakah utang hanya ditentukan oleh faktor finansial semata, atau peluang terbesar pun terpengaruh oleh faktor nonfinansial, misalnya psikologi seseorang (Chetioui *et al.*, 2021).

Peneliti mengasumsikan bila teori dalam studi ini sudah cukup kuat. Oleh karena itu guna mengkonfirmasi teori yang telah tersedia dan menguji variabel dalam studi ini, maka diperlukan alat analisis SEMPLS. Kebaruan studi ini, secara teoretis *religiusitas*, *Financial Literacy* dan *Job Security* digunakan sebagai variabel moderasi. Variabel moderasi berguna supaya bisa memerantari atau memindai kekuatan atau arah korelasi antara variabel bebas (determinan) dan variabel terikat (*Propensity to Indebtedness*). Artinya, variabel moderasi mempengaruhi seberapa kuat atau lemah hubungan antara determinan dan *Propensity to Indebtedness*.

Berdasar uraian di atas, hal yang memunculkan ketertarikan bagi peneliti guna melaksanakan studi, yaitu guna mengetahui beragam pengaruh faktor psikologis yang cenderung memicu seseorang berutang, terutama saat pengambilan keputusan berutang, dengan judul ***Analisis Determinan Propensity to Indebtedness Berdasarkan Behaviour Biasses, Emotions, Culture dan Materialism yang Dimoderasi oleh Religiusitas, Financial Literacy dan Job Security.***

## **1.2 Pembatasan Masalah**

Studi yang dilakukan berfokus pada *Propensity to Indebtedness* yang terjadi pada ASN dan karyawan/wirausaha di seluruh Indonesia. Kontribusi utama yang dikaji pada penelitian ini sebatas pada model *Propensity to Indebtedness* yang sudah tersedia. Studi ini paling tidak bisa mengetahui determinan *Propensity to Indebtedness* berdasar pada *behaviour biasses*, *emotions*, *culture* dan *materialism* yang dimoderasi oleh *Religiusitas*, *Financial*

*Literacy* dan *Job Security*. Penelitian ini melibatkan responden ASN dan karyawan/wirausaha di seluruh Indonesia

### 1.3 Rumusan Permasalahan

Beracuan pada *research gap* pada studi terdahulu, yakni masih ada variabel yang belum peneliti teliti secara mendalam, serta masih ada variabel yang berkontribusi dan memberi hasil substansial terhadap studi terdahulu, maka pertanyaan yang hendak diteliti, antara lain:

1. Apakah *Financial Behaviour Biases* mempengaruhi *Propensity to Indebtedness*?
2. Apakah *emotion* mempengaruhi *Propensity to Indebtedness*?
3. Apakah *culture* mempengaruhi *Propensity to Indebtedness*?
4. Apakah *materialism* mempengaruhi *Propensity to Indebtedness*?
5. Apakah *Financial Literacy* memoderasi pengaruh *Financial Behaviour Biases* terhadap *propensity to indebtrednes*?
6. Apakah *Job Security* memoderasi *Financial Behaviour Biases* dalam mempengaruhi *Propensity to Indebtedness*?
7. Apakah *religiosity* memoderasi *emotion* dalam mempengaruhi *Propensity to Indebtedness*?
8. Apakah *religiosity* memoderasi *materialism* dalam mempengaruhi *Propensity to Indebtedness*?

### 1.4 Tujuan Penelitian

Bertolak pada rumusan permasalahan, secara umum penulisan studi ini bertujuan guna merumuskan kebijakan yang tepat untuk mengurangi

*Propensity to Indebtedness* pada ASN dan karyawan/wirausaha di seluruh Indonesia. Berdasarkan pada pengukuran yang sudah disampaikan. Atas dasar itulah, studi ini terlaksana dengan beberapa tahap, seperti:

1. Mengetahui apakah *Financial Behaviour Biases* mempengaruhi *Propensity to Indebtedness*:
  - a. Mengetahui apakah *Financial Behaviour Biases (overconfidence)* mempengaruhi *Propensity to Indebtedness*.
  - b. Mengetahui apakah *Financial Behaviour Biases (aversion regret)* mempengaruhi *Propensity to Indebtedness*.
  - c. Mengetahui apakah *Financial Behaviour Biases (herding)* mempengaruhi *Propensity to Indebtedness*.
2. Mengetahui apakah *emotion* mempengaruhi *Propensity to Indebtedness*.
3. Mengetahui apakah *culture* mempengaruhi *Propensity to Indebtedness*.
4. Mengetahui apakah *materialism* mempengaruhi *Propensity to Indebtedness*.
5. Menganalisis pengaruh moderasi *Financial Literacy* dalam hubungan *Financial Behaviour Biases* terhadap *Propensity to Indebtedness*.
6. Menganalisis pengaruh moderasi *Job Security* dalam hubungan *Financial Behaviour Biases* terhadap *Propensity to Indebtedness*.
7. Menganalisis pengaruh moderasi religiusitas dalam hubungan *emotion* terhadap *Propensity to Indebtedness*.
8. Menganalisis pengaruh moderasi religiusitas memoderasi *materialism* dalam hubungan *Propensity to Indebtedness*.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Penulisan studi ini bermanfaat bagi:

### 1. Akademis/Literatur terkait *Propensity to Indebtedness*

Penelitian ini memberikan kontribusi baru terhadap pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi *Propensity to Indebtedness* (kecenderungan berutang), meliputi *financial behavior biases*, *emotion*, *culture*, *materialism*, *Financial Literacy*, *Job Security*, dan religiusitas. Hasil penelitian ini dapat menjadi dasar bagi penelitian lanjutan dalam memahami perilaku keuangan dan pengelolaan utang, serta dampaknya terhadap individu dan masyarakat

### 2. Praktis/Manajerial

Penelitian ini dapat menjadi dasar bagi pengembangan program-program edukasi keuangan yang lebih efektif, terutama dalam meningkatkan literasi keuangan dan pemahaman tentang risiko berutang di kalangan masyarakat.

