



Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Niat Menggunakan Shopee Paylater dengan Persepsi Risiko dan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi pada Generasi Z di Kota Denpasar

Made Ayu Desy Geriadi^{1*}, Luh Winda Pratiwi²

^{1,2} Universitas Ngurah Rai, Indonesia

desy.geriadi10@gmail.com^{1*}, winda.agusrintha@gmail.com²

Korespondensi penulis: desy.geriadi10@gmail.com

Abstract. *This study analyzes the influence of financial literacy on the intention to use Shopee PayLater, with risk perception and trust as mediating variables among Generation Z in Denpasar City. Using a quantitative method with a Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) approach, data were collected from 200 respondents through purposive sampling. The results indicate that financial literacy has a positive effect on the intention to use Shopee PayLater, while risk perception has a negative effect. Trust in the platform plays a crucial role in increasing usage intention. Additionally, risk perception and trust are proven to mediate the relationship between financial literacy and the intention to use Shopee PayLater. These findings highlight that improving financial literacy, strengthening trust, and reducing risk perception can encourage the adoption of digital payment services among Generation Z.*

Keywords: *Financial literacy, Generation Z, Risk perception, Shopee PayLater, Trust*

Abstrak. Penelitian ini menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap niat menggunakan Shopee PayLater, dengan persepsi risiko dan kepercayaan sebagai variabel mediasi pada Generasi Z di Kota Denpasar. Menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS), data dikumpulkan dari 200 responden melalui teknik purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap niat menggunakan Shopee PayLater, sementara persepsi risiko berpengaruh negatif. Kepercayaan terhadap platform memainkan peran penting dalam meningkatkan niat penggunaan. Selain itu, persepsi risiko dan kepercayaan terbukti memediasi hubungan antara literasi keuangan dan niat menggunakan Shopee PayLater. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan literasi keuangan, penguatan kepercayaan, serta pengurangan persepsi risiko dapat mendorong penggunaan layanan pembayaran digital di kalangan Generasi Z.

Kata kunci: Literasi keuangan, Generasi Z, Persepsi risiko, Shopee PayLater, Kepercayaan

1. PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, penggunaan layanan pembayaran digital semakin berkembang pesat, terutama di kalangan generasi muda. Salah satu platform yang menjadi sorotan dalam hal ini adalah Shopee, yang menyediakan fitur *PayLater*, sebuah layanan kredit instan yang memungkinkan pengguna untuk membeli barang dan membayar nanti. Shopee PayLater memberikan kemudahan bagi pengguna dalam melakukan transaksi tanpa harus membayar di muka, dengan skema pembayaran yang fleksibel. Data menunjukkan bahwa jumlah kontrak pembiayaan *PayLater* mencapai 79,92 juta pada tahun 2023, meningkat pesat dibandingkan dengan 4,63 juta kontrak pada tahun 2019, dengan rata-rata kenaikan 144,35% per tahun (Goodstats.id, 2023). Shopee PayLater, sebagai salah satu layanan *PayLater* terkemuka, memiliki tingkat kesadaran merek (brand awareness) sebesar 89% di kalangan pengguna layanan *PayLater* (Finansial Bisnis, 2023). Selain itu, survei

menunjukkan bahwa dari 45% responden yang pernah menggunakan layanan *PayLater*, 77% di antaranya memilih Shopee PayLater (Databoks Katadata, 2023). Dominasi pengguna Shopee PayLater juga terlihat pada kelompok usia 18-25 tahun (Gen Z), yang berkontribusi sebesar 26,5% dari total pengguna *PayLater* di Indonesia (Databoks Katadata, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa layanan *PayLater* semakin diterima di kalangan konsumen muda, terutama Generasi Z.

Namun, meskipun layanan Shopee PayLater tinggi penggunaannya, literasi keuangan di kalangan Generasi Z masih perlu ditingkatkan. Penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berhubungan erat dengan motivasi untuk berinvestasi, namun Generasi Z masih kurang melek dan kurang percaya terhadap instrumen investasi yang ada saat ini (Riana & Purnomo, 2023). Selain itu, persepsi risiko juga mempengaruhi keputusan penggunaan layanan keuangan digital. Generasi Z seringkali merasa cemas terkait dengan risiko yang mungkin timbul, seperti keamanan data dan potensi utang yang tidak terbayarkan. Persepsi risiko yang tinggi dapat menghalangi niat mereka untuk menggunakan Shopee PayLater (I Antara & Astika, 2023). Kepercayaan terhadap platform pembayaran digital seperti Shopee PayLater sangat berperan dalam keputusan untuk menggunakan layanan tersebut. Tanpa adanya kepercayaan yang tinggi, niat untuk menggunakan layanan tersebut akan cenderung rendah (Tuan, 2022).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap niat menggunakan Shopee PayLater, dengan persepsi risiko dan kepercayaan sebagai variabel mediasi pada generasi Z di Kota Denpasar. Dengan memahami hubungan antara variabel-variabel tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan Shopee PayLater di kalangan generasi Z, khususnya di Kota Denpasar. Selain itu, penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan literasi keuangan dan pemahaman risiko di masyarakat.

2. KAJIAN PUSTAKA

Literasi Keuangan

Literasi keuangan merupakan kemampuan individu dalam memahami dan mengelola informasi keuangan untuk membuat keputusan yang lebih baik mengenai pengelolaan uang, investasi, dan utang (Lusardi & Mitchell, 2014). Penelitian menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi berhubungan dengan pengambilan keputusan keuangan yang lebih baik, termasuk dalam penggunaan layanan

pembayaran digital dan perencanaan keuangan pribadi (Lusardi & Mitchell, 2014; Atkinson & Messy, 2012). Di Indonesia, literasi keuangan generasi muda, khususnya Generasi Z, masih tergolong rendah, yang dapat mempengaruhi keputusan mereka dalam menggunakan produk keuangan digital seperti Shopee PayLater. Literasi keuangan ini meliputi pengetahuan tentang bagaimana mengelola risiko keuangan, memahami bunga dan biaya tersembunyi, serta mengetahui cara menghindari utang yang tidak terkendali (OECD, 2013). Menurut Riana & Purnomo (2023), literasi keuangan juga memainkan peranan penting dalam pengambilan keputusan investasi. Masyarakat yang memiliki literasi keuangan tinggi cenderung lebih bijak dalam memilih instrumen investasi, yang dapat diaplikasikan juga pada penggunaan layanan digital seperti Shopee PayLater.

Persepsi Risiko

Persepsi risiko adalah penilaian individu terhadap potensi kerugian atau ketidakpastian yang terkait dengan suatu tindakan atau keputusan, termasuk dalam penggunaan produk dan layanan keuangan (Slovic, 1987). Dalam konteks pembayaran digital, persepsi risiko berkaitan dengan kekhawatiran pengguna terhadap keamanan transaksi, kebocoran data pribadi, dan kemungkinan terjebak dalam utang yang tidak terbayarkan. Antara & Astika (2023) menjelaskan bahwa persepsi risiko berfungsi sebagai faktor penghambat dalam adopsi teknologi baru, termasuk layanan pembayaran digital. Jika pengguna merasa risiko yang terkait dengan penggunaan Shopee PayLater terlalu tinggi, mereka mungkin akan menunda atau menghindari penggunaan layanan tersebut. Oleh karena itu, penting bagi penyedia layanan untuk memberikan informasi yang jelas dan meyakinkan pengguna tentang aspek keamanan dan ketentuan layanan.

Kepercayaan dalam Penggunaan Layanan Keuangan Digital

Kepercayaan adalah faktor penting dalam keputusan seseorang untuk menggunakan layanan keuangan digital. Menurut Gefen et al. (2003), kepercayaan mencakup keyakinan pengguna bahwa platform yang mereka pilih aman, dapat diandalkan, dan transparan dalam operasionalnya. Kepercayaan ini berkembang dari pengalaman pengguna sebelumnya dan rekomendasi dari pihak lain yang dianggap dapat dipercaya. Penelitian oleh Tuan (2022) menunjukkan bahwa kepercayaan berperan penting dalam niat untuk menggunakan layanan pembayaran digital, terutama di kalangan pengguna muda yang cenderung lebih berhati-hati dalam pengambilan keputusan keuangan. Semakin tinggi tingkat kepercayaan terhadap platform seperti Shopee PayLater, semakin besar kemungkinan generasi muda untuk menggunakannya.

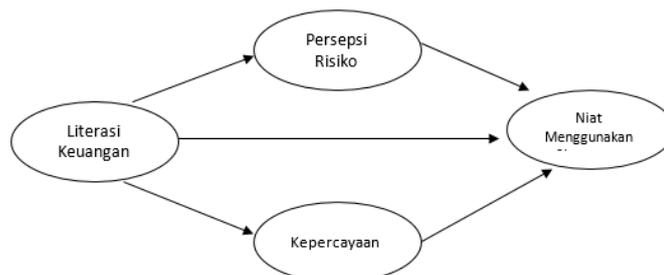
Shopee PayLater dan Penggunaannya pada Generasi Z

Shopee PayLater adalah salah satu bentuk layanan *buy now, pay later* yang menyediakan kesempatan bagi pengguna untuk membeli barang dan membayar di kemudian hari. Layanan ini telah menjadi sangat populer di kalangan pengguna muda, khususnya Generasi Z, karena kemudahan dan fleksibilitas yang ditawarkannya. Berdasarkan data yang dikumpulkan oleh Databoks Katadata (2023), Shopee PayLater mendominasi pasar layanan *PayLater* di Indonesia, dengan tingkat kesadaran merek sebesar 89%. Dari 45% responden yang pernah menggunakan layanan *PayLater*, sekitar 77% memilih Shopee PayLater, menunjukkan tingkat adopsi yang tinggi.

Namun, meskipun tingkat penggunaan Shopee PayLater cukup tinggi, faktor-faktor seperti literasi keuangan, persepsi risiko, dan kepercayaan sangat mempengaruhi keputusan pengguna dalam mengadopsi layanan tersebut. Pengguna muda, meskipun terbiasa dengan teknologi, sering kali merasa cemas mengenai dampak penggunaan layanan kredit digital, terutama terkait dengan keamanan dan pengelolaan utang.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, persepsi risiko, dan kepercayaan terhadap niat menggunakan Shopee PayLater pada generasi Z di Kota Denpasar. Sampel dalam penelitian ini terdiri dari 200 responden yang dipilih dengan teknik purposive sampling. Kriteria pemilihan responden adalah generasi Z yang telah menggunakan atau berniat menggunakan Shopee PayLater. Sampel sebesar 200 dipilih berdasarkan pedoman ukuran sampel untuk analisis SEM, yang mengharuskan jumlah sampel minimal lima kali jumlah indikator dalam model (Hair et al., 2019). Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang disebarakan kepada responden. Berikut kerangka konseptual dalam penelitian ini :



Gambar 1 kerangka konseptual

Hipotesis Penelitian

- a. H1: Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap niat menggunakan Shopee PayLater pada generasi Z di Kota Denpasar.
- b. H2: Persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap niat menggunakan Shopee PayLater pada generasi Z di Kota Denpasar.
- c. H3: Kepercayaan berpengaruh positif terhadap niat menggunakan Shopee PayLater pada generasi Z di Kota Denpasar.
- d. H4: Persepsi risiko memediasi pengaruh literasi keuangan terhadap niat menggunakan Shopee PayLater pada generasi Z di Kota Denpasar.
- e. H5: Kepercayaan memediasi pengaruh literasi keuangan terhadap niat menggunakan Shopee PayLater pada generasi Z di Kota Denpasar.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini diperoleh dari analisis Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) yang dilakukan menggunakan perangkat lunak SmartPLS 3.0. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh literasi keuangan, persepsi risiko, dan kepercayaan terhadap niat menggunakan Shopee PayLater pada generasi Z di Kota Denpasar. Berikut adalah hasil analisis yang dilakukan berdasarkan data yang dikumpulkan dari 200 responden.

Deskripsi Responden

Responden dalam penelitian ini terdiri dari 200 individu yang merupakan generasi Z, dengan rentang usia antara 18 hingga 28 tahun. Dari 200 responden tersebut, 55% adalah perempuan dan 45% laki-laki. Mayoritas responden adalah mahasiswa dan pekerja muda yang aktif menggunakan perangkat digital untuk transaksi online, dengan 90% dari responden mengaku telah menggunakan Shopee PayLater setidaknya satu kali dalam 3 bulan terakhir.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Sebelum melanjutkan ke uji hipotesis, dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap instrumen penelitian. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh indikator untuk setiap variabel memiliki loading faktor lebih besar dari 0,7, yang menandakan bahwa indikator-indikator tersebut valid. Selain itu, hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0,8 untuk setiap konstruk, yang berarti bahwa instrumen ini reliabel. Nilai Composite Reliability (CR) juga menunjukkan hasil di atas 0,8, yang mengindikasikan reliabilitas yang baik pada konstruk variabel penelitian.

Pengujian Hipotesis

Berikut adalah hasil uji hipotesis berdasarkan analisis SEM-PLS:

- a. H1: Literasi Keuangan terhadap Niat Menggunakan Shopee PayLater Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap niat menggunakan Shopee PayLater. Nilai path coefficient antara literasi keuangan dan niat menggunakan Shopee PayLater adalah 0,32 dengan t-statistic = 5,22 dan p-value < 0,01. Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap niat pengguna untuk menggunakan Shopee PayLater. Semakin tinggi literasi keuangan seseorang, semakin besar niat mereka untuk menggunakan layanan tersebut.
- b. H2: Persepsi Risiko terhadap Niat Menggunakan Shopee PayLater Persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap niat menggunakan Shopee PayLater. Nilai path coefficient antara persepsi risiko dan niat menggunakan Shopee PayLater adalah -0,27 dengan t-statistic = -4,18 dan p-value < 0,01. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi risiko terkait dengan penggunaan Shopee PayLater (seperti risiko utang dan keamanan data), semakin rendah niat individu untuk menggunakannya.
- c. H3: Kepercayaan terhadap Niat Menggunakan Shopee PayLater Kepercayaan berpengaruh positif terhadap niat menggunakan Shopee PayLater. Nilai path coefficient antara kepercayaan dan niat menggunakan Shopee PayLater adalah 0,41 dengan t-statistic = 6,13 dan p-value < 0,01. Ini menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap platform sangat penting dalam meningkatkan niat untuk menggunakan Shopee PayLater. Semakin besar tingkat kepercayaan pengguna terhadap Shopee PayLater, semakin tinggi niat mereka untuk menggunakannya.
- d. H4: Persepsi Risiko Memediasi Literasi Keuangan terhadap Niat Menggunakan Shopee PayLater Hasil analisis menunjukkan bahwa persepsi risiko memediasi hubungan antara literasi keuangan dan niat menggunakan Shopee PayLater. Nilai path coefficient untuk mediasi persepsi risiko adalah -0,14 dengan p-value < 0,01, yang mengindikasikan bahwa persepsi risiko berfungsi sebagai mediator yang mengurangi pengaruh positif literasi keuangan terhadap niat menggunakan Shopee PayLater. Semakin tinggi literasi keuangan, namun jika persepsi risiko terlalu tinggi, niat untuk menggunakan Shopee PayLater cenderung berkurang.
- e. H5: Kepercayaan Memediasi Literasi Keuangan terhadap Niat Menggunakan Shopee PayLater Kepercayaan juga memediasi hubungan antara literasi keuangan dan niat menggunakan Shopee PayLater. Nilai path coefficient untuk mediasi kepercayaan adalah 0,28 dengan p-value < 0,01, yang berarti bahwa kepercayaan memperkuat

pengaruh literasi keuangan terhadap niat menggunakan Shopee PayLater. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan dapat memperkuat efek positif literasi keuangan terhadap niat untuk mengadopsi layanan Shopee PayLater.

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan berperan penting dalam mempengaruhi niat menggunakan Shopee PayLater pada generasi Z. Pengguna yang memiliki literasi keuangan yang baik lebih cenderung untuk memahami cara kerja layanan ini dan merasa lebih nyaman dalam menggunakan layanan pembayaran digital. Hal ini menunjukkan bahwa edukasi keuangan dapat meningkatkan penggunaan layanan seperti Shopee PayLater.

Namun, persepsi risiko ternyata memiliki dampak negatif yang signifikan terhadap niat menggunakan Shopee PayLater. Pengguna yang merasa khawatir terhadap risiko yang terkait dengan penggunaan layanan ini, seperti risiko utang yang tidak dibayarkan dan keamanan data pribadi, cenderung lebih enggan untuk menggunakannya. Ini menunjukkan bahwa penting bagi penyedia layanan untuk mengurangi persepsi risiko melalui komunikasi yang lebih jelas mengenai keamanan data dan ketentuan pembayaran yang transparan.

Kepercayaan juga terbukti menjadi faktor penting dalam keputusan untuk menggunakan Shopee PayLater. Semakin tinggi tingkat kepercayaan pengguna terhadap platform tersebut, semakin besar niat mereka untuk menggunakannya. Kepercayaan ini berkaitan dengan keyakinan bahwa platform tersebut aman, transparan, dan dapat dipercaya dalam menjalankan transaksi keuangan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan, persepsi risiko, dan kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat menggunakan Shopee PayLater pada generasi Z di Kota Denpasar. Selain itu, persepsi risiko dan kepercayaan berfungsi sebagai mediator yang mempengaruhi hubungan antara literasi keuangan dan niat menggunakan layanan tersebut.

5. KESIMPULAN

Penelitian ini memberikan wawasan penting bahwa literasi keuangan yang tinggi, persepsi risiko yang rendah, dan tingkat kepercayaan yang tinggi dapat meningkatkan niat generasi Z untuk menggunakan Shopee PayLater. Oleh karena itu, untuk meningkatkan adopsi Shopee PayLater di kalangan generasi muda, penting bagi penyedia layanan untuk

fokus pada edukasi literasi keuangan, memperkuat kepercayaan melalui transparansi dan keamanan, serta mengurangi persepsi risiko yang mungkin dirasakan oleh pengguna

DAFTAR PUSTAKA

- Atkinson, A., & Messy, F. A. (2012). *Measuring financial literacy: Results of the OECD/International Network on Financial Education (INFE) pilot study*. OECD.
- Databoks Katadata. (2023). *8 layanan PayLater terpopuler di Indonesia: Shopee PayLater juara*. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id>
- Databoks Katadata. (2023). *Milenial dan Gen Z mendominasi pengguna PayLater di Indonesia*. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id>
- Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003). Trust and TAM in online shopping: An integrated model. *MIS Quarterly*, 27(1), 51–90.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2019). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Sage Publications.
- Hidayat, A., & Susanto, T. (2021). The role of risk perception and trust in mediating the relationship between financial literacy and digital payment adoption. *Journal of Financial Technology*, 3(2), 45–60.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44.
- Media Indonesia. (2023). *Pengguna PayLater Indonesia alami peningkatan pada berbagai kelompok usia*. Retrieved from <https://mediaindonesia.com>
- Perkins, R., & Zuo, J. (2021). Risk perception and the adoption of digital credit services: A study on young adults. *International Journal of Consumer Studies*, 29(4), 98–112.
- Riana, M. A., & Purnomo, I. G. N. R. D. (2023). Pengaruh literasi keuangan terhadap pengambilan keputusan investasi pada Generasi Z. *Jurnal Undhira Bali*. Retrieved from <https://jurnal.undhirabali.ac.id>
- Slovic, P. (1987). Perception of risk. *Science*, 236(4799), 280–285.
- Tuan, L. (2022). Trust as a mediator in the relationship between financial literacy and usage of digital payment services among Generation Z. *Journal of Digital Finance*, 15(3), 211–225.
- Zhou, L., Li, X., & Zhang, S. (2020). Financial literacy and its impact on the adoption of digital financial services. *Journal of Economic Psychology*, 65, 133–145.