

PENGARUH GAYA HIDUP KONSUMTIF TERHADAP KETERGANTUNGAN PADA PINJAMAN ONLINE DI KALANGAN PEGAWAI: PERAN MODERASI LITERASI KEUANGAN DIGITAL DAN STRES FINANSIAL

Samuel Nahoga Christa

christasamuell@gmail.com

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Abstrak

Penelitian ini mengkaji pengaruh gaya hidup konsumtif terhadap ketergantungan pada pinjaman online di kalangan pegawai, dengan literasi keuangan digital dan stres finansial sebagai variabel moderasi. Meningkatnya akses terhadap layanan keuangan digital telah mendorong pola konsumsi impulsif yang berisiko meningkatkan ketergantungan pada pinjaman online. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) terhadap 200 responden yang merupakan pegawai pengguna pinjaman online. Hasilnya menunjukkan bahwa gaya hidup konsumtif berpengaruh positif signifikan terhadap ketergantungan pada pinjaman online. Literasi keuangan digital memoderasi hubungan ini secara negatif, sedangkan stres finansial memperkuat hubungan tersebut. Temuan ini menekankan pentingnya peningkatan literasi keuangan dan pengelolaan stres dalam mencegah ketergantungan utang digital.

Kata Kunci: Gaya Hidup Konsumtif, Ketergantungan Pinjaman Online, Literasi Keuangan Digital, Stres Finansial, Pegawai.

Abstract

This study examines the effect of a consumptive lifestyle on dependence on online loans among employees, moderated by digital financial literacy and financial stress. The increasing ease of access to online financial services, coupled with consumerist tendencies, has raised concerns about excessive borrowing behavior. A quantitative approach using Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) was employed, with a sample of 200 employees who had used online lending platforms. The results indicate that a consumptive lifestyle significantly influences dependence on online loans. However, digital financial literacy weakens this relationship, while financial stress amplifies it. These findings imply the importance of improving financial literacy and stress management to prevent excessive reliance on online debt.

Keywords: *Consumptive Lifestyle, Online Loan Dependence, Digital Financial Literacy, Financial Stress, Employees.*

PENDAHULUAN

Fenomena pinjaman online (pinjol) telah menjadi sorotan utama di era digital karena pertumbuhannya yang masif dan kemudahan aksesnya. Di Indonesia, jumlah pengguna pinjaman online terus meningkat, termasuk di kalangan pegawai. Hal ini tidak lepas dari gaya hidup konsumtif yang semakin berkembang di era modern. Gaya hidup konsumtif ditandai dengan kecenderungan untuk membeli barang atau jasa yang tidak didasarkan pada kebutuhan, melainkan keinginan.

Ketergantungan pada pinjaman online sering kali dikaitkan dengan ketidakmampuan individu dalam mengelola keuangan pribadi. Penelitian ini mencoba mengeksplorasi lebih lanjut dengan memasukkan dua variabel moderasi: literasi keuangan digital dan stres finansial. Literasi keuangan digital diharapkan dapat menekan efek negatif gaya hidup konsumtif, sementara stres finansial diduga memperkuat kecenderungan berutang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian adalah pegawai aktif yang pernah menggunakan pinjaman online. Sampel diambil secara purposive sampling sebanyak 200 responden.

Data dikumpulkan melalui kuesioner daring dengan skala Likert 1–5. Teknik analisis data dilakukan dengan metode Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM) menggunakan software SmartPLS versi 4.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Gaya hidup konsumtif berpengaruh positif signifikan terhadap ketergantungan pada pinjaman online dengan nilai β sebesar 0.47 dan $p < 0.01$ yang berarti semakin tinggi gaya hidup konsumtif seseorang maka semakin besar kecenderungannya untuk bergantung pada pinjaman online karena mereka cenderung membeli barang berdasarkan keinginan bukan kebutuhan dan sering mengandalkan utang digital untuk memenuhi gaya hidup tersebut
2. Literasi keuangan digital terbukti memoderasi secara negatif hubungan antara gaya hidup konsumtif dan ketergantungan pinjaman online dengan nilai β sebesar -0.28 dan $p < 0.05$ artinya semakin tinggi literasi keuangan digital seseorang maka semakin lemah pengaruh gaya hidup konsumtif terhadap ketergantungan pada pinjaman online karena orang yang melek keuangan digital mampu memahami risiko pinjaman online dan membuat keputusan keuangan yang lebih bijak
3. Stres finansial memperkuat hubungan gaya hidup konsumtif terhadap ketergantungan pinjaman online dengan nilai β sebesar 0.35 dan $p < 0.05$ artinya ketika seseorang mengalami tekanan finansial dan memiliki gaya hidup konsumtif maka kecenderungan untuk bergantung pada pinjaman online akan semakin tinggi karena mereka mencari jalan pintas untuk memenuhi kebutuhan atau menutupi kekurangan dana melalui utang digital

Temuan ini mendukung teori perilaku konsumen dan memperkuat hasil penelitian

- a. Gaya hidup konsumtif berpengaruh positif signifikan terhadap ketergantungan pada pinjaman online sesuai dengan Teori Perilaku Konsumen (Consumer Behavior Theory) yang menyatakan bahwa keputusan konsumsi sering kali tidak rasional dan dipengaruhi oleh dorongan gaya hidup status sosial serta keinginan pribadi artinya semakin konsumtif seseorang maka semakin besar peluangnya menggunakan pinjaman online untuk memenuhi keinginannya yang tidak didasarkan pada kebutuhan dasar
- b. Literasi keuangan digital memoderasi secara negatif hubungan antara gaya hidup konsumtif dan ketergantungan pinjaman online sesuai dengan Teori Literasi Keuangan dari Lusardi dan Mitchell yang menekankan bahwa individu yang memiliki literasi keuangan tinggi mampu mengelola keuangannya dengan baik menghindari utang berlebihan serta memahami risiko dan manfaat produk keuangan digital artinya meskipun seseorang konsumtif jika ia memiliki pemahaman keuangan digital yang baik maka ia tidak mudah tergoda untuk berutang secara impulsif
- c. Stres finansial memperkuat hubungan antara gaya hidup konsumtif dan ketergantungan pada pinjaman online sesuai dengan Teori Tekanan Finansial (Financial Strain Theory) yang menjelaskan bahwa tekanan ekonomi menyebabkan individu mencari jalan cepat untuk mengatasi masalah keuangannya salah satunya dengan berutang sehingga ketika stres finansial tinggi orang yang konsumtif akan lebih mudah terdorong menggunakan pinjaman online sebagai

solusi jangka pendek meskipun dengan risiko tinggi.

KESIMPULAN

1. Gaya hidup konsumtif terbukti mendorong ketergantungan pada pinjaman online artinya pegawai yang memiliki kecenderungan membeli barang atau jasa berdasarkan keinginan lebih mudah menggunakan pinjaman online untuk memenuhi gaya hidupnya terutama jika penghasilan tidak mencukupi
2. Literasi keuangan digital mampu menekan pengaruh negatif dari gaya hidup konsumtif karena individu yang memiliki pemahaman tentang produk keuangan digital seperti bunga pinjaman risiko denda dan legalitas platform akan lebih bijak dalam menggunakan pinjaman online sehingga meskipun konsumtif mereka tidak langsung tergantung pada utang digital
3. Stres finansial memperkuat pengaruh gaya hidup konsumtif terhadap ketergantungan pinjaman online karena tekanan ekonomi seperti utang menumpuk kebutuhan mendesak atau gaji yang tidak mencukupi dapat mendorong individu untuk mengambil keputusan keuangan yang tidak rasional termasuk menggunakan pinjaman online sebagai solusi cepat
4. Oleh karena itu peningkatan program literasi keuangan digital dan pelatihan manajemen stres sangat penting untuk membantu pegawai dalam mengelola keuangan secara bijak dan menghindari ketergantungan pada pinjaman online terutama dalam situasi ekonomi yang tidak stabil
5. Penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu hanya menggunakan data cross sectional sehingga belum dapat menangkap perubahan perilaku dari waktu ke waktu serta jumlah responden yang terbatas sehingga untuk penelitian selanjutnya disarankan menggunakan desain longitudinal dan melibatkan responden yang lebih beragam agar hasil penelitian lebih dapat digeneralisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, A. Z. (2021). Pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pinjaman online pada generasi milenial. *Jurnal Riset Keuangan dan Perbankan*, 10(1), 87–98
- Choi, J. J., Laibson, D., & Madrian, B. C. (2011). Why does the law of one price fail? An experiment on index mutual funds. *Review of Financial Studies*, 23(4), 1405–1432.
- Fernandes, D., Lynch, J. G., & Netemeyer, R. G. (2014). Financial literacy, financial education, and downstream financial behaviors. *Management Science*, 60(8), 1861–1883.
- Heryanto, D. (2023). Konsumerisme digital dan utang di era fintech. *Jurnal Ekonomi Perilaku*, 6(2), 201–218.
- Kim, J., Chatterjee, S., & Kim, J. (2019). Debt, financial stress, and self-esteem: The impact of financial literacy. *The Social Science Journal*, 56(4), 555–563.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44.
- Mimura, Y., Koonce, J., Plunkett, S. W., & Pleskus, L. (2015). Financial stress, self-efficacy, and financial behavior among college students. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 26(2), 175–186.
- Nugroho, A., Wibowo, A., & Lestari, D. (2023). Peran literasi keuangan digital dalam penggunaan pinjol di kalangan ASN. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi Digital*, 5(1), 1–12.
- OECD. (2020). *Digital Financial Literacy Framework*. Paris: OECD Publishing.
- Putra, H., & Prabawati, B. (2021). Gaya hidup konsumtif generasi milenial terhadap penggunaan pinjaman online. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 14(2), 103–115.
- Rahmawati, F. (2022). Stres finansial dan keputusan berutang. *Jurnal Psikologi Uang*, 8(2), 45–56.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behavior*. Pearson.

- Tambunan, T. (2020). Fintech lending dan implikasinya terhadap perilaku konsumsi. *Jurnal Ekonomi Digital*, 3(1), 77–89.
- Wijaya, A., & Sudirman, S. (2023). Literasi keuangan digital dan perilaku keuangan ASN. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*, 7(2), 145–160.
- Zhang, Y., Li, H., & Xu, X. (2021). Understanding consumer financial behavior in online lending. *Journal of Financial Services Marketing*, 26(3), 190–202.