

Pengaruh Literasi Keuangan dan *Financial Self-Efficacy* terhadap *Risky Credit Behaviour* dalam Penggunaan *PayLater*

Nadya Surya¹⁾ dan Evelyn^{2*)}

^{1,2*)} Finance & Investment, Fakultas Manajemen, Universitas Kristen Petra
Jalan Siwalankerto No. 121-131, Siwalankerto, Kecamatan Wonocolo, Kota Surabaya, Jawa Timur 60236

E-mail: *evelyn@petra.ac.id* ^{2*)}

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap *risky credit behaviour* generasi milenial Indonesia dalam penggunaan fitur *pay later*. Selain itu penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui pengaruh *financial self-efficacy* sebagai variabel mediasi antara literasi keuangan dan *risky credit behaviour*. Populasi penelitian ini adalah generasi milenial Indonesia dan sampel penelitian adalah penduduk yang lahir pada tahun 1990-2000 yang pernah menggunakan fitur *pay later* dalam jangka waktu satu tahun terakhir. Metode analisa data menggunakan analisa *Partial Least Square*. Hasil penelitian menemukan bahwa literasi keuangan subjektif dan literasi keuangan objektif berpengaruh positif signifikan terhadap *Financial self-efficacy*, literasi keuangan objektif dan *financial self-efficacy* berpengaruh signifikan negatif terhadap *risky credit behaviour*, literasi keuangan subjektif tidak berpengaruh signifikan terhadap *risky credit behaviour* dan *financial self-efficacy* memediasi hubungan antara literasi keuangan subjektif, literasi keuangan objektif terhadap *risky credit behaviour*.

Kata kunci: Generasi Milenial; Financial Self-Efficacy; Literasi Keuangan; *Pay later*; *Risky credit behaviour*

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Financial Literacy and Financial self-efficacy on Risky credit behaviour in the usage of pay later feature. In addition, this study also aims to determine the mediating effect of Financial self-efficacy between financial literacy and risky credit behaviour. The population of this study is Indonesia Millennials and the sample of this study is residents born between 1990-2000 who have used pay later in the last 1 year. The data analysis was performed using Partial Least Square method. The results of the study indicate that objective financial literacy and subjective financial literacy have positive and significant effects on Financial self-efficacy, Financial self-efficacy has negatif significant effects on risky credit behaviour, objective financial literacy and subjective financial literacy have negatif significant effects on risky credit behaviour, and Financial self-efficacy mediates the effects of subjective financial literacy and objective financial literacy on risky credit behavior.

Keyword: *Financial Literacy; Financial Self-Efficacy; Millennials; Pay later; Risky credit behaviour*

PENDAHULUAN

Fitur *pay later* telah menjadi salah satu metode pembayaran favorit pengguna platform *e-commerce* (Kredivo, 2021). Jumlah pembayaran digital di *e-commerce* menggunakan fitur *pay later* dari tahun ke tahun mengalami peningkatan yang signifikan. *Pay later* adalah metode pembayaran

yang mirip dengan kartu kredit. Perusahaan aplikasi akan membayarkan terlebih dahulu tagihan pengguna kepada *merchant*, kemudian pengguna membayar tagihannya ke perusahaan aplikasi. Namun, berbeda dengan kartu kredit, untuk mendapatkan kredit *pay later* di berbagai platform hanya membutuhkan upload foto KTP (Kredivo, 2021). Hal ini membuat fitur *pay later* menjadi alternatif yang lebih praktis dan mudah di dapatkan daripada kartu kredit konvensional.

Pengguna *pay later* didominasi oleh generasi milenial (Insider Intelligence, 2020; Kredivo, 2021; Alcazar & Bradford, 2021). Menurut survei yang dilakukan oleh Insider Intelligence pada tahun 2020, 40% dari pengguna fitur *pay later* adalah generasi milenial. Generasi milenial adalah generasi yang lahir pada tahun 1980-2000 (Naumovska, 2017). Generasi milenial tumbuh besar bersama dengan perkembangan teknologi yang pesat. Hal ini membuat generasi milenial terbiasa dengan digitalisasi dalam berbagai aspek kehidupan; termasuk pembayaran. Oleh karena itu, tidak heran jika mayoritas pengguna fitur *pay later* adalah generasi milenial.

Maraknya penggunaan *pay later* membawa banyak dampak baik bagi generasi milenial jika digunakan dengan tepat. Dalam survei Kredivo dan KataData Insight Center, 59% pengguna *pay later* menggunakan metode pembayaran tersebut untuk membeli kebutuhan mendadak/mendesak. Responden juga merasa fitur *pay later* juga bermanfaat untuk mengontrol pengeluaran bulanan dan melakukan pembelian produk-produk di luar kebutuhan bulanan. Penggunaan *pay later* juga sering diikuti dengan promo menarik seperti cashback, diskon, dan gratis ongkir. Hasil survei Kredivo (2021) menyatakan bahwa 32% pengguna menggunakan *pay later* untuk mendapatkan berbagai promo sehingga *pay later* dapat membantu pengguna untuk menghemat pengeluaran.

Namun, penggunaan *pay later* yang tidak tepat dan bijak dapat membawa dampak buruk. Salah satunya adalah meningkatnya *risky credit behaviour*. *Risky credit behaviour* didefinisikan sebagai penggunaan kredit konsumen yang berpotensi merusak kesejahteraan finansial di masa depan seseorang (Xiao et al. 2011). Menurut Lyons (2008), *risky credit behaviour* dapat didefinisikan sebagai mengakumulasi jumlah utang yang besar dengan tingkat bunga yang tinggi hingga menyebabkan utang beban yang tidak dapat dikelola. Contoh dari *risky credit behaviour* adalah menunda pembayaran tagihan kredit, memaksimalkan batas kredit, melakukan pembayaran tagihan kredit dengan tidak penuh (Lyons,2008). Menurut Limbu (2017), dan Liu & Zhang (2021) terdapat dua dimensi dalam *risky credit behaviour* yaitu *risky borrowing* dan *risky paying behaviour*. Kedua dimensi ini mewakili beberapa tindakan berbeda dalam penggunaan kredit yang berisiko. *Risky paying behaviour* mengacu pada perilaku pembayaran tagihan kredit yang dapat menyebabkan denda atau sanksi. *Risky borrowing behaviour* mengacu pada perilaku penggunaan kredit yang dapat meningkatkan resiko gagal bayar atau default.

Risky credit behaviour bersifat merugikan bagi debitur. Bagi pengguna *pay later*,

keterlambatan dalam membayar cicilan atau melunasi pinjaman akan menyebabkan denda. Denda ini dapat menumpuk seiring berjalannya waktu, dan akan membebani pengguna. Selain itu, *risky credit behaviour* juga akan berdampak pada skor kredit peminjam. Skor kredit yang rendah akan mempengaruhi kemudahan pengajuan peminjaman dana di masa depan. Hal ini dapat merugikan generasi milenial yang sedang memasuki usia ideal untuk membeli rumah (Gold Sachsman, 2015). Skor kredit yang rendah akan mempengaruhi kemudahan peminjam untuk mendapatkan kredit kepemilikan rumah. Sebagian besar generasi milenial juga berada di fase hidup yang membutuhkan biaya berkeluarga dalam jumlah besar, seperti pengeluaran rumah tangga dan biaya pendidikan anak (Nurfitriyani, 2021). Oleh karena itu, penggunaan *pay later* yang bersifat konsumtif dan di luar kebutuhan dapat mengganggu alokasi dana untuk kebutuhan primer.

Tingkat *risky credit behaviour* generasi milenial lebih tinggi apabila dibandingkan dengan generasi lain. Menurut data laporan *fintech* otoritas jasa keuangan (OJK), generasi milenial mendominasi kredit macet di platform kredit online di Indonesia dengan total kredit macet sebesar Rp 267,44 miliar (Otoritas Jasa Keuangan, 2021). Menurut Newcomb (2021), generasi muda seperti generasi milenial mengasosiasikan mencicil dengan pengeluaran yang lebih sedikit padahal nyatanya tidak selalu begitu apabila memperhitungkan bunga yang harus dibayar. Pola pikir ini membuat generasi milenial menjadi lebih rentan memiliki *risky credit behaviour* (Newcomb, 2021). Survei yang dilakukan oleh Brillio pada tahun 2018 menemukan bahwa 45% generasi milenial di Indonesia pernah menggunakan kartu kredit melebihi batas maksimal kartu kredit yang dimiliki (Brillio, 2018). Riset yang dilakukan oleh OCBC NISP yang bertajuk *Financial Fitness Index* juga menunjukkan 50% generasi muda Indonesia masih memiliki masalah dalam pengelolaan utang, terutama terkait pembayaran kartu kredit. Sebanyak 50% generasi muda Indonesia seringkali melakukan pembayaran tagihan kartu kredit secara minimal dibandingkan melunasi seluruh tagihannya (OCBC NISP, 2021).

Liu & Zhang (2021) menyatakan bahwa *risky credit behaviour* dipengaruhi oleh literasi keuangan. Menurut OECD (2015), literasi keuangan adalah kombinasi dari kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap dan perilaku yang dibutuhkan untuk membuat keputusan keuangan yang tepat yang pada akhirnya dapat membawa kesejahteraan finansial individu. Dalam penelitian mengenai literasi keuangan, perbedaan mengenai literasi keuangan subjektif dan objektif tidak boleh diabaikan (Białołasz, 2018). Literasi keuangan objektif merupakan pengetahuan finansial yang diukur menggunakan pertanyaan tes literasi keuangan standar (Lind et al., 2020). Individu dengan tingkat literasi keuangan objektif yang tinggi akan lebih sadar terhadap konsekuensi dari perilaku keuangan yang bersifat merugikan seperti *risky credit behaviour* dan akan mengambil keputusan keuangan yang lebih tepat. Literasi keuangan subjektif adalah kepercayaan diri seseorang terhadap pengetahuan

finansial yang dimilikinya (Alba & Hutchinson, 2000). Kepercayaan individu terhadap penguasaan dan pengetahuan terhadap suatu hal dapat mempengaruhi perilaku dan keputusan individu tersebut, sehingga literasi keuangan subjektif juga ikut mempengaruhi perilaku individu dalam penggunaan kredit.

Riset dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2020 menunjukkan bahwa, kalangan milenial di Indonesia usia 18-25 tahun hanya memiliki tingkat literasi sebesar 32,1 persen, sedangkan usia 25-35 tahun memiliki tingkat literasi sebesar 33,5 persen. Angka ini masih berada dibawah angka rata rata nasional yaitu 37,72 poin (Otoritas Jasa Keuangan, 2020). Hal ini mengindikasikan bahwa pengguna *pay later*, yang mayoritasnya adalah generasi milenial, memiliki literasi keuangan dibawah rata rata nasional.

Penelitian yang dilakukan oleh Norvilitis et al., 2016 menemukan bahwa rendahnya literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap utang kartu kredit (*credit card debt*). Literasi keuangan yang rendah akan menghalangi persepsi risiko individu dan meningkatkan kemungkinan *risky credit behaviour*. Penemuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Robb pada tahun 2017, yang menemukan bahwa individu dengan literasi keuangan yang tinggi akan memiliki kemungkinan yang lebih besar untuk menggunakan kredit dengan bijak. Sama halnya dengan temuan Cude et al., (2020) yang menyatakan bahwa literasi keuangan objektif memiliki pengaruh negatif terhadap *risky credit behaviour*, spesifiknya lagi *risky borrowing behaviour*. Salah satu indikator dari literasi keuangan objektif adalah pengetahuan mengenai bunga pinjaman, apabila individu paham dengan penyebab dan cara bekerja bunga pinjaman yang bisa menumpuk, maka individu tidak akan melakukan pembayaran tagihan terlambat yang merupakan salah satu indikator *risky credit behaviour*.

Penelitian yang dilakukan oleh Allgood dan Walstad (2011) menemukan bahwa literasi keuangan subjektif yang tinggi merupakan prediktor yang lebih kuat untuk perilaku penggunaan kredit yang positif dibandingkan dengan literasi keuangan objektif. Sama halnya dengan penelitian Xiao et al. (2014) yang menemukan bahwa literasi keuangan subjektif menurunkan kemungkinan individu melakukan *risky credit behaviour*. Liu & Zhang (2021), juga menemukan bahwa literasi keuangan subjektif berpengaruh negatif terhadap *risky credit behaviour*. Hasil dari penelitian penelitian ini mengindikasikan bahwa penggunaan kredit yang sehat meningkat dengan literasi keuangan subjektif. Dalam kata lain, kedua penelitian ini menemukan bahwa literasi keuangan subjektif berpengaruh negatif terhadap *risky credit behaviour*.

Selain literasi keuangan, *financial self-efficacy* juga mempengaruhi perilaku penggunaan kredit (Liu & Zhang, 2021). *Financial self-efficacy* dapat didefinisikan sebagai tingkat keyakinan seseorang

terhadap kemampuannya dalam mengakses dan menggunakan produk atau layanan keuangan, mengambil keputusan keuangan, dan menghadapi situasi keuangan yang rumit atau kompleks (Amatucci & Crawley, 2011). Individu dengan *Financial self-efficacy* tinggi memiliki kemungkinan yang lebih kecil untuk menyalahgunakan kredit misalnya terlambat membayar tagihan, dan penggunaan kredit berlebih (Zainudin et al., 2019). Menurut Sotiropoulos dan d'Astous (2013) *Financial self-efficacy* juga dapat dengan efektif mengurangi perilaku konsumtif berlebihan. Theory of planned behaviour menyatakan bahwa self-efficacy memfasilitasi transformasi pengetahuan menjadi perilaku, sehingga literasi keuangan tidak hanya secara langsung mempengaruhi pengambilan keputusan keuangan individu, tetapi juga secara tidak langsung mempengaruhi perilaku konsumen melalui *financial self-efficacy* (Liu & Zhang, 2021).

Dari tinjauan di atas, dapat dilihat bahwa *financial self-efficacy* dapat berpengaruh negatif terhadap *risky credit behaviour*. Individu dengan keyakinan yang tinggi terhadap kemampuan finansial yang dimiliki akan cenderung lebih rasional dan berhati-hati dalam mengambil keputusan finansial dan konsumsi, sehingga dapat terhindar dari *risky credit behaviour*. Hal ini sesuai dengan beberapa penelitian terdahulu yang telah menemukan bahwa *financial self-efficacy* berpengaruh signifikan terhadap utang dan penggunaan kartu kredit (Cassar & Friedman, 2009; Livingstone & Lunt, 1992; Wang et al., 2011). Penelitian yang dilakukan oleh Livingstone & Lunt (1992) menyatakan bahwa *financial self-efficacy* dapat mengurangi konsumsi irasional dan *household debt*. Cassar & Friedman (2009) menemukan bahwa *financial self-efficacy* bermanfaat untuk membantu individu membuat keputusan finansial yang akurat. Menurut Wang et al (2011), kurangnya *financial self-efficacy* dapat menyebabkan peningkatan dalam penggunaan *revolving credit* seperti kartu kredit. Penelitian yang dilakukan oleh Sotiropoulos & d'Astous (2013) dan Robb (2017) juga menemukan bahwa *self-efficacy* dapat mengurangi konsumsi berlebihan dan penyalahgunaan kredit.

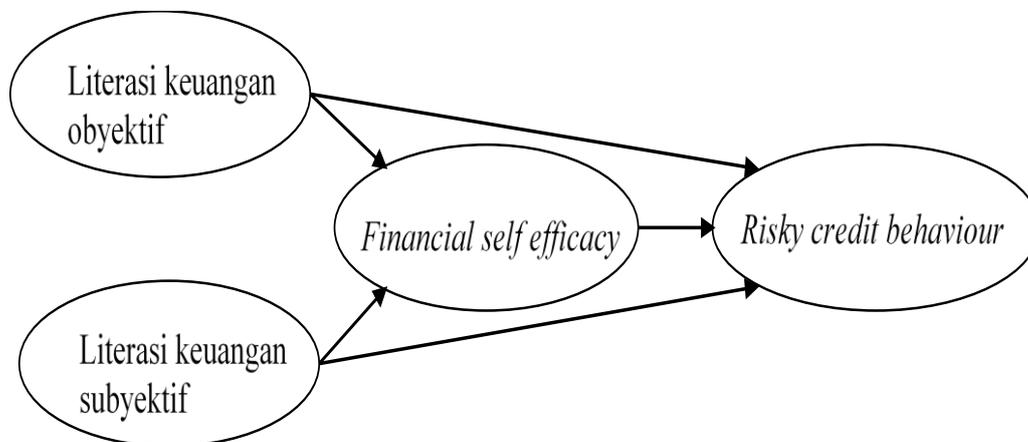
Financial self-efficacy juga dapat memediasi pengaruh *financial literacy* terhadap *risky credit behavior*. Keyakinan akan kemampuannya dalam mengelola keuangan membuat seseorang dapat mengaplikasikan pengetahuan dan keterampilan finansial yang dimiliki secara positif, dan membuat keputusan keuangan yang bijaksana, sesuai dengan tujuan keuangannya. Salah satu contohnya, seseorang dengan *financial self efficacy* yang tinggi akan membuat anggaran sesuai kondisi keuangannya dan merealisasikannya, sehingga tidak melakukan konsumsi yang berlebihan, tidak mengambil kredit yang tidak diperlukan dan diluar kemampuan bayarnya, dan terhindari dari *risky credit behavior*.

Penelitian tentang perilaku penggunaan *consumer credit* seringkali memfokuskan penggunaan kartu kredit, sedangkan permasalahan *online consumer credit*, termasuk *pay later*, masih

jarang diangkat sebagai fokus penelitian (Lusardi et al., 2010; Palan et al., 2011; Xiao et al., 2011). Padahal, belum tentu peningkatan penggunaan *pay later* sejalan dengan peningkatan literasi keuangan. Kemudahan mendapatkan kredit online melalui fitur *pay later* membuat *pay later* dapat menjangkau banyak orang; termasuk orang-orang yang belum paham terhadap resiko dan konsekuensi penggunaan *pay later* yang tidak bertanggung jawab. Hal ini menjadi landasan dilakukan penelitian ini, sehingga tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap *risky credit behaviour* pada generasi milenial di Indonesia dengan dimediasi oleh *Financial self-efficacy*.

Terdapat tujuh hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini, sebagai berikut:

- H₁: Literasi keuangan objektif berpengaruh negatif signifikan terhadap *risky credit behavior*
- H₂: Literasi keuangan subjektif berpengaruh negatif signifikan terhadap *risky credit behavior*
- H₃: Literasi keuangan objektif berpengaruh positif signifikan terhadap *Financial self-efficacy*
- H₄: Literasi keuangan subjektif berpengaruh positif signifikan terhadap *Financial self-efficacy*
- H₅: *Financial self-efficacy* berpengaruh negatif signifikan terhadap *risky credit behaviour*
- H₆: *Financial self-efficacy* memediasi pengaruh literasi keuangan objektif terhadap *risky credit behaviour*
- H₇: Variabel *Financial self-efficacy* memediasi pengaruh literasi keuangan subjektif terhadap *risky credit behaviour*



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk mengurangi kecenderungan seseorang terlibat dalam *risky credit behavior*. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi dan wawasan, sehingga penyedia *paylater* dapat memfasilitasi agar masyarakat dapat membuat keputusan kredit yang bertanggung jawab. Bagi pendidik di bidang keuangan, diharapkan hasil dari penelitian ini dapat menjadi masukan untuk menggalakkan pendidikan untuk meningkatkan literasi keuangan dan *financial self efficacy* masyarakat, serta pemahaman masyarakat akan kredit dan *risky credit behavior*. Bagi pembuat regulasi di bidang keuangan, diharapkan hasil penelitian ini dapat berkontribusi sebagai masukan dalam pembuatan kebijakan untuk melindungi masyarakat dari *risky credit behavior*. Jika masyarakat memiliki *financial literacy* dan *financial self efficacy* yang baik serta terhindar dari *risky credit behavior*, maka masyarakat dapat mengalami kondisi ekonomi yang stabil dan bahkan semakin sejahtera dari waktu ke waktu. Kondisi ini akan menghindarkan negara dari krisis ekonomi akibat *economic bubbles* sehingga perekonomian nasional semakin maju dan berkembang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian metode asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh literasi keuangan terhadap *risky credit behaviour* dengan *Financial self-efficacy* sebagai variabel mediasi. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Sumber data penelitian ini dari hasil jawaban kuesioner yang disebarakan kepada responden dalam bentuk *google form*, yang kemudian disebarakan melalui berbagai media sosial.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah generasi milenial (berusia 22-42 tahun) yang berdomisili di Indonesia. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (2020), terdapat 69.380.000 generasi milenial di Indonesia. Dikarenakan populasi yang besar, peneliti menggunakan sampel untuk mewakili populasi. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, dengan kriteria pernah menggunakan fitur *pay later* dalam jangka waktu satu tahun terakhir. Adapun dasar dari kriteria sampel di atas adalah untuk menunjukkan pengguna *pay later* yang pernah menggunakan fitur *pay later* dalam jangka waktu dekat. Sampel minimal dalam penelitian ini adalah 400 generasi milenial di Indonesia, yang didapatkan melalui teknik slovin.

Kuesioner penelitian ini merupakan kuesioner tertutup yang terdiri dari enam bagian yang terdiri dari screening kriteria, profil responden, literasi keuangan subjektif, literasi keuangan objektif, *Financial self-efficacy*, dan *risky credit behaviour*. Pada bagian screening, profil responden, dan literasi keuangan objektif, para responden akan memilih jawaban dari

pilihan yang telah disediakan. Pada bagian literasi keuangan subjektif responden akan memberikan tanggapan melalui skala likert yaitu dari skala 1 (sangat tidak menguasai) sampai 5 (sangat menguasai). Pada bagian literasi keuangan objektif, responden akan menjawab 5 pertanyaan mengenai utang dan *pay later*. Pada bagian *Financial self-efficacy* responden akan memberikan tanggapan melalui skala likert yaitu dari skala 1 (sangat tidak setuju) sampai 5 (sangat setuju). Pada bagian *risky credit behaviour*, responden akan memberikan tanggapan melalui skala likert yaitu dari skala 1 (tidak pernah) sampai 5 (selalu).

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel dan Pertanyaan dalam Penelitian

Item	Definisi Operasional Variabel	Pertanyaan dalam Penelitian	Kode
Literasi keuangan subjektif (SFL)	Seberapa besar generasi milenial menilai pengetahuan yang dimiliki mengenai konsep-konsep keuangan	Berikan penilaian pengetahuan anda mengenai suku bunga sederhana	SFL1
		Berikan penilaian pengetahuan anda mengenai utang	SFL2
		Berikan penilaian pengetahuan anda mengenai biaya dalam penggunaan fitur <i>pay later</i> (contoh: denda telat membayar, biaya admin, dan bunga)	SFL3
		Berikan penilaian pengetahuan anda mengenai konsekuensi telat membayar tagihan <i>Pay later</i>	SFL4
		Berikan penilaian pengetahuan anda mengenai biaya dalam penggunaan fitur <i>Pay later</i>	SFL5
Literasi keuangan objektif	Pengetahuan finansial generasi milenial Indonesia yang diukur menggunakan pertanyaan tes literasi keuangan standar.	Misalkan anda berutang menggunakan <i>pay later</i> sebesar Rp 100.000 dengan bunga 15% per tahun. Jika anda sama sekali tidak membayarkan utang anda, maka berapa total utang anda setelah satu tahun?	PMPH1
		Total bunga pinjaman dengan jangka waktu 10 tahun lebih kecil daripada total bunga pinjaman dengan jangka waktu 20 tahun	PMPH2
		Apa yang terjadi apabila anda terlambat membayar tagihan <i>Pay later</i> ?	PMPL1
		Berapa tenor maksimal fitur <i>Pay later</i> ?	PMPL2
		Semua biaya dibawah ini dapat dikenakan pada peminjam saat menggunakan <i>pay later</i> , kecuali	PMPL3
<i>Financial self-efficacy</i>	Tingkat keyakinan generasi milenial Indonesia terhadap kemampuannya untuk mengelola penggunaan fitur <i>pay later</i>	Saya mampu mengontrol pengeluaran fitur <i>pay later</i> saya	FSE1
		Saya yakin saya tidak akan melakukan pengeluaran berlebihan saat menggunakan fitur <i>pay later</i>	FSE2
		Saya percaya saya memiliki kemampuan untuk tidak boros saat menggunakan fitur <i>pay later</i>	FSE3

<i>Risky credit behaviour</i>	Perilaku penggunaan <i>pay later</i> generasi milenial yang berpotensi merusak kesejahteraan finansial di masa depan.	Saya berpegang teguh terhadap pemikiran untuk tidak melakukan pengeluaran berlebihan saat menggunakan fitur <i>pay later</i>	FSE4
		Saya memikirkan konsekuensi yang harus dihadapi apabila saya melakukan pengeluaran yang berlebihan saat menggunakan fitur <i>pay later</i>	FSE5
		Saya menggunakan fitur <i>Pay later</i> untuk berbelanja hal hal yang bukan merupakan kebutuhan primer (I use <i>Pay later</i> to shop things i want instead of need)	RBB1
		Saya berbelanja lebih banyak khususnya hal hal yang bukan kebutuhan primer apabila menggunakan fitur <i>Pay later</i> (I am more impulsive when i use <i>Pay later</i> to shop things i want)	RBB2
		Harga bukan menjadi pertimbangan utama ketika saya dapat membayar dengan <i>pay later</i> (I am less concerned about the price of a product when i use <i>Pay later</i>)	RBB3
		Saya selalu membayar tagihan <i>pay later</i> tepat waktu* (I always pay <i>pay later</i> bills on time each month)	RPB1
		Saya memiliki dana yang cukup untuk membayar tagihan <i>pay later</i> saya (I always have enough money to pay off my <i>Pay later</i> bills)	RPB2

Sumber: Data diolah, 2022

Dalam penelitian ini, data terkumpul melalui penyebaran kuesioner dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menyusun kuesioner atau mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden.
2. Melakukan tabulasi data berdasarkan variabel.
3. Melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis yang telah diajukan.

Pada penelitian ini, pengukuran jawaban responden menggunakan skala likert, dengan rentang score 1 (sangat tidak setuju) sampai dengan 5 (sangat setuju). *Reverse coding* diberlakukan pada pertanyaan negatif dalam kuesioner. Kemudian dilakukan perhitungan nilai rata-rata dari setiap variabel untuk mendapatkan data deskriptif, dengan menggunakan rumus Simamora (2002). Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah SEM (*Structural Equation Modeling*) dengan menggunakan *software* SmartPLS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap *risky credit behaviour* pada generasi milenial di Indonesia dengan dimediasi oleh variabel *financial self-efficacy*. Terdapat 521 responden yang berpartisipasi mengisi kuesioner penelitian ini. Akan tetapi, terdapat 62 responden yang tidak memenuhi syarat sehingga tidak diikuti dalam penelitian. Dengan demikian, jumlah responden dalam penelitian ini adalah 459 responden generasi milenial Indonesia yang pernah menggunakan fitur *pay later* dalam 1 tahun terakhir. Berikut deskripsi karakteristik demografi responden yang disajikan di tabel 2.

Tabel 2. Karakteristik Demografi Responden

Informasi	Frekuensi	Presentase
Jenis Kelamin		
Laki-laki	171	37.8%
Perempuan	288	63.7%
Domisili		
Sumatera	80	18.7%
Kalimantan	18	4.2%
Jawa	311	72.7%
Nusa tenggara & bali	35	8.2%
Sulawesi	10	2.3%
Maluku & Papua	5	1.2%
Tahun kelahiran		
1980-1984	22	5.1%
1985-1989	45	10.5%
1990-1994	76	17.8%
1995-1999	167	39.0%
2000	149	34.8%
Status pernikahan		
Belum menikah	315	73.6%
Menikah	126	29.4%
Janda/duda	18	4.2%
Memiliki tanggungan		
Tidak	308	72.0%
Ya, 1-3 orang	130	30.4%
Ya, lebih dari 3 orang	21	4.9%
Tingkat pendidikan		
SMA atau dibawahnya	115	26.9%
Diploma, sarjana dan pasca sarjana	344	80.4%
Pekerjaan		
Pegawai negeri	36	8.4%
Ibu rumah tangga	29	6.8%
Pengusaha	75	17.5%
Karyawan	168	39.3%
Pensiunan	1	0.2%
Pelajar	111	25.9%
Tidak bekerja	14	3.3%

Lainnya	25	5.8%
Pendapatan perbulan		
< Rp 5.700.000	287	63.5%
Rp 5.700.000 - Rp 9.120.000	94	20.8%
Rp 9.120.001 - Rp 12.540.000	34	7.5%
Rp. 12.540.001 - Rp 17.100.000	23	5.1%
> Rp 17.100.000	21	4.6%
Aplikasi <i>pay later</i> yang digunakan		
Shopee <i>pay later</i>	338	47.3%
Ovo <i>pay later</i>	88	12.3%
Traveloka <i>pay later</i>	51	7.1%
Gopay <i>pay later</i>	142	19.9%
Kredivo <i>pay later</i>	49	6.9%
Akulaku <i>pay later</i>	53	7.4%
Indodana <i>pay later</i>	21	2.9%
Homecredit <i>pay later</i>	23	3.2%
Lainnya	1	0.1%
Mengapa anda menggunakan <i>pay later</i>		
Membeli kebutuhan mendadak/mendesak	102	23.8%
Mendapatkan lebih banyak promo	176	41.1%
Agar bisa belanja dengan cicilan jangka pendek (dibawah 1 tahun)	49	11.4%
Membatasi dan mengelola pengeluaran bulanan	35	8.2%
Membeli barang selain kebutuhan bulanan	53	12.4%
Hanya sekedar coba-coba	39	9.1%
Lainnya	5	1.2%
Seberapa sering menggunakan <i>pay later</i>		
1-2 kali perbulan	295	68.9%
3-5 kali perbulan	107	25.0%
5-10 kali perbulan	44	10.3%
>10 kali perbulan	13	3.0%
Apa yang biasanya anda beli dengan menggunakan <i>pay later</i>?		
Fashion & kecantikan	430	44.6%
Makanan	127	13.2%
Kebutuhan anak & bayi	33	3.4%
Peralatan olahraga, mainan & hobi	78	8.1%
Elektronik, gadget & aksesorisnya	225	23.3%
Tiket pesawat, perjalanan dan hotel	55	5.7%
Lainnya	17	1.8%
Alasan terlambat membayar <i>pay later</i> jika pernah		
Tidak memiliki dana yang cukup	77	28.9%
Lupa	133	50.0%
Terlalu sibuk	53	19.9%
Lainnya	3	1.1%

Dari tabel 2 dapat diketahui bahwa perbandingan responden laki-laki dan perempuan adalah 37,4% dan 62,6%. Kebanyakan responden lahir pada tahun 2000 dengan persentase 34,8%. 72% dari responden belum menikah dan 70,3% tidak memiliki tanggungan. Hal ini disebabkan oleh mayoritas responden yang masih berumur muda. Tingkat pendidikan 78,7% responden adalah diploma, sarjana atau pasca sarjana. Hal ini disebabkan rentang usia responden yang sudah melewati masa perguruan tinggi. Pekerjaan terbanyak adalah karyawan dengan persentase 37,9% dan mayoritas responden memiliki pendapatan < Rp 5.700.000 dan, Rp 5.700.001- Rp 9.120.000 dengan masing masing persentase 63,3%, dan 19,9%.

Aplikasi *pay later* yang paling banyak digunakan oleh responden adalah Shopee *Pay later*, GoPay *later* dan OVO *Pay later*. Hal ini disebabkan oleh *pay later* ini terintegrasi dengan platform *e-commerce* ternama di Indonesia. Alasan penggunaan *pay later* terbanyak adalah agar mendapatkan banyak promo menarik (39.5%), diikuti dengan untuk membeli kebutuhan mendesak (23.8%), dan agar dapat membeli barang selain kebutuhan bulanan (12.4%). Mayoritas responden menggunakan *pay later* sebanyak 1-2 kali perbulan (68%). Barang yang paling banyak dibeli menggunakan *pay later* adalah *fashion* (pakaian dan aksesoris), makanan, *gadget* dan aksesorisnya, dengan persentase masing masing sebesar 43,5%, 14,8%, dan 22,6%. Adapun responden responden yang pernah terlambat membayar *pay later*. Lupa membayar menjadi alasan utama responden terlambat membayar tagihan *pay later* dengan 50% responden mengaku lupa membayar. Hal ini dapat disebabkan oleh pengingat pembayaran *pay later* hanya dilakukan melalui notifikasi dari aplikasi beberapa hari sebelum jatuh tempo. Berbeda dengan kartu kredit yang memiliki pengingat fisik berupa surat tagihan, notifikasi *pay later* dapat dengan mudah terlewat dengan tidak sengaja

Uji Analisis Deskriptif

Tabel 3. Hasil Analisa Deskriptif

Variabel	Mean Skor	Skor Maksimal	Kategori
Literasi keuangan subjektif	3.76	5	Tinggi
Literasi keuangan objektif	2.89	5	Rendah
Pengetahuan mengenai utang	1.16	2	Tinggi
Pengetahuan mengenai <i>pay later</i>	1.73	3	Tinggi
<i>Financial self-efficacy</i>	4.08	5	Tinggi
<i>Risky credit behaviour</i>	2.86	5	Rendah
Risky borrowing behaviour	3.43	5	Tinggi
Risky paying behaviour	1.99	5	Rendah

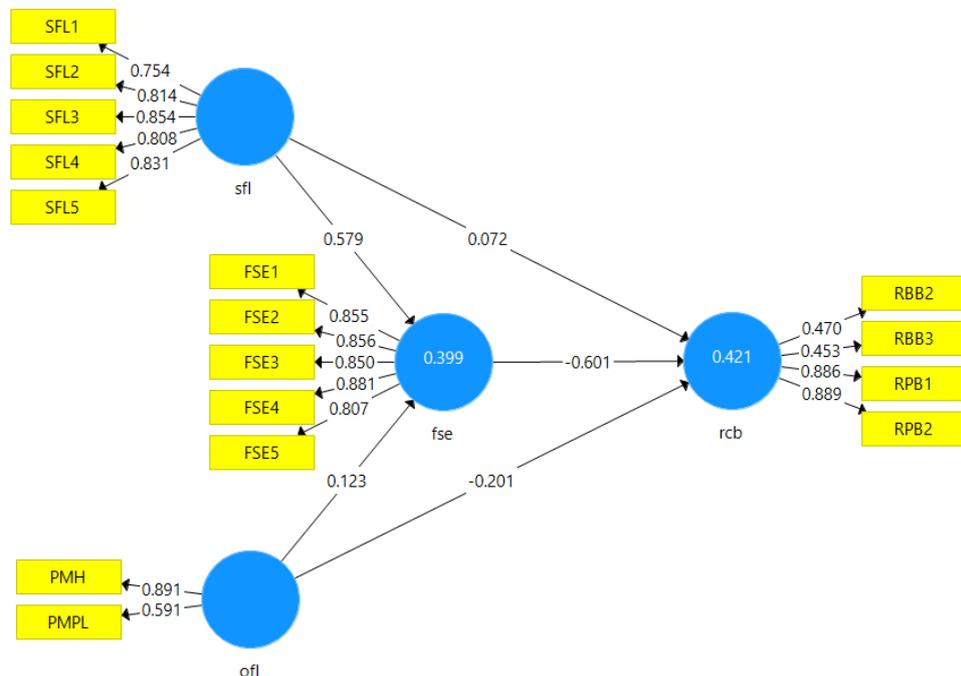
Sumber: Data diolah, 2022

Dari tabel 3 dapat dilihat bahwa literasi keuangan subjektif memiliki nilai *mean* sebesar 3,76. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas generasi milenial Indonesia yang menjadi

responden memiliki literasi keuangan subjektif yang tinggi. Hal ini menggambarkan sebagian besar responden merasa percaya diri dengan pemahamannya mengenai literasi keuangannya. *Financial self-efficacy* memiliki nilai *mean* sebesar 4,08. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas generasi milenial Indonesia yang menjadi responden memiliki tingkat *financial self-efficacy* yang tinggi. *Risky credit behaviour* memiliki nilai *mean* sebesar 2,85. Nilai *mean* ini menunjukkan bahwa generasi milenial Indonesia yang menjadi responden memiliki tingkat *risky credit behaviour* yang rendah dalam penggunaan fitur *pay later*. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden dapat membayar tagihan *pay later* mereka tepat waktu dan memiliki dana yang cukup untuk membayar tagihan *pay later* yang dimiliki.

Analisa Data

Setelah dilakukan pengujian data, maka didapatkan *output* model penelitian seperti yang terdapat di gambar 1. Dari sisi *outer* model, seluruh data telah lolos uji convergent validity dengan nilai loading > 0.5; lolos uji discriminant validity dengan nilai AVE 0.639 (>0.5); lolos uji composite reability dengan nilai setiap variabel >0.7.



Gambar 2. Hasil Analisa SmartPLS

Hasil t-Statistik

Penelitian ini bersifat *one tailed* dan tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5%. Apabila hasil t-Value > 1,65, maka terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen dan dependen.

Tabel 4. Nilai t-Statistik, P-Value, Path Coefficient.

	Path Coefficient	T Statistics	P Values	Keterangan
FSE -> RCB	-0.601	13.255	0.000	Signifikan
OFL -> FSE	0.123	2.994	0.001	Signifikan
OFL -> RCB	-0.201	5.571	0.000	Signifikan
SFL -> FSE	0.579	13.105	0.000	Signifikan
SFL -> RCB	0.072	1.325	0.093	Tidak signifikan
OFL -> FSE -> RCB	-0.074	3.004	0.001	Signifikan
SFL -> FSE -> RCB	-0.348	8.429	0.000	Signifikan
R-Square				
<i>Financial self-efficacy</i>	0.399			
<i>Risky credit behaviour</i>	0.421			

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4, dapat dilihat bahwa uji hipotesa dapat dijabarkan sebagai berikut:

- H₁: Literasi keuangan objektif berpengaruh negatif signifikan terhadap *risky credit behavior*
- H₂: Literasi keuangan subjektif tidak berpengaruh signifikan terhadap *risky credit behavior*
- H₃: Literasi keuangan objektif berpengaruh positif signifikan terhadap *Financial self-efficacy*
- H₄: Literasi keuangan subjektif berpengaruh positif signifikan terhadap *Financial self-efficacy*
- H₅: *Financial self-efficacy* berpengaruh negatif signifikan terhadap *risky credit behaviour*
- H₆: *Financial self-efficacy* memediasi pengaruh literasi keuangan objektif terhadap *risky credit behaviour*
- H₇: Variabel *Financial self-efficacy* memediasi pengaruh literasi keuangan subjektif terhadap *risky credit behaviour*

Nilai R square dari variabel *risky credit behaviour* adalah sebesar 0,421. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *risky credit behaviour* dipengaruhi oleh variabel variabel independen dalam penelitian ini sebesar 42,1%, sedangkan sisanya 57,9% dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian ini. Untuk variabel *financial self-efficacy* memiliki R-square sebesar 0,399. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *financial self-efficacy* dipengaruhi oleh variabel variabel independen dalam penelitian ini sebesar 39,9%, sedangkan sisanya 60,1% dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Literasi Keuangan Objektif terhadap *Risky Credit Behaviour*

Berdasarkan hasil analisa mengenai pengaruh literasi keuangan objektif terhadap *risky credit behaviour*, ditemukan bahwa literasi keuangan objektif berpengaruh negatif signifikan terhadap *risky credit behaviour*. Generasi milenial yang memiliki literasi keuangan objektif tinggi dapat menggunakan pengetahuan yang dimiliki untuk menghindari penggunaan *pay later* yang merugikan diri sendiri (Limbu, 2017).

Risky credit behaviour meliputi berbagai keputusan penggunaan kredit yang berpotensi merusak kesejahteraan finansial generasi milenial yang dapat dihindari jika memiliki literasi keuangan yang tinggi (Xiao et al., 2011). Semakin tinggi literasi keuangan objektif yang dimiliki individu maka semakin rendah kemungkinan individu melakukan *risky credit behaviour*. Hal ini dapat dilihat dari hasil kuesioner *risky credit behaviour* dan literasi keuangan objektif generasi milenial Indonesia. Dari data yang didapat, dapat dilihat bahwa mayoritas generasi milenial mengetahui tentang cara menghitung bunga pinjaman, dan konsekuensi dari terlambat membayar tagihan *pay later*. Oleh karena itu, pada indikator *risky credit behaviour* ditemukan bahwa indikator ketepatan waktu membayar tagihan (RPB1) dan kecukupan dana untuk membayar tagihan (RPB2) memiliki nilai *mean* 4. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas generasi milenial dapat membayar tagihan tepat waktu dan memiliki dana yang cukup untuk membayar tagihan *pay later* yang dimiliki. Dapat dikatakan bahwa generasi milenial Indonesia mampu menggunakan pengetahuan objektif mereka mengenai cara kerja bunga pinjaman, dan pengetahuan mengenai *Pay later* untuk menghindari *risky credit behaviour*.

Berdasarkan hasil tabulasi silang antara variabel literasi keuangan objektif dan *risky credit behaviour*, dapat dilihat juga bahwa mayoritas generasi milenial Indonesia yang memiliki total jawaban benar lebih dari 3 memiliki tingkat *risky credit behaviour* yang rendah. Hal ini mendukung hasil analisa data penelitian ini.

Tabel 5. Tabulasi Silang *Risky credit behaviour* dan Literasi Keuangan Objektif

Literasi keuangan objektif	<i>Risky credit behaviour</i>		
	Rendah	Tinggi	Total
0	5	7	12
1	21	35	56
2	66	48	114
3	68	68	136
4	49	22	71
5	53	17	70
Total	262	197	459

Sumber: Data diolah, 2022

Selain itu, pendidikan juga dapat berperan dalam literasi keuangan objektif seseorang. Menurut hasil penelitian Baihaqqy et al (2020), semakin tinggi tingkat pendidikan individu maka semakin tinggi juga literasi keuangan yang dimiliki. Sebagian besar responden dari penelitian ini memiliki tingkat pendidikan sarjana dan pasca sarjana dengan total 60,9% dari total responden. Hal ini mendukung tingkat literasi keuangan generasi milenial Indonesia yang tergolong tinggi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Liu & Zhang (2021) dan Cude et al., (2020) yang menunjukkan bahwa literasi keuangan objektif berpengaruh negatif signifikan terhadap *risky credit behaviour*. Kedua penelitian ini menemukan bahwa literasi keuangan objektif dapat membantu individu untuk mengambil keputusan kredit yang bijak.

Pengaruh Literasi Keuangan Subjektif terhadap *Risky Credit Behaviour*

Berdasarkan tabel 6, dapat dilihat bahwa terdapat satu hipotesis yang ditolak yaitu literasi keuangan subjektif berhubungan negatif signifikan terhadap *risky credit behaviour*, sejalan dengan penelitian (Liu & Zhang, 2021). Hal ini menunjukkan bahwa dengan memiliki kepercayaan diri terhadap pengetahuan dalam bidang finansial belum tentu dapat mencegah *risky credit behaviour*. Hal ini dapat disebabkan oleh perbedaan tingkat literasi keuangan subjektif dan objektif generasi milenial Indonesia.

Berdasarkan hasil tabulasi silang antara literasi keuangan subjektif dan objektif, dapat dilihat bahwa 68,9% dari responden menilai literasi keuangan subjektif yang dimiliki lebih tinggi daripada nilai total jawaban benar pada pertanyaan literasi keuangan objektif. Dari hasil kuesioner juga didapatkan bahwa nilai *mean* literasi keuangan subjektif generasi milenial Indonesia tergolong tinggi, dengan nilai *mean* 3,83. Namun, nilai *mean* total jawaban kuesioner mengenai literasi keuangan objektif hanya sebesar 2,85. Hal ini menandakan generasi milenial Indonesia menilai tinggi pengetahuan keuangan yang dimiliki. Hasil penelitian ini tidak sesuai

Tabel 6. Tabulasi Silang Literasi Keuangan Subjektif dan Literasi Keuangan Objektif

Literasi keuangan subjektif	Literasi keuangan objektif						Total
	0	1	2	3	4	5	
1	1	2	3			1	7
2	4	10	10	3			27
3	2	9	16	14	5	6	52
4	3	15	52	58	41	31	200
5	2	20	33	61	25	32	173
Total	12	56	114	136	71	70	459

Sumber: Data diolah, 2022

dengan penelitian yang dilakukan oleh Allgood & Walstad (2011), Xiao et al. (2014), dan Liu & Zhang (2021) yang menemukan bahwa literasi keuangan subjektif berpengaruh negatif signifikan terhadap *risky credit behaviour*.

Pengaruh Literasi Keuangan Objektif terhadap *Financial Self-Efficacy*

Berdasarkan hasil analisa mengenai pengaruh literasi keuangan objektif terhadap *financial self-efficacy*, ditemukan bahwa literasi keuangan objektif berpengaruh positif signifikan terhadap *financial self-efficacy*. Literasi keuangan objektif berperan sebagai pendorong rasa keyakinan generasi milenial mengenai kemampuan mereka dibidang finansial. Generasi milenial yang memiliki literasi keuangan objektif tinggi akan merasa lebih yakin terhadap kemampuan yang dimiliki untuk mengambil keputusan keuangan dan menghadapi permasalahan keuangan yang kompleks (Demirhan et al,2019).

Tabel 7. Tabulasi Silang Literasi Keuangan Objektif dan Financial Sel Efficacy

Literasi keuangan objektif	<i>Financial self-efficacy</i>		
	Rendah	Tinggi	Total
0	5	7	12
1	20	36	56
2	18	96	114
3	6	130	136
4	4	67	71
5	4	66	70
Total	57	402	459

Sumber: Data diolah, 2022

Hasil analisa data juga sesuai dengan hasil tabulasi silang antara literasi keuangan objektif dan *financial self-efficacy*. Dapat dilihat pada tabel di atas bahwa mayoritas responden yang memiliki total jawaban benar sejumlah >3 memiliki *financial self-efficacy* yang tinggi.

Apabila individu memiliki pemahaman yang tinggi mengenai konsep konsep keuangan, maka individu juga akan semakin yakin dengan kemampuan mereka dalam mengambil keputusan keuangan. Oleh karena itu, semakin tinggi pengetahuan objektif generasi milenial maka semakin tinggi juga rasa *financial self-efficacy* yang dimiliki (Demirhan et al., 2019). Hal ini dapat dilihat dari hasil kuesioner literasi keuangan objektif dan *financial self-efficacy*. Dari data yang didapat, dapat dilihat bahwa mayoritas generasi milenial Indonesia mengetahui konsekuensi terlambat membayar tagihan *pay later*. Di sisi lain, indikator FSE2 memiliki nilai *mean* 4,15. Nilai *mean* ini menunjukkan bahwa mayoritas generasi milenial Indonesia yakin tidak akan melakukan pengeluaran berlebih saat menggunakan fitur *pay later*. Dapat dikatakan bahwa generasi milenial Indonesia menggunakan pengetahuan mengenai konsekuensi yang akan dihadapi jika tidak memiliki dana yang cukup untuk membayar tagihan *pay later* untuk meningkatkan keyakinan tidak melakukan pengeluaran berlebih saat menggunakan *pay later*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Liu & Zhang (2021) yang menunjukkan bahwa literasi keuangan objektif berpengaruh positif signifikan terhadap *financial self-efficacy*. Sama halnya dengan Demirhan et al (2019), yang menemukan bahwa pengetahuan tentang konsep konsep keuangan dapat membantu individu untuk membangun keyakinan terhadap kemampuan diri sendiri.

Pengaruh Literasi Keuangan Subjektif terhadap *Financial Self-Efficacy*

Berdasarkan hasil analisa mengenai pengaruh literasi keuangan subjektif terhadap *financial self-efficacy*, ditemukan bahwa literasi keuangan subjektif berpengaruh positif signifikan terhadap *financial self-efficacy*. Hasil analisa data juga sesuai dengan hasil tabulasi silang antara literasi keuangan subjektif dan *financial self-efficacy*. Dapat dilihat pada tabel di atas bahwa mayoritas responden yang memiliki tingkat literasi keuangan subjektif yang tinggi juga memiliki *financial self-efficacy* yang tinggi. Pengetahuan subjektif dapat mempengaruhi keyakinan diri seseorang. Apabila seseorang percaya diri dalam pengetahuan finansial yang dimiliki, maka keyakinan atas kemampuan dalam melakukan tindakan finansial atau menghadapi permasalahan finansial juga akan meningkat (Liu & Zhang, 2021).

Kepercayaan diri individu mengenai pengetahuan yang dimiliki membantu individu untuk membangun keyakinan individu dalam menghadapi situasi keuangan yang kompleks dan mengambil keputusan keuangan. Oleh karena itu, semakin tinggi literasi keuangan subjektif individu maka semakin tinggi juga *financial self-efficacy* yang dimiliki. Dari hasil kuesioner literasi keuangan subjektif dan *financial self-efficacy* generasi milenial Indonesia, dapat dilihat bahwa mayoritas generasi milenial Indonesia memiliki tingkat *financial self-efficacy* yang tinggi dengan hasil *mean* sebesar 4,10. Mayoritas generasi milenial Indonesia memikirkan konsekuensi yang akan dihadapi bila melakukan pengeluaran berlebih dengan fitur *pay later* dengan indikator FSE5 yang memiliki nilai *mean* tertinggi. Ini dikarenakan generasi milenial Indonesia merasa percaya diri dengan pengetahuan mereka di bidang finansial, termasuk konsekuensi dan resiko penggunaan *pay later*. Akibatnya, generasi milenial juga menjadi lebih

Tabel 8. Tabulasi Silang Literasi Keuangan Subjektif dan Financial Sel Efficacy

<i>Financial self-efficacy</i>	Literasi Keuangan Subjektif		Total
	Rendah	Tinggi	
Rendah	38	19	57
Tinggi	48	354	402
Total	86	373	459

Sumber: Data diolah, 2022

yakin dalam kemampuannya untuk menggunakan fitur *pay later* dengan baik yang melibatkan serangkaian keputusan keputusan finansial.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Liu & Zhang (2021) yang menunjukkan bahwa literasi keuangan subjektif berpengaruh positif signifikan terhadap *financial self-efficacy*.

Pengaruh *Financial Self-Efficacy* terhadap *Risky Credit Behaviour*

Berdasarkan hasil analisa mengenai pengaruh *financial self-efficacy* terhadap *risky credit behaviour*, ditemukan bahwa literasi keuangan *financial self-efficacy* berpengaruh negatif signifikan terhadap *risky credit behaviour*. Hasil analisa data juga sesuai dengan hasil tabulasi silang antara *financial self-efficacy* dan *risky credit behaviour*. Dapat dilihat pada tabel di atas bahwa mayoritas responden yang memiliki tingkat *financial self-efficacy* yang tinggi memiliki tingkat *risky credit behaviour* yang rendah. Generasi milenial yang memiliki keyakinan yang tinggi terhadap kemampuan finansial akan cenderung lebih rasional dan berhati hati dalam mengambil keputusan finansial dan konsumsi, sehingga dapat terhindar dari *risky credit behaviour* (Wang et al., 2011). Semakin tinggi *financial self-efficacy* individu maka semakin rendah kemungkinan individu untuk melakukan *risky credit behaviour*.

Untuk menghindari dari keputusan keuangan yang merugikan seperti *risky credit behaviour*, generasi milenial membutuhkan rasa keyakinan terhadap kemampuan diri sendiri yang tinggi sebagai sumber daya emosional yang mendorong generasi milenial untuk mengambil keputusan yang lebih bijak dan bertanggung jawab. Dari hasil penelitian ini, ditemukan bahwa *financial self-efficacy* berpengaruh negatif signifikan terhadap *risky credit behaviour*. Generasi milenial Indonesia memiliki *risky credit behaviour* yang rendah dengan nilai *mean* sebesar 2,85. Dimana dapat dilihat bahwa mayoritas generasi milenial Indonesia dapat membayar tagihan *pay later*nya tepat waktu dan memiliki dana yang cukup untuk membayar tagihan yang dimiliki dengan indikator RPB1 dan RPB2. Hal ini dikarenakan generasi milenial Indonesia memiliki *financial self-efficacy* yang tinggi dengan nilai *mean* 4,10. Generasi milenial memiliki keyakinan yang tinggi dalam kemampuan mengelola pengeluaran

Tabel 9. Tabulasi Silang *Risky credit behaviour* dan *Financial Sel Efficacy*

<i>Risky credit behaviour</i>	<i>Financial self-efficacy</i>		
	Rendah	Tinggi	Total
Rendah	20	37	57
Tinggi	242	160	402
Total	262	197	459

Sumber: Data diolah, 2022

pay later agar selalu berada di dalam anggaran sehingga dapat terhindar dari *risky credit behaviour*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Liu & Zhang (2021) yang menunjukkan bahwa *financial self-efficacy* berpengaruh negatif signifikan terhadap *risky credit behaviour*. Sama halnya dengan hasil penelitian Robb (2017), yang menyatakan bahwa *self efficacy* dapat mengurangi penyalahgunaan kredit.

Pengaruh Literasi Keuangan Objektif terhadap *Risky Credit Behaviour* Dimediasi oleh *Financial Self-Efficacy*

Dari hasil penelitian ini, ditemukan bahwa *financial self-efficacy* memediasi pengaruh literasi keuangan objektif terhadap *risky credit behaviour*. Sebelumnya telah dijelaskan bahwa berdasarkan hasil penelitian ini literasi keuangan objektif berpengaruh signifikan terhadap *risky credit behaviour*. Saat analisa *indirect effect* dilakukan, ditemukan juga literasi keuangan objektif berpengaruh signifikan terhadap *risky credit behaviour* dengan adanya *financial self-efficacy* sebagai variabel mediasi. Mediasi parsial terjadi jika variabel independen mampu mempengaruhi secara langsung variabel dependen tanpa melibatkan variabel mediator. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa *financial self-efficacy* memediasi parsial hubungan antara literasi keuangan objektif dengan *risky credit behaviour*.

Theory of planned behaviour menyatakan bahwa *self-efficacy* memfasilitasi transformasi pengetahuan menjadi perilaku (Ajzen, 2002). Pengetahuan objektif generasi milenial mengenai konsep konsep keuangan dapat meningkatkan rasa keyakinan dalam hal mengambil keputusan keuangan dan menghadapi situasi keuangan yang kompleks (Amatucci & Crawley, 2018). Keyakinan akan diri sendiri ini kemudian akan membantu generasi milenial untuk mengambil keputusan keputusan penggunaan *pay later* yang bijak dan tidak merugikan. Literasi keuangan objektif juga dapat mengurangi emosi negatif dari *financial descision-making* yang kemudian akan meningkatkan *financial self-efficacy* individu (Liu & Zhang, 2021).

Hasil analisa data juga menemukan bahwa hubungan antara literasi keuangan objektif dengan *risky credit behaviour* bersifat negatif dengan adanya *financial self-efficacy* sebagai variabel mediasi. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi literasi keuangan objektif yang dimiliki individu, maka semakin rendah kemungkinan individu melakukan *risky credit behaviour*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Liu & Zhang (2021) yang menunjukkan bahwa *financial self-efficacy* memediasi pengaruh literasi keuangan subjektif terhadap *risky credit behaviour*.

Pengaruh Literasi Keuangan Subjektif terhadap *Risky Credit Behaviour* Dimediasi oleh *Financial Self-Efficacy*

Dari hasil penelitian ini, ditemukan bahwa *financial self-efficacy* memediasi pengaruh literasi keuangan subjektif terhadap *risky credit behaviour*. Sebelumnya telah dijelaskan bahwa pada hasil penelitian ini, literasi keuangan subjektif tidak mempengaruhi *risky credit behaviour*. Namun, dengan adanya *financial self-efficacy* sebagai variabel mediasi ditemukan bahwa literasi keuangan subjektif secara tidak langsung mempengaruhi *risky credit behaviour*. Mediasi penuh terjadi saat variabel independen tidak mampu mempengaruhi variabel independen secara signifikan tanpa melibatkan variabel mediasi. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa *financial self-efficacy* memediasi secara penuh hubungan antara literasi keuangan subjektif dengan *risky credit behaviour*.

Agar literasi keuangan subjektif dapat mempengaruhi *risky credit behaviour* secara signifikan, diperlukan adanya *financial self-efficacy*. Kepercayaan diri terhadap pengetahuan finansial hanya dapat membantu individu terhindar dari *risky credit behaviour* jika disertai keyakinan dalam kemampuan finansial individu. Dapat dikatakan bahwa kepercayaan diri dalam hal pengetahuan saja masih kurang, dibutuhkan juga keyakinan untuk mampu menerapkan pengetahuan yang dimiliki. Rasa percaya diri individu mengenai pengetahuan finansial akan meningkatkan keyakinan akan kemampuan yang dimiliki dalam hal mengambil keputusan keuangan dan menghadapi situasi keuangan yang rumit sehingga individu dapat menggunakan *pay later* dengan lebih bijak dan bertanggung jawab dan terhindar dari *risky credit behaviour*.

Hasil analisa data juga menemukan bahwa hubungan antara literasi keuangan subjektif dengan *risky credit behaviour* bersifat negatif dengan adanya *financial self-efficacy* sebagai variabel mediasi. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi literasi keuangan subjektif yang dimiliki individu, maka semakin rendah kemungkinan individu melakukan *risky credit behaviour*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Liu & Zhang (2021) yang menunjukkan bahwa *financial self-efficacy* memediasi pengaruh literasi keuangan subjektif terhadap *risky credit behaviour*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan objektif berpengaruh negatif signifikan terhadap *risky credit behaviour*. Literasi keuangan objektif dan subjektif berpengaruh positif signifikan terhadap *Financial self-efficacy*. *Financial self-efficacy* berpengaruh negatif signifikan terhadap *risky credit behaviour*. *Financial self-efficacy*

berpengaruh negatif signifikan terhadap *risky credit behaviour*. Literasi keuangan subjektif tidak berpengaruh signifikan terhadap *risky credit behaviour*.

Berdasarkan data yang didapat dari kuesioner, penyebab utama generasi milenial terlambat membayar tagihan *pay later* adalah lupa membayar dan tidak memiliki dana yang cukup. Generasi milenial perlu mengantisipasi hal ini dengan memasang *reminder* setiap kali bertransaksi menggunakan *pay later* agar tidak lupa, dan membuat serta mengikuti anggaran belanja yang sesuai dengan pendapatan masing-masing agar tidak mengganggu alokasi dana yang lain dan agar selalu memiliki dana yang cukup.

Generasi milenial perlu menyadari bahwa literasi keuangan objektif memiliki peran yang penting dalam hal *risky credit behaviour*. Generasi milenial perlu meningkatkan literasi keuangan objektif yang dimiliki. Informasi mengenai pengetahuan keuangan dapat ditemukan di berbagai macam platform yang digunakan sehari-hari, contohnya seperti di media sosial. Generasi milenial perlu secara aktif mencari informasi dan menambah wawasan keuangan yang dimiliki agar dapat menggunakan fitur-fitur keuangan baru seperti *pay later* dengan bijak dan bertanggung jawab. Selain literasi keuangan objektif, *financial self-efficacy* juga memiliki peran yang penting dalam hal *risky credit behaviour*. Generasi milenial perlu menumbuhkan rasa yakin terhadap diri sendiri dalam hal kemampuan finansial yang dimiliki agar dapat membantu menghasilkan keputusan-keputusan penggunaan *pay later* yang tidak merugikan diri sendiri

Penyebaran kuesioner pada penelitian ini mayoritas berada di pulau Jawa, sehingga tidak dapat mewakili generasi milenial Indonesia secara merata. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menyebarkan kuesioner dengan lebih merata lagi diluar pulau Jawa. Selain itu, nilai *R square* pada hasil penelitian ini tergolong rendah, sehingga peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian di luar variabel independen penelitian ini untuk mengetahui faktor-faktor lain yang dapat menjelaskan *risky credit behaviour* dengan lebih baik.

REFERENSI

- Alcazar, J., & Bradford, T. (2021). *The appeal and proliferation of buy now, pay later: consumer and merchant perspectives*. Federal Reserve Bank Of Kansas City. <https://www.kansascityfed.org/documents/8504/psrb21alcazarbradford1110.pdf>
- Allgood, S., & Walstad, W. (2011). The effects of perceived and actual financial knowledge on credit card behavior. *Networks Financial Institute Working Paper*, 15, 1-26. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1896365
- Amatucci, F. M., & Crawley, D. C. (2011). Financial self-efficacy among women entrepreneurs. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 3(1), 23-37. <https://doi.org/10.1108/17566261111114962>

- Ajzen, I. (2002). Residual effects of past on later behavior: habituation and reasoned action perspectives. *Personality and Social Psychology Review*, 6(2), 107–122. https://doi.org/10.1207/S15327957PSPR0602_02
- Badan Pusat Statistik. (2020). Hasil sensus penduduk 2020. <https://demakkab.bps.go.id/news/2021/01/21/67/hasil-sensus-penduduk-2020.html>
- Baihaqqy, M. R. I., Disman, Nugraha., & Sari, M. (2020). The Correlation between Education Level and Understanding of Financial Literacy and its Effect on Investment Decisions in Capital Markets. *Journal of Education and E-Learning Research*, 7(3), 306–313. <https://doi.org/10.20448/journal.509.2020.73.306.313>
- Brillio. (2018). Delapan fakta millennials pengguna kartu kredit. <https://www.brillio.net/fulus/ternyata-ini-faktor-anak-muda-memilih-menggunakan-kartu-kredit-1801296.html>
- Białowas, S. (2018). Subjective vs. objective assessment of financial literacy – do beliefs meet reality? *Journal of Insurance, Financial Markets and Consumer Protection*, 29(10), 27–36. http://ru.rf.gov.pl/wp-content/uploads/2019/01/29_2.pdf
- Cassar, G., & Friedman, H.L., (2009). Does self-efficacy affect entrepreneurial investment? *Strategic Entrepreneurship Journal*, 3(3), 241–260. https://repository.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1082&context=accounting_papers
- Cude, B. J., Chatterjee, S., & Tavosi, J. (2020). Financial knowledge, personality traits, and risky borrowing behaviors in iranian households. *Sustainability*, 12(18), 7608. <https://doi.org/10.3390/su12187608>
- Goldman Sachs. (2015). Millennials Coming of Age. <https://www.goldmansachs.com/insights/archive/millennials/>
- Insider Intelligence. (2021). The Buy Now, Pay Later Report. <https://www.insiderintelligence.com/insights/buy-now-pay-later-ecommerce-financing-consumer-credit>.
- Indonesian e-Commerce Consumer Behavior Report 2021*. (2021). Kata Data Insight Center, Kredivo.
- Limbu, Y. B. (2017). Credit card knowledge, social motivation, and credit card misuse among college students: Examining the information-motivation-behavioral skills model. *International Journal of Bank Marketing*, 35(5), 842–856. <https://doi.org/10.1108/IJBM-04-2016-0045>
- Liu, L., & Zhang, H. (2021). Financial literacy, self-efficacy and risky credit behavior among college students: Evidence from online consumer credit. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 32, 100569. <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2021.100569>
- Lind, T., Ahmed, A., Skagerlund, K., Strömbäck, C., Västfjäll, D., & Tinghög, G. (2020). Competence, confidence, and gender: the role of objective and subjective financial knowledge in household finance. *Journal of Family and Economic Issues*, 41(4), 626–638. <https://doi.org/10.1007/s10834-020-09678-9>
- Lyons, A. C. (2008). Risky credit card behavior of college students. In J. J. Xiao (Ed.), *handbook of consumer finance research* (pp. 185–207). Springer New York. https://doi.org/10.1007/978-0-387-75734-6_11
- Livingstone, S.M., Lunt, P.K., (1992). Predicting personal debt and debt repayment: Psychological, social, and economic determinants. *Journal of Economic Psychology*, 13(1), 111–134. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/016748709290055C>
- Naumovska, L. (2017). Marketing communication strategies for generation Y – millennials. *Business Management and Strategy*, 8(1), 123. <https://doi.org/10.5296/bms.v8i1.10260>

- Newcomb. (2021, August 9). Why millennials and gen-Zs are jumping on the buy now, pay later trend. CNBC. <https://www.cnbc.com/2021/08/07/why-millennials-and-gen-zs-are-jumping-on-the-buy-now-pay-later-trend.html>
- Otoritas Jasa Keuangan. *Statistik Fintech Agustus 2021*. (2021). Retrieved February 5, 2022, from <https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/data-dan-statistik/fintech/Pages/Statistik-Fintech-Lending-Periode-Agustus-2021.aspx>
- OCBC NISP. (2021). Financial Fitness Index 2021. <https://ruangmenyala.com/financialfitnesscentre/detail/ocbc-nisp-financial-fitness-index-2021>.
- Palan, K. M., Morrow, P. C., Trapp, A., & Blackburn, V. (2011). Compulsive buying behavior in college students: the mediating role of credit card misuse. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(1), 81–96. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190105>
- Robb, C. A. (2017). College student financial stress: are the kids alright? *Journal of Family and Economic Issues*, 38(4), 1–14. <https://doi.org/10.1007/s10834-017-9527-6>
- Sotiropoulos, V., & d’Astous, A. (2013). Attitudinal, Self-Efficacy, and Social Norms Determinants of Young Consumers’ Propensity to Overspend on Credit Cards. *Journal of Consumer Policy*, 36(2), 179–196. <https://doi.org/10.1007/s10603-013-9223-3>
- Wang, L., Lu, W., & Malhotra, N. K. (2011). Demographics, attitude, personality and credit card features correlate with credit card debt: A view from China. *Journal of Economic Psychology*, 32(1), 179–193. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2010.11.006>
- Xiao, J. J., Tang, C., Serido, J., & Shim, S. (2011). Antecedents and consequences of risky credit behavior among college students: application and extension of the theory of planned behavior. *Journal of Public Policy & Marketing*, 30(2), 239–245. <https://doi.org/10.1509/jppm.30.2.239>
- Xiao, J. J., Ahn, S. Y., Serido, J., & Shim, S. (2014). Earlier financial literacy and later financial behaviour of college students: financial literacy and financial behaviour. *International Journal of Consumer Studies*, 38(6), 593–601. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12122>
- Zainudin, R., Mahdzan, N. S., & Yeap, M. Y. (2019). Determinants of credit card misuse among Gen Y consumers in urban Malaysia. *International Journal of Bank Marketing*, 37(5), 1350–1370. <https://doi.org/10.1108/IJBM-08-2018-0215>