



Pengaruh Literasi Keuangan Dan *Financial Experience* Generasi Milenial Terhadap Penggunaan *Paylater* Pada *E-Commerce*

Pera Dwiwansi¹, Endah Dewi Purnamasari², Shafiera Lazuardi³

^{1),2),3)}Universitas Indo Global Mandiri, Palembang

email: ¹⁾peradwiwansi@gmail.com ²⁾endahdps@uigm.ac.id ³⁾shafieralazuardi@uigm.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of financial literacy and Millennial Generation Financial Experience on the use of PayLater in E-Commerce. 2) This research was conducted on KSPM students (Capital Market Study Group) at 7 Universities in Palembang City. 3) This type of research is quantitative research by distributing research questionnaires through the Google Form. The population is 180 with sample of 150 respondents. 4) Based on the results of the t-test analysis, it shows that financial literacy has a significant effect on the use of PayLater in E-Commerce. 5) While Financial Experience has no significant effect on the use of PayLater in E-Commerce. 6) Then the results of the F test analysis (simultaneous) show that financial literacy and financial experience jointly influence the use of PayLater in E-Commerce in 7 Palembang City universities. 7) That developments in the digital era provide financial experiences for students to get to know the use of Financial Technology which is present in providing ease of accessing and transacting financial products and increasing financial literacy.

Keywords: Financial Literacy, Financial Experience, PayLater, E-Commerce

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan dan Pengalaman Finansial Generasi Milenial terhadap penggunaan PayLater di E-Commerce. 2) Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa KSPM (Kelompok Studi Pasar Modal) di 7 Perguruan Tinggi di Kota Palembang. 3) Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner penelitian melalui Google Form. Jumlah populasi 180 dengan sampel 150 responden. 4) Berdasarkan hasil analisis uji t menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan PayLater di E-Commerce. 5) Sedangkan Financial Experience tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan PayLater di E-Commerce. 6) Kemudian hasil analisis uji F (simultan) menunjukkan literasi keuangan dan pengalaman keuangan secara bersama-sama berpengaruh terhadap penggunaan PayLater pada E-Commerce di 7 perguruan tinggi Kota Palembang. 7) Bahwa perkembangan era digital memberikan pengalaman finansial bagi mahasiswa untuk mengenal penggunaan Financial Technology yang hadir dalam memberikan kemudahan dalam mengakses dan bertransaksi produk keuangan serta meningkatkan literasi keuangan.

Kata kunci: Literasi Keuangan, Pengalaman Keuangan, PayLater, E-Commerce

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi berdampak besar pada berbagai aspek kehidupan di era digital, seperti financial atau keuangan. Sektor keuangan memegang peranan penting dalam perekonomian dan akan terus berkembang sesuai dengan kebutuhan masyarakat (Novendra & Aulianisa, 2020). Teknologi informasi terus berkembang, berubah dan semakin canggih. Dengan semakin canggihnya teknologi, sehingga membawa banyak kemudahan bagi kehidupan masyarakat. Kemudahan ini juga terlihat dalam dunia bisnis, khususnya dalam perdagangan. Sekarang perdagangan tidak dapat dipisahkan dari teknologi informasi. Istilah *E-Commerce* muncul dari kegiatan gabungan antara perdagangan dan teknologi informasi (Hendarsyah, 2019)

Dalam mengendalikan pola dan perilaku belanja konsumen, jumlah pengguna *E-Commerce* harus diimbangi dengan literasi keuangan digital konsumen. Sholeh (2019) menyatakan bahwa perilaku keuangan merupakan bagian dari penerapan pendidikan keuangan dan diperkirakan berdampak positif pada kesejahteraan finansial. Literasi keuangan mungkin menjadi semakin penting dalam pendidikan di era digital (Morgan *et al.*, 2019).

Pengalaman keuangan termasuk faktor-faktor yang mempengaruhi literasi keuangan. Literasi keuangan tidak lengkap tanpa pengalaman keuangan. Menurut Ameliawati & Setiyani (2018) mengatakan orang dengan banyak pengalaman keuangan memiliki literasi keuangan yang tinggi, sedangkan orang dengan sedikit pengalaman keuangan sebaliknya memiliki tingkat literasi keuangan yang rendah. Hal ini sejalan dengan penelitian Sohn *et al.*, (2012) bahwa pengalaman keuangan atau *financial experience* berpengaruh signifikan terhadap literasi keuangan. Sama halnya menurut Justyn & Marheni (2020) menyatakan *financial experience* berpengaruh signifikan positif terhadap *financial literacy*. Namun hasil penelitian dari Safitri & Kartawinata (2020) bahwa bertolak belakang yaitu *financial experience* tidak memengaruhi *financial management behavior*.

Beberapa penelitian telah dilakukan sebelumnya diantaranya Sholeh (2019) menyatakan literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan mahasiswa. Begitu juga dengan Azizah (2020) mengatakan terdapat hubungan antara literasi keuangan dan gaya hidup, karena semakin baik tingkat literasi dan kepercayaan maka semakin tinggi perilaku keuangan. (Putri & Mulatsih, 2022) menyebutkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *fintech payment (PayLater)* pada Shopee. Sedangkan berdasarkan penelitian Ansar *et al.*, (2022) menyebutkan sebagian besar mahasiswa tidak tertarik terhadap fitur *Paylater* karena takut menjadi boros dan mempunyai hutang dikemudian hari.

Saat ini, perubahan gaya hidup konsumen pada generasi modern yang disebut sebagai generasi milenial (*Millenial generation*) sangat terlihat. Generasi milenial adalah generasi modern yang hidup pada pergantian milenium. Pada saat yang sama, di era ini, teknologi digital mulai memasuki semua aspek kehidupan. Milenial juga dikenal sebagai generasi Y, lahir antara tahun 1980 dan 2000. Sehingga dapat dikatakan bahwa generasi milenial adalah kaum muda masa kini yang berusia sekitar 15 hingga 34 tahun. Rentang usia ini sesuai dengan usia rata-rata mahasiswa yang menempuh pendidikan di perguruan tinggi yakni sekitar 19 sampai 34 tahun (Hidayatullah dkk, 2018).

Generasi milenial memiliki rasa keingintahuan tentang tabungan dan investasi. Namun, mereka biasanya beralasan tidak bisa menabung dan berinvestasi dikarenakan tidak memiliki uang lebih, takut dan tidak paham mengenai investasi. Menurut Ratnasari (2021) sebagian besar pengeluaran milenial dihabiskan untuk nongkrong di kafe, membeli gadget atau handphone terbaru, dan jalan-jalan ke tempat baru. Kebiasaan lain yang terlihat adalah generasi ini memilih yang lebih praktis dan murah. Seperti transportasi sehari-hari ke kampus atau kantor menggunakan transportasi online daripada membeli sendiri. Sewa apartemen atau rumah kos daripada membeli rumah sendiri. Hal ini dapat menyebabkan berkurangnya kepemilikan aset dan ketidakstabilan keuangan.

Oleh karena itu, generasi milenial saat ini khususnya mahasiswa dalam kehidupan sehari-hari sangat dekat dengan smartphone dan internet juga diharapkan untuk lebih peka terhadap perubahan saat ini. Mahasiswa merupakan harapan bangsa dituntut untuk lebih cerdas, baik secara akademik dan non akademik, sikap serta empati. Mahasiswa yang bijak dalam mengelola keuangannya tentu saja akan menjadi pribadi yang lebih maju dari yang lain (Try wulandari dkk, 2022).

Pada saat yang sama, hal ini membuka berbagai potensi kesenjangan masalah di pasar dan lembaga keuangan serta penyedia layanan keuangan yang berkembang melalui kehadiran model bisnis, aplikasi, proses, dan produk baru dalam layanan keuangan (Novendra & Aulianisa, 2020). Untuk meningkatkan transaksi, sebagian besar bisnis *E-Commerce* sudah mulai menawarkan fitur *PayLater*, atau layanan pembayaran cicilan tanpa kartu kredit. Penggunaan karakteristik *PayLater* harus diimbangi dengan perilaku keuangan yang tepat. Karena bahaya penggunaan karakteristik *PayLater* di era saat ini dapat terjadi dalam situasi hilangnya perilaku

pengendalian atau manajemen keuangan pada generasi milenial atau yang disebut generasi Y, sehingga sebagian besar generasi milenial belum mandiri secara finansial dan mendorong pembelian impulsif pada generasi Y (Yolanda dkk, 2022).

Penulis juga mewawancarai generasi Y pada beberapa mahasiswa mengenai *PayLater*. Penulis menemukan bahwa dari beberapa mahasiswa generasi milenial tersebut menghadapi kesulitan dalam mengatur keuangan dan memiliki pemahamannya yang kurang mengenai literasi keuangan untuk membuat keputusan terhadap perilaku keuangannya. Kebanyakan dari mahasiswa tersebut lebih tertarik menggunakan *PayLater* yang memberikan promo menarik tanpa tahu risiko dari bunganya yang justru membuat pengeluaran bertambah. Belum adanya pengalaman keuangan juga menjadi faktor yang mempengaruhi generasi milenial terhadap karakteristiknya yang memilih praktis dan murah. Namun beberapa dari mahasiswa tersebut juga memiliki keinginan untuk melakukan investasi atau menabung tetapi mereka memiliki pemahaman yang kurang mengenai keuangan.

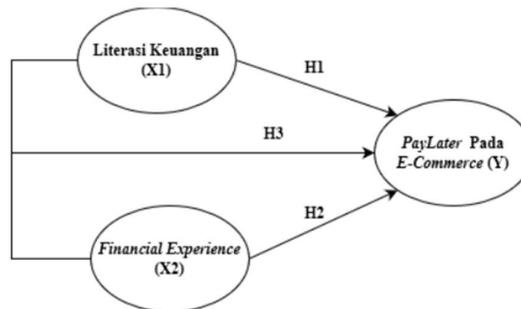
Dari penjelasan diatas, maka penulis ingin mengetahui apakah Literasi Keuangan dan *Financial Experience* berpengaruh terhadap penggunaan *PayLater* pada *E-Commerce* bagi mahasiswa universitas di kota Palembang, yang merupakan generasi milenial saat ini. Penulis memilih mahasiswa dari universitas di Kota Palembang yang tergabung di dalam KSPM, karena sudah memiliki pemahaman yang lebih dalam mengenai literasi keuangan dan mereka juga memiliki pengalaman keuangan seperti melakukan investasi atau penanaman modal saham. Mahasiswa KSPM juga merupakan mahasiswa mayoritas dari Fakultas Ekonomi, yang telah mempunyai pengetahuan dasar mengenai keuangan dan ekonomi.

Dengan berbagai hal yang telah dipaparkan di atas, maka penulis tertarik mengambil judul “**Pengaruh Literasi Keuangan dan *Financial Experience* Generasi Milenial Terhadap Penggunaan *PayLater* Pada *E-Commerce*.”**

Kerangka Konseptual

Kerangka konsep atau kerangka pemikiran dalam penelitian ini dibuat berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian, dan tinjauan pustaka yang telah dijelaskan sebelumnya, yaitu Pengaruh Literasi keuangan dan *Financial Experience* Generasi Milenial Terhadap Penggunaan *Paylater* Pada *E-Commerce*.

Gambar 1
Kerangka Pemikiran



Keterangan:

- H1: Pengaruh literasi keuangan generasi milenial terhadap penggunaan *PayLater* pada *E-Commerce*.
- H2: Pengaruh *financial experience* generasi milenial terhadap penggunaan *PayLater* pada *E-Commerce*.
- H3: Pengaruh literasi keuangan dan *financial experience* generasi milenial terhadap penggunaan *PayLater* pada *E-Commerce*.

Hipotesis

Berdasarkan pada kerangka pemikiran tersebut diatas, maka tersusun perumusan hipotesis penelitian sebagai berikut :

Hipotesis 1

Putri & Mulatsih (2022) bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *fintech payment (paylater)* pada Shopee. Rochaniah & sari (2021) mengatakan peningkatan literasi keuangan digital juga dapat meningkatkan kemampuan konsumen dalam membuat keputusan pembelian yang tepat. Menurut Wijayanti *et al.*, (2022) ketika tingkat literasi keuangan pada generasi milenial meningkat, maka dapat memotivasi mereka untuk menggunakan teknologi baru seperti Shopee *paylater*.

- H1: Literasi keuangan generasi milenial terhadap penggunaan *Paylater* pada *E-Commerce*.

Hipotesis 2

Menurut Naufalia dkk., (2022) pengalaman keuangan kaum milenial di wilayah Bekasi memiliki dampak positif yang signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan mereka. Purwidiyanti & Tubastuvi (2019) mengatakan pengalaman keuangan mempunyai pengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan. Pengalaman keuangan dapat digunakan sebagai proses pembelajaran individu untuk menghadapi masalah keuangan dan membuat keputusan di masa depan.

H2: *Financial Experience* generasi milenial berpengaruh positif terhadap penggunaan *PayLater* pada *E-Commerce*.

Hipotesis 3

Menurut Ameliawati & Setiyani (2018) pengalaman keuangan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keuangan. Literasi keuangan tidak lengkap tanpa pengalaman keuangan. Penelitian Wijayanti *et al.*, (2022) mengatakan ketika literasi keuangan pada generasi milenial lebih tinggi, maka dapat memotivasi mereka untuk menggunakan teknologi baru seperti pembayaran Shopee. Dengan Shopee *PayLater*, kaum milenial bisa memenuhi kebutuhannya yang terus meningkat. Menurut penelitian Sriwidodo & Sumaryanto (2018) untuk bertahan hidup di masa depan, kita juga membutuhkan pengalaman dalam mengelola keuangan. Keputusan perencanaan investasi keuangan yang tepat dan akurat diperlukan untuk meningkatkan pendapatan, pengeluaran, dan membayar kewajiban sehingga dapat mengontrol keuangan dengan baik. Menurut Ameliawati & Setiyani (2018) pengalaman keuangan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keuangan. Literasi keuangan tidak lengkap tanpa pengalaman keuangan. Penelitian Wijayanti *et al.*, (2022) mengatakan ketika literasi keuangan pada generasi milenial lebih tinggi, maka dapat memotivasi mereka untuk menggunakan teknologi baru seperti pembayaran Shopee. Dengan Shopee *PayLater*, kaum milenial bisa memenuhi kebutuhannya yang terus meningkat. Menurut penelitian Sriwidodo & Sumaryanto (2018) untuk bertahan hidup di masa depan, kita juga membutuhkan pengalaman dalam mengelola keuangan. Keputusan perencanaan investasi keuangan yang tepat dan akurat diperlukan untuk meningkatkan pendapatan, pengeluaran, dan membayar kewajiban sehingga dapat mengontrol keuangan dengan baik.

H3: Literasi keuangan dan *Financial Experience* Generasi Milenial berpengaruh positif terhadap penggunaan *PayLater* pada *E-Commerce*.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini akan membahas permasalahan mengenai pengaruh literasi keuangan dan *financial experience* generasi milenial terhadap penggunaan *paylater* pada *e-commerce*. Penelitian ini menggunakan kuesioner yang diadaptasi dari beberapa penelitian terdahulu terkait variabel yang sama.

Objek pada penelitian ini adalah mahasiswa/i KSPM di Kota Palembang. Penelitian ini dilakukan pada perguruan tinggi yang memiliki Kelompok Studi Pasar Modal (KSPM) diantaranya Universitas Sriwijaya, Politeknik Negeri Sriwijaya, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, STIE Aprin, Universitas Muhammadiyah Palembang, Universitas Katolik Musi Charitas, dan Universitas Sjakhyakirti.

Jenis data dalam penelitian adalah penelitian kuantitatif. Metode ini disebut metode kuantitatif karena analisisnya menggunakan statistik. Pendekatan kuantitatif bertujuan untuk mengukur data dan menerapkan statistik untuk menganalisis data. Sarana yang digunakan dalam pendekatan kuantitatif adalah kuesioner yang disebarkan kepada sampel dari populasi tertentu.

Kuesioner untuk penelitian ini menggunakan alat digital yang disebut *Google Form*. Artinya pertanyaan kuesioner dimasukkan ke dalam *Google Form* dan kemudian disebarkan secara digital melalui link atau tautan kepada responden penelitian.

Penelitian ini menggunakan populasi mahasiswa/i perguruan tinggi di kota Palembang, yakni Universitas Sriwijaya, Politeknik Negeri Sriwijaya, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, STIE Aprin, Universitas Muhammadiyah Palembang, Universitas Katolik Musi Charitas, dan Universitas Sjakhyakirti.

Sampel yang digunakan adalah teknik penelitian yang bersifat tidak acak (*non-random sampling*) yaitu dengan menggunakan *Purposive Sampling*, yakni salah satu teknik pengambilan sampel dengan pemilihan sampel berdasarkan memiliki kriteria yang disesuaikan untuk penelitian. Kriteria tersebut ialah yang sudah dan cukup memahami tentang literasi keuangan dan sudah atau belum memiliki *financial experience* dalam penggunaan *PayLater* pada *E-Commerce*.

Penentuan ukuran sampel minimum menurut Hair *et al.*, (2010) adalah 150 responden, yang digunakan adalah mahasiswa/i anggota KSPM perguruan tinggi di kota Palembang. Mahasiswa KSPM

biasanya memiliki pengalaman keuangan yang lebih baik karena mereka sudah lebih mengenal pasar modal jika dibandingkan dengan mahasiswa lainnya.

Teknik analisis data menggunakan SPSS Versi 24 dan menggunakan analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh variabel.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, bertujuan untuk menjelaskan dan membahas hasil penelitian secara menyeluruh serta memberikan pemahaman yang detail. Pendekatan kuantitatif yaitu metode penelitian yang memusatkan perhatian pada masalah-masalah atau fenomena yang bersifat aktual pada saat penelitian dilakukan, kemudian menggambarkan fakta-fakta yang diselidiki sebagaimana adanya diiringi dengan interpretasi yang rasional dan akurat yang dianalisis dalam bentuk angka-angka untuk diambil kesimpulan.

HASIL PENELITIAN

Penelitian ini telah dilakukan dengan menyebarkan kuesioner melalui *Google Form* kepada mahasiswa yang terdiri dari 7 universitas perguruan tinggi di kota Palembang yakni 150 responden sesuai dengan rumus Hair *et al.*, (2010) sebelumnya. Karakteristik pada penelitian ini berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh responden perempuan 107 mahasiswi atau 71,3% daripada responden laki-laki 43 mahasiswa atau 28,7%. Jika berdasarkan usia, responden yang berusia 18-20 tahun sebanyak 117 orang atau 78%, responden usia 21-23 tahun sebanyak 31 orang atau 20,7%, responden berusia 24-25 tahun sebanyak 2 orang atau 1,3%. Dilihat berdasarkan asal universitas perguruan tinggi, Universitas Sriwijaya sebanyak 22 orang atau 14,7%, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang sebanyak 10 orang atau 6,7%, Universitas Muhammadiyah Palembang sebanyak 18 orang atau 12%, Universitas Katolik Musi Charitas sebanyak 25 orang atau 16,7%, Universitas Sjakhyakirti sebanyak 11 orang atau 7,3%, Politeknik negeri Sriwijaya sebanyak 41 orang atau 27,3%, dan STIE APRIN sebanyak 23 orang atau 15,3%. Sedangkan jika dilihat berdasarkan program studi, untuk program studi Akuntansi sebanyak 11 orang atau 7,3%, untuk program studi Manajemen sebanyak 105 orang atau 70%, untuk program studi Ekonomi sebanyak 5 orang atau 3,3%, untuk program studi Administrasi sebanyak 25 orang atau 16,7%, dan untuk program studi Perbankan Syariah sebanyak 4 orang atau 2,7%.

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur ketepatan atau indikator atau kuesioner dari masing-masing variabel. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan r hitung dan r tabel dengan SPSS. Uji validitas menggunakan uji dua arah dengan taraf signifikansinya 1%. Karena pengujian ini dilakukan pada 150 responden, maka menghitung r tabel terlebih dahulu.

$$\begin{aligned}df &= n - 2 \\ &= 150 - 2 = 148\end{aligned}$$

Maka 0,1603 yang mana tingkat kevalidan indikator dapat ditentukan apabila r hitung $>$ r tabel dinyatakan valid sedangkan jika r hitung $<$ r tabel dinyatakan tidak valid.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Pernyataan	Korelasi	r_{tabel}	Keterangan
LK1	0,661	0,1603	Valid
LK2	0,721	0,1603	Valid
LK3	0,640	0,1603	Valid
LK4	0,678	0,1603	Valid
LK5	0,786	0,1603	Valid
LK6	0,773	0,1603	Valid
LK7	0,732	0,1603	Valid
LK8	0,692	0,1603	Valid
FE1	0,863	0,1603	Valid
FE2	0,863	0,1603	Valid
FE3	0,857	0,1603	Valid
P1	0,786	0,1603	Valid
P2	0,800	0,1603	Valid
P3	0,862	0,1603	Valid
P4	0,832	0,1603	Valid
P5	0,704	0,1603	Valid

Sumber: diolah oleh SPSS V.24

Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2016) yang menyatakan bahwa suatu penelitian yang reliabel adalah penelitian yang memuat data yang sama pada waktu yang berbeda, dan suatu instrumen dinyatakan reliabel jika koefisien atau *Cronbach's Alpha* minimal 0,6.

Adapun hasil pengujian pada penelitian ini terhadap variabel Literasi keuangan (X_1), *Financial Experience* (X_2), dan *PayLater* (Y) dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Items	Reliabilitas Minimum	Keterangan
Literasi Keuangan	0,859	8	0,6	Reliabel
<i>Financial Experience</i>	0,825	3	0,6	Reliabel
<i>PayLater</i>	0,857	5	0,6	Reliabel

Sumber: diolah oleh SPSS V.24

ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA

Analisis ini digunakan untuk menganalisis berbagai variabel independen yaitu Literasi Keuangan (X_1), dan *Financial Experience* (X_2) terhadap variabel dependen atau variabel terikat yaitu *PayLater* (Y). Adapun hasil pengolahan data penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a	
Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	5,331	2,330
	Literasi Keuangan	0,365	0,078
	<i>Financial Experience</i>	0,260	0,164

Sumber: diolah oleh SPSS V.24

Dari hasil tabel 3 dilihat dari Unstandardized Coefficients maka persamaan regresinya adalah :
 $Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$

$$Y = 5,331 + 0,365 X_1 + 0,260 X_2 + 2,330$$

- a. Nilai konstanta sebesar 5,331 bernilai positif artinya jika variabel literasi keuangan dan *financial experience* dianggap tidak ada atau sama dengan 0, maka nilai *paylater* akan tetap.
- b. Nilai koefisien regresi Literasi Keuangan menunjukkan nilai sebesar $b_1 = 0,365$ yang artinya jika setiap nilai variabel Literasi keuangan penambahan 1% maka *PayLater* akan meningkat sebesar 0,365.
- c. Nilai koefisien regresi *Financial Experience* menunjukkan nilai sebesar $b_2 = 0,260$ yang artinya jika setiap nilai variabel *Financial Experience* penambahan 1% maka *PayLater* akan meningkat 0,260.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besarnya persentase hubungan variabel independen terhadap variabel dependen. Besarnya persentase tersebut dapat diketahui dari besarnya koefisien determinasi (R²) dengan mengacu pada pedoman interpretasi koefisien determinasi.

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,499 ^a	0,249	0,239	2,817

a. Predictors: (Constant), *Financial Experience*, Literasi Keuangan

Sumber: diolah oleh SPSS V.24

Hasil dari tabel 4 diatas menunjukkan bahwa nilai R square sebesar 0,249 yaitu nilai koefisien determinasi sebesar 24,9%. Angka tersebut berarti *paylater* dapat dijelaskan oleh literasi keuangan dan *financial experience*, sedangkan sisanya yaitu 76,1% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Literasi Keuangan Generasi Milenial terhadap Penggunaan *PayLater* Pada *E-commerce*

Berdasarkan hasil uji yang diperoleh bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap *paylater* dengan ditunjukkannya melalui hasil penelitian dimana objek penelitiannya yakni mahasiswa KSPM yang berarti sudah memiliki pengetahuan keuangan secara umum, tabungan dan pinjaman, investasi serta asuransi yang cukup baik. Mahasiswa KSPM ini juga biasanya berinvestasi di pasar modal seperti saham. Dalam penelitian ini dapat dikatakan mahasiswa KSPM memiliki tingkat literasi keuangan yang baik, sehingga cenderung memiliki kebutuhan yang harus dipenuhi dalam hal perkuliahannya yang mengharuskan mereka untuk bisa mengatur keuangan dengan baik walaupun menggunakan *PayLater*.

Hal ini sejalan dengan penelitian Wijayanti *et al.*, (2022) Literasi Keuangan berpengaruh terhadap minat penggunaan Shopee *PayLater* pada generasi Milenial Kab. Bekasi, literasi keuangan terdiri dari pengetahuan dan keterampilan yang dapat mempengaruhi sikap dalam mengambil keputusan terutama untuk pengelolaan keuangan agar dapat mensejahterakan kehidupannya, terutama saat keadaan mendesak. Ketika tingkat literasi keuangan generasi milenial tinggi, maka dapat menjadi dorongan mereka untuk menggunakan fitur teknologi baru seperti *PayLater*. Dengan adanya *PayLater*, generasi milenial dapat memenuhi kebutuhan yang semakin meningkat dan harus dipenuhi atau ketika dalam keadaan belum mempunyai uang dan pemasukan.

Azizah (2020) mengatakan bahwa semakin tinggi pengetahuan serta kemampuan milenial dalam mengelola keuangan maka akan semakin bijak dan bertanggungjawab lagi milenial dalam pengambilan keputusan atau berperilaku terhadap keuangannya sendiri. Wijayanti *et al.*, (2022) mengatakan bahwa literasi keuangan berkaitan dengan pengetahuan dan kemampuan yang digunakan untuk mengambil keputusan dengan tujuan akhir keuangan yang baik kesejahteraan dan menghindari segala macam risiko kesalahan pengambilan keputusan keuangan.

Hasil penelitian ini mendukung teori *paylater* yang layanan ini memungkinkan pengguna atau konsumen untuk melakukan transaksi sekarang dan membayarnya nanti dengan cara dicicil atau membayarnya langsung secara penuh.

Pengaruh *Financial Experience* Generasi Milenial Terhadap Penggunaan *Paylater* pada *E-commerce*

Berdasarkan hasil uji yang diperoleh bahwa *Financial Experience* tidak berpengaruh terhadap

penggunaan *PayLater*. Mahasiswa KSPM termasuk generasi milenial didominasi oleh mahasiswa yang berumur 18-20 tahun. Meskipun mahasiswa KSPM biasanya memiliki pengalaman keuangan yang lebih baik karena mereka sudah lebih mengenal pasar modal jika dibandingkan dengan mahasiswa lainnya, tetapi usia tersebut merupakan usia dimana kondisi mandiri secara finansial masih bergantung kepada orang tua. Sehingga kurang memiliki pengalaman keuangan yang cukup dan baik. Hasil ini sejalan dengan Dewanti & Asandimitra (2021) yang menunjukkan bahwa *Financial Experience* tidak berpengaruh dalam penggunaan *PayLater* pada mahasiswa usia 15-24 tahun.

Mahasiswa KSPM kebanyakan telah memiliki pengalaman keuangan daripada mahasiswa umum seperti pernah menyusun perencanaan pemasukan dan pengeluaran, pernah melakukan analisis laporan keuangan, dan pernah membuat laporan keuangan dan pemasukan. Artinya ketika memahami tentang itu, itulah yang membuat mereka tidak tertarik menggunakan *PayLater* karena sistem yang digunakan di dalam *PayLater* itu sendiri. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Ansar *et al.*, (2022) menunjukkan sebagian besar mahasiswa tidak memiliki ketertarikan terhadap fitur *PayLater* karena takut menjadi boros dan memiliki hutang dikemudian hari.

Pengaruh Literasi Keuangan dan *Financial Experience* Generasi Milenial Terhadap Penggunaan *PayLater* Pada E-Commerce

Berdasarkan hasil uji yang diperoleh bahwa Literasi keuangan, *Financial Experience* secara bersama-sama atau simultan berpengaruh positif terhadap *PayLater*. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki literasi keuangan yang baik agar terhindar dari *paylater* yang tidak bertanggungjawab meskipun *financial experience* dalam kondisi tidak baik atau belum cukup pengalaman. Oleh sebab itu perlunya peningkatan pada mahasiswa terkait literasi keuangan diharapkan mampu memberikan pemahaman *paylater* kepada mahasiswa agar dapat memilih mana yang baik dan menguntungkan serta terhindar dari cara mengelola keuangan yang buruk. Serta mahasiswa yang menjadi penerus generasi diharapkan dapat memberikan pemahaman literasi keuangan kepada masyarakat. Kebanyakan masyarakat zaman sekarang sudah menyimpan uangnya dalam bentuk elektronik atau *e-wallet*, pernyataan lainnya penggunaan *fintech payment* ini terjadi karena penjualan dengan sistem online sehingga mengharuskan para konsumen untuk bertransaksi secara online bukan non tunai (Purnamasari, Lazuardi, & Christyanti, 2022). Oleh karena itu peluang di sektor keuangan masih sangat luas dengan seiring perkembangan saat ini *financial technology* hadir untuk memberikan kemudahan dalam mengakses produk-produk keuangan, melakukan transaksi, dan meningkatkan literasi keuangan.

Hal ini sejalan dengan penelitian Rochaniah & Sari (2021) mengatakan literasi keuangan digital harus disosialisasikan kepada konsumen baik itu mahasiswa yang termasuk generasi milenial maupun konsumen umum. Jadi, literasi keuangan akan meningkat dan itu mempengaruhi dasar pemikiran dalam melakukan keputusan pembelian melalui *e-commerce*.

Mahasiswa KSPM yang memiliki tingkat literasi keuangan yang baik, maka dapat memotivasi mereka untuk menggunakan fitur teknologi yang baru seperti *Paylater* yang dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi bertransaksi pada *e-commerce*. Karena adanya kebutuhan mendesak yang dialami oleh mahasiswa KSPM sebagai generasi milenial, sehingga *PayLater* dapat meningkatkan peluang untuk mendapatkan sesuatu yang penting bagi mereka. Hal ini sejalan dengan penelitian Wijayanti *et al.*, (2022) yang menyebutkan bahwa ketika tingkat literasi keuangan pada generasi milenial meningkat, maka dapat memotivasi mereka untuk menggunakan fitur teknologi baru seperti *Shopee paylater*. Dengan begitu mereka dapat memenuhi kebutuhannya dengan cara memanfaatkan fitur tersebut serta dapat mengatur dan mengelola keuangan pribadi secara lebih bijak.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian tentang pengaruh Literasi Keuangan dan *Financial Experience* Generasi

Milenial terhadap Penggunaan PayLater Pada E-Commerce, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel Literasi Keuangan (X_1) berpengaruh dan signifikan terhadap penggunaan *PayLater* pada *E-Commerce* (Y). Hal ini dapat dilihat dari hasil yang diperoleh dengan nilai t hitung sebesar $4,669 >$ dari t tabel $1,977$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hasil tersebut dapat menunjukkan bahwa semakin baik literasi keuangan mahasiswa maka penggunaan *PayLater* pada *E-Commerce* akan semakin meningkat. Jika literasi keuangan mahasiswa rendah maka mahasiswa tidak dapat mengatur keuangannya dengan baik sehingga dapat menyebabkan permasalahan pada keuangannya.
2. Variabel *Financial Experience* (X_2) tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap penggunaan *PayLater* pada *E-Commerce* (Y). jika dilihat dari hasil t hitung sebesar $1,588 <$ dari t tabel $1,977$ dengan tingkat signifikansi $0,114 > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_2 ditolak. Ini berarti mahasiswa KSPM yang biasanya memiliki pengalaman dan mengenal pasar modal, namun usia 18-20 tahun tersebut merupakan usia dimana kondisi mandiri secara finansial masih bergantung kepada orang tua. Sehingga kurang memiliki pengalaman keuangan yang cukup dan baik.
3. Variabel Literasi Keuangan (X_1) dan *Financial Experience* (X_2) secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap penggunaan *PayLater* pada *E-Commerce* (Y). Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_3 diterima. Pada saat ini dapat dikatakan perkembangan di era digital membuat mahasiswa harus cukup pengalaman terkait keuangan dalam mengikuti perkembangan zaman dalam menggunakan *Financial Technology* yang hadir untuk memberikan kemudahan dalam mengakses dan bertransaksi produk-produk keuangan dan meningkatkan literasi keuangan.

DAFTAR PUSTAKA

Ameliawati, M., & Setiyani, R. (2018). *The influence of financial attitude, financial socialization, and financial*

experience to financial management behavior with financial literacy as the mediation variable. KnE Social Sciences, 811-832.

- Ansar, M. A. N. R., Saraswati, N. P. S. D., Nurfathika, R. P., & Rakhmawati, N. A. (2022, November). *Analisis penggunaan Paylater untuk belanja online mahasiswa di Surabaya pada masa new normal.* Jurnal Riset Bisnis dan Investasi, 8(3).
- Azizah, N. S. (2020, Maret 31). *Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup pada perilaku keuangan pada generasi milenial.* Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi), 01(02), 92-101.
- Dewanti, V. P., & Asandimitra, N. (2021). *Pengaruh financial socialization, financial knowledge, financial experience terhadap financial management behavior dengan locus of control sebagai variabel mediasi pada pengguna paylater.* Jurnal Ilmu Manajemen, 9(3), 863-875.
- Hendarsyah, D. (2019). *E-Commerce di era industri 4.0 dan society 5.0.* Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita, 08, 171-184.
- Hidayatullah, S., Waris, A., Devianti, R. C., Sari, S. R., Wibowo, I. A., & PW, P. M. (2018). *Perilaku generasi milenial dalam menggunakan aplikasi Go-Food.* Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 6(2), 240-249.
- Justyn, F., & Marheni, D. K. (2020, july). *Pengaruh financial attitude, financial education, financial knowledge, financial experience, dan financial behavior terhadap financial literacy pada pelajar Kota Batam.* Journal of Global Business and Management Review, 2(1), 21-32.
- Morgan, P. J., Huang, B., & Trinh, L. Q. (2019). *The Need to Promote Digital Financial Literacy for the Digital Age.* The Future Of Work And Education For The Digital Age.
- Naufalia, V., Wilandari, A., Windasari, V., & Helmy, M. S. (2022). *Pengaruh financial socialization dan financial experience terhadap financial management behavior.* Porspektif: Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika, 20(2).
- Novendra, B., & Aulianisa, S. S. (2020). *Konsep dan perbandingan buy now, paylater dengan kredit perbankan di Indonesia: sebuah keniscayaan di era digital dan teknologi.* Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional, 9(2).
- Purnamasari, E. D., Lazuardi, S., & Christyanti, S. (2022, April). *Pelatihan pemanfaatan Fintech dalam pengelolaan keuangan pada pelaku usaha Clothing Line.* JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT, 6(2), 523- 530.
- Purwidiyanti, W., & Tubastuvi, N. (2019). *The effect of financial literacy and financial experience on SME financial behavior in Indonesia.* Jurnal Dinamika Manajemen, 10(1), 40-45.
- Putri, S. D., & Mulatsih, L. S. (2022). *Pengaruh literasi keuangan terhadap minat menggunakan fintech payment (PayLater) pada Shopee.* Kumpulan Executive Summary Mahasiswa Prodi Manajemen Wisuda Ke 78 Tahun 2022, 21(2).
- Ratnasari, N. (2021). *Analisis Literasi Keuangan dan Perilaku Keuangan Terhadap Keputusan Investasi Generasi Milenial.* Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Rochaniah, Y., & Sari, R. C. (2021). *Pengaruh literasi keuangan digital, penghasilan, dan gender terhadap keputusan pembelian konsumen E-Commerce.* PROFITA Kajian Ilmu Akuntansi, 9(6), 1-20.
- Safitri, A., & Kartawinata, B. R. (2020). *Pengaruh financial socialization dan financial experience terhadap financial management behavior (Studi pada wanita bekerja di Kota Bandung).* Jurnal Ilmu Keuangan dan Perbankan (JIKA), 9(2).
- Sholeh, B. (2019). *Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku keuangan mahasiswa program studi pendidikan ekonomi Universitas Pamulang.* Jurnal Pendidikan, Ekonomi dan Bisnis.
- Sohn, S. H., Joo, S. H., Grable, J. E., Lee, S., & Kim, M. (2012, August). *Adolescents' financial literacy: The role of financial socialization agents, financial experiences, and money attitudes in shaping financial literacy among South Korean youth.* Journal of Adolescence, 35(4), 969-980.
- Sriwidodo, U., & Sumaryanto. (2018). *Analisis self control, pengetahuan keuangan, dan pengalaman*

keuangan terhadap perencanaan investasi. Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan, 18(1), 76-82.

Sugiyono. (2016). *Metode penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R & D*. Bandung: CV.

Wijayanti, M., Rohaeni, H., Mukarromah, A., & Yunita, T. (2022). *The influence of financial literature, benefits, easy and income on interest in using shopee paylater (study on milenial generation, Bekasi regency)*. International Journal of Education, Information Technology, and Others, 5(2), 389-399.

Wulandari, T., Lazuarni, S., & Sari, Rinika. (2022, Agustus). *Pengaruh Literasi Keuangan dan Payment Gateway Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Manajemen Swasta di Kota Palembang*. Jurnal Ecoment Global Kajian Bisnis dan Manajemen, 7(2), 220-230.

Yolanda, M. I., Nursyamsiah, T., & Hasanah, Q. (2022). *Analisis Perilaku Keuangan pada Generasi Z Muslim di Jabodetabek (Studi Kasus Pengguna Shopeepaylater)*. Scientific Repository.